

УДК 811.11=112.2:159.95(043.2)

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-23>

Ірина ОРЕЛ

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри романо-германської філології Рівненського державного гуманітарного університету, Пластова, 33, м. Рівне, Україна, 33000

ORCID: 0000-0002-7258-1444

Бібліографічний опис статті: Орел, І. (2022). Образ як основа формування фразеологічного значення. *Актуальні питання іноземної філології*, 16, 157–164, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-23>

ОБРАЗ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНОГО ЗНАЧЕННЯ

Стаття присвячена аналізу процесу фразеологічного семіозису на основі образу та виявлення генетичних типів образів, які виступають підґрунтям формування внутрішньої форми фразеологічного значення. Образ розглядається як мисленнєва одиниця, що виникла у результаті пізнання реального світу. Предмети, явища об'єктивної реальності сприймаються з позиції антропоцентризму, що забезпечує національно-специфічне їх сприйняття, бачення і оцінку. Виявляються ознаки, характеристики, властивості пізнаваного предмету чи явища, у результаті поєднання яких укладається новий образ у свідомості людини. Компонентами нового образу є вже відомі образи і уявлення про предмет чи явище – когнітивні знання, якими оперує пам'ять у процесі пізнання, результатом якого є узагальнений і абстрагований від реального спрощений образ. Мисленнєвий образ не відображає реальний об'єкт, а лише його основні ознаки. З метою забезпечення комунікативної функції мови мисленнєвий образ зазнає вербалізації. Для вибору відповідної мовної форми виокремлюється одна із ознак образу, яка виконує роль мотиватора номінації. Для лінгвалізації мотиватора використовується мовний знак, який має у своєму семемному наборі відповідний компонент. Решта не задіяних ознак образу зберігається імпліцитно, створюючи певні стилістичні і прагматичні потенції.

Базовими групами образів фразеологічного семіозису нами визначено національно-культурну і транскультурну.

Аналіз образів національно-культурного походження, які послуговували основою формування внутрішньої форми фразем, виявив їх генетичні групи, пов'язані з онімами, топонімами, астронімами, гастронімами, назвами предметів одягу і взуття, назвами грошових одиниць, назвами міри довжини, ваги, об'єму і часу, артефактами, колоронімами, зоонімами, фітонімами, фольклорними образами. Фразеологізми на позначення стереотипів, що утворилися, використовуючи ознаку-мотиватор транскультурних образів, пов'язані із міфологізмами, біблієзмами, іменами всесвітньовідомих особистостей не німецького походження, іншійокультурними лакунами.

Ключові слова: образ, ознака образу, генетика образів, внутрішня форма, фразеологічне значення, фразеологічний семіозис, стереотип.

Irina OREL

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology, Rivne State University for the Humanities, Plastova, 33, Rivne, Ukraine, 33000

ORCID: 0000-0002-7258-1444

To cite this article: Orel, I. (2022). *Образ як основа формування фразеологічного значення*. [Image as a basis for the formation of phraseological meaning]. *Current issues of foreign philology*, 16, 157–164, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-23>

IMAGE AS A BASIS FOR THE FORMATION OF PHRASEOLOGICAL MEANING

The article is devoted to the analysis of the process of phraseological semiosis on the basis of image and identification of genetic types of images that serve as the basis for the formation of the internal form of phraseological meaning. The image is considered as a unit of thought that arose as a result of knowledge of the real world. Objects, phenomena of objective reality are perceived from the standpoint of anthropocentrism, which provides their national-specific perception, vision and evaluation. Signs, characteristics, properties of a recognizable object or phenomenon are revealed, as a result of which a new image is concluded in the human consciousness. The components of a new image are already known images and ideas about an object or phenomenon – cognitive knowledge, which operates memory in the process of cognition, the result of which is a generalized and abstract from the real simplified image. The mental image does not reflect the real object, but only its main features. In order to ensure the communicative function of language, the mental

image is verbalized. To choose the appropriate language form, one of the features of the image is singled out, which acts as a motivator of the nomination. To linguize the motivator, a language sign is used, which has a corresponding component in its seed set. The rest of the unused features of the image are implicitly preserved, creating certain stylistic and pragmatic potentials.

We have defined national-cultural and transcultural as the basic groups of images of phraseological semiosis.

Analysis of images of national and cultural origin, which served as the basis for the formation of the internal form of phrases, revealed their genetic groups associated with onyms, place names, astronomers, gastronomes, names of clothing and footwear, names of currencies, names of length, weight, volume and time, artefacts, colouronyms, zoonyms, phytonyms, folklore images. Phraseologisms to denote stereotypes formed using the sign-motivator of transcultural images, associated with mythologies, biblical studies, the names of world-famous personalities of non-German origin, non-cultural lacunas.

Key words: *image, image trait, genetics of images, internal form, phraseological meaning, phraseological semiosis.*

Вступ. Проблема формування, модифікацій, прагматичних потенцій і функціонування фразеологічного значення (далі – ФЗ) привертає увагу лінгвістів, оскільки, не дивлячись на значну кількість досліджень у цьому напрямі, низка питань лишається недостатньо вивченою. Образну основу фразеологічного семіозису дослідники описували на матеріалі різних національних мов (Алефіренко М. Ф., Баран Я. А., Вежбицька А., Добровольський Д., Жуйкова М., Жуков В. П., Мелерович А. М., Мокієно В. М., Телія В. М., Ужченко В. Д., Buhofer A., Burger H., Fleischer W., Sialm A. та інші науковці), прослідковували принципи і механізми формування ФЗ, його когнітивну інформативність, стилістичні можливості, комунікативні потенції, сфери вживання, узуальні та оказіональні трансформації, їх причини тощо.

Структурну монолітність і семантичну неподільність німецьких ідіом у порівнянні з англійськими описували Баргманн С. та Зайлер М., мотивуючи це способом формування ФЗ, яке виникає на основі «семантичних внесків» лексичних конститuentів ФО, що накладає певні обмеження на значення і прагматичні потенції фразем (Bargmann, Sailer).

Добровольський Д. О. вказує на образне наповнення таких внесків-сем, які формують внутрішню форму (далі – ВФ) ФО (Добровольський, 2013, с. 473]. На думку дослідника, модифікацій ФО зазнає у разі зміни лексичного складу, що трансформує ФЗ і його прагматичні потенції (там само, с. 481).

Бугофер А., Бургер Г., Зіальм А. пропонують розглядати умотивованість ФЗ у розрізі діахронії, встановлюючи етимологію ФО, враховуючи семемне наповнення лексичних конститuentів ФО, виявляючи актуалізовані семемі, які формують ФЗ (Burger, Buhofer, Sialm, 1982, с. 23–24).

Низка питань щодо фразеологічного семіозису лишається, на наш погляд, недостатньо вивченою, оскільки не повністю з'ясовані: типи механізмів формування ФЗ; способи відображення екстралінгвального у семантиці фразем; засади вибору ознак позамовних образів, на основі яких відбувається абстрагування і узагальнення, що сприяє переосмисленню та відображенню його результату у семіозисі. Це зумовлює актуальність пропонованої розвідки, у якій використовуємо у розрізі лінгвокультурології ономаціологічно обумовлений підхід до вивчення способів формування ФЗ на основі ознак образу, покладених у основу ВФ. Обраний ракурс розвідки сприяє виявленню способів формування ФЗ, що утворилося на основі образів різних генетичних типів.

Метою дослідження визначено аналіз місця образу у процесі семіозису, виявлення генетики образів, ознаки яких створюють основу ВФ і слугують мотиваторами формування ФЗ. Для досягнення зазначеної мети необхідно виконати такі завдання: 1) проаналізувати підходи до визначення поняття образу; 2) уточнити розуміння ВФ; 3) проаналізувати джерела походження образів, які виступають базою фразеотворення; 4) з'ясувати генетику національно-культурних та міжкультурних образів у процесі формування ономаціологічних властивостей ВФ.

Матеріалом розвідки обрано німецькі ФО, що позначають стереотипи.

Виклад основного матеріалу дослідження.

1. Поняття образу.

На думку Мелерович А. М., ФЗ утворюється у наслідок цілісного переосмислення словосполучення, яке відбувається у результаті мисленевого абстрагування від конкретних предметів у їх співвідношенні, що виражає вільне словосполучення. На основі цього виникає нове

уявлення, яке фіксує і відображає конкретні предмети/ ситуації, що стали основою абстрагування. Узагальнене значення, яке утворилося у ході абстрагування, виступає основою подальшого узагальнення, що сприяє утворенню ФЗ (Мелерович, 1971, с. 59).

Алефіренко М. Ф. (Алефіренко, Аглеев, 2013, с. 31) розглядає образ як результат усвідомлення світу, що складається із образів пам'яті і уявлень, які людина отримує у ході сприйняття об'єктивної реальності і себе, як частини світу (антропоцентризм). У процесі пізнання світу формується конкретний образ сприйняття, який, у результаті мисленневих операцій, перетворюється в абстрагований образ свідомості. Саме це передбачає використання словесних метафор для вербалізації сформованого абстрактного образу. Пізнання світу відбувається у процесі предметно-діяльній активності людини, що забезпечує накопичення багажу знань, який слугує базою і матеріалом для подальшої категоризації і стереотипізації образів. Тому отримані (когнітивні) знання зберігаються у пам'яті у формі не детальних образів, а їх схем (Алефіренко, Аглеев, 2013, с. 31–32), тобто, у спрощеному форматі.

На нашу думку, позамовний наочно-чуттєвий образ, чи його схема відображає низку ознак, які відомі мовцю завдяки емпіричному характеру процесу пізнання. Образ – частина плану змісту ФО. Але не весь образ, а лише виокремлена його ознака/ ознаки. Мовний образ активує лише одну потрібну ознаку, яка знаходить мовне втілення з метою виконання номінативно-оцінної функції. Решта неактивованих ознак присутні у мовному образі імпліцитно. Зауважимо, що ця імпліцитність має рівневу ієрархію. Низка не активованих ознак наближена до ядерної ознаки (ядерна сема), частина ознак лишається на різновіддалених щаблях периферії. Наприклад, на основі образу *Hund* представлено низку стереотипних уявлень про: нечесну людину – *ein falscher Hund*; заподіяння зумисної шкоди комусь – *jemanden auf den Hund bringen*; злидні/ погані умови життя – *wie ein Hund leben*; складні взаємини між людьми – *wie Hund und Katze leben*; строгого/ загартованого труднощами чоловіка – *ein harter Hund*; авторитетного чоловіка – *ein scharfer Hund*; фізично стомлену людину – *müde sein wie ein Hund*; необачне нараження себе на небезпеку – *schlafende Hunde*

wecken; погане здоров'я/ матеріальні проблеми – *(ganz) auf dem Hund sein*; певний тип поведінки – *Hunde, die (viel) bellen, beißen nicht* тощо.

Словник “Duden” (Duden) трактує *Hund* – ссавець маленького, середнього розміру, якого тримають як домашню тварину через його здатність стерегти і бути вірним господарю; має гарний слух і нюх; може гавкати і кусати. Словник “Der deutsche Wortschatz von 1600 bis heute” визначає лексему *Hund* – ссавець маленького, середнього розміру; хижак; має гарний нюх і слух; легко піддається дресируванню; відданий господарю; утримується як домашня тварина; використовується для охорони і полювання (DWDS).

Аналіз змістового наповнення наочно-чуттєвого образу, семне наповнення лексеми *Hund* на основі словникових дефініцій і семантичний аналіз ФО, які представляють стереотипи, виявляє певні розбіжності між значенням конкретного і мовного образів. ФО з компонентом *Hund* утворилися на основі виокремлених стереотипізованих ознак образу собаки – характеристики природної поведінки (*wie Hund und Katze leben*), фізичні характеристики (*Hunde, die (viel) bellen, beißen nicht*; *ein falscher Hund* (ФО виникла на основі здатності собаки кусати); функція охоронника (*schlafende Hunde wecken*); функція мисливця – *ein harter Hund*; *ein scharfer Hund*; *müde sein wie ein Hund*. Такі ядерні характеристики ознаки образу як нюх, слух, вірність, хижак тощо присутні у ФЗ імпліцитно і створюють семантичні ефекти, зумовлені специфікою образу. ФО *ein falscher Hund* містить імпліцитний апелятив на ознаку «здатний кусати», «хижак», тому ФЗ має зазначені периферійні семи наближені до ядра. ФО *wie Hund und Katze leben* демонструє ці ж семи більш віддалено від ядра (активується «природня неприязнь до котів» як ознака образу *Hund*). ФО *müde sein wie ein Hund* ознаки «здатний кусати», «хижак» розміщено максимально периферійно.

ФО, які презентують значні фізичні чи матеріальні проблеми, *jemanden auf den Hund bringen*; *auf den Hund kommen*; *ganz auf dem Hund sein*, утворилися на основі національно-культурної пресупозиції (WRARWiASWUS).

2. Специфіка внутрішньої форми фразеологізмів.

Виокремлені ознаки образу, на основі яких відбувається фразеологічний семіозис, форму-

ють ВФ. Набір таких ознак слугує мотиватором фразеотворення (Алефиренко, 1996, с. 128). ВФ транслює уявлення про предмет, сформоване на основі отриманих вражень, у результаті пізнання (Фреге, 1977, с. 185). Потебня О. О. розглядав ВФ як засіб вираження плану змісту (образу), як елемент відображення зв'язку позначеного з позначуваним (Потебня, 2000, с. 84).

Дискусійним лишається питання щодо місця ВФ у процесі семіозису. Низка вчених вважають ВФ основою словотвору чи елементом словотвірної мікросистеми. Проте немає заперечень її мотивуючої функції, яка реалізується шляхом утворення асоціативних зв'язків на основі відчуттів та емпіричного досвіду, представленого у пам'яті у формі образів, ситуацій, схем. Самостійне використання образів, ситуацій, схем, чи їхнє комплексне застосування сприяє формуванню ВФ, яку вважають «центром образу» (Потебня, 2000, с. 65).

Ми вважаємо, що ВФ виокремлює саме ту ознаку позамовного образу, яка послугувала основою переосмислення і подальшого мовного вираження результату указаної мисленнєвої операції, що й відобразилося у ФЗ.

3. Джерела походження образів.

У кожній національній мові виокремлюються ознаки образу, які є цінними, виразними, властивими чи характерними для предмета номінації з погляду мовців. Тобто, використання одного образу в різних мовах відбувається шляхом виокремлення його різних ознак, що забезпечує лінгвалізацію відмінних стереотипів. Наприклад, для вербалізації поширеного у різних культурах зневажливого стереотипного уявлення про низькі інтелектуальні характеристики жінки у німецькій мові вербалізує ФО *eine dumme/ blöde Kuh*; в українській мові образ корови використовують для позначення надмірної ваги жінки – *бути коровою* – (грубо) бути товстою. Натомість в українській мові образ курки (*дурна курка*) позначає низький інтелект у жінок, тоді як *Hühnchen* у німецькій лінгвокультурі у середньовіччі використовувався для ласкавого звертання до жінки (WRARWiASWUS).

У англійській мові ФО, що виник на основі образу «курка» – *chicken heart* представляє стереотипізоване уявлення боягуза (ПАУСФС).

Відмінність є, також, у номінації різними мовами схожих стереотипів. Для їх вербалізації

обираються різні образи, або виокремлюються різні ознаки того самого образу, що й пояснює національно-культурну своєрідність ФЗ і відмінні відтінки ФЗ, наприклад: стереотипне уявлення про людину, яка поводить/ виглядає не як усі: (укр.) *біла ворона* (ВФ зосереджується на нетиповій зовнішній ознаці орнітоніма); (нім.) *das weiße Schaf* – біла вівця; (англ.) *black sheep* – чорна вівця; (данська) *sorte får* – паршива вівця (у основі ВФ германських ФО поряд з ознаками колоронімів задіяні потенційні ознаки образу зооніма, які відображають низькі інтелектуальні характеристики вівці, приписані їй у результаті переосмислення і оцінки типової поведінки тварини).

На думку Телії В. М., ФО – це згорнуті мікротексти, наповнені НКІ, що спричинює їх двоїсту знакову природу – як мовний знак і як знак етнокультури (Телія, 1986, с. 213). Для вираження власного емотивно-оцінного ставлення мовець обере ту ФО, яка через образний компонент ВФ відобразить його ціннісну орієнтацію, та ментальне стереотипне бачення об'єктивної реальності відповідно до комунікативних потреб. Наприклад, стереотипне уявлення розумної людини: *Köpfchen haben* – (розм.) мати голову на плечах, бути розумним; *oberschlau sein* – (розм., ірон., критично) бути розумним, знати все на світі; *etwas in der Birne haben* – (розм., фам., жарт.) мати щось у макітрі (голові), не бути дурнем; *die Weisheit mit Löffeln gegessen/ gefressen haben* – (розм., ірон.) зробити розумно/ правильно, але насправді бути дурнем; *Aus Fehlern wird man klug* – (приказка) на помилках вчаться (WRARWiASWUS).

ФО, які утворилися на основі транскультурних образів (біблеїзми, міфологізми, іншопольтурні лакуни тощо), демонструють рідше однакове, частіше схоже значення у різних мовах, наприклад: стереотип небезпеки вербалізує ФО: (укр.) *Дамоклів меч* – постійна небезпека; (нім.) *über jemandem hängt/ schwebt ein Damoklesschwert/ das Schwert des Damokles* – хтось перебуває у постійній небезпеці; стереотипне уявлення про нудну нецікаву розмову/ справу: (укр.) *починати від Адама* – починати з далеку, від самого початку; (нім.) *bei Adam und Eva anfangen* – починати з далеку, робити довгий і нудний вступ; стереотипне бачення табу (на основі образу священної корови у індуїзмі та буддизмі (Особливий статус корови

в індуїзмі): (укр.) *священна корова* – шанобливе ставлення до когось/ чогось, неможливий осуд чи насилля (Священна корова); (нім.) *eine heilige Kuh* (WRARWiASWUS) – недоторканна річ/ особа; те, що не можна змінювати; питання, до якого не допускається жодної критики.

Аналіз виявив, що вибір образу, виокремлення і переосмислення його ознак відбувається у межах національної культури, що й відображає результат фразеологічного семіозису. Вважаємо це твердження справедливим стосовно як національно-культурних так і транскультурних джерел походження образів.

4. Генетика образів.

У ході аналізу корпусу досліджуваних одиниць виявлено низку генетичних типів образів, виокремлені ознаки яких зазнають стереотипізації і слугують базою ВФ. Генетичною основою походження образів вважаємо національну культуру і транскультурний простір.

4.1. Національно-культурний образ.

Національно-культурні образи відображають культурні символи і коди, репрезентують національно-специфічне бачення світу, його оцінку. У структурі ФО такі образи репрезентовано онімами, топонімами, астронімами, гастронімами, назвами предметів одягу і взуття, назвами грошових одиниць, міри довжини, ваги, об'єму і часу, артефактами, колоронімами, зоонімами, фітонімами, фольклорними образами (на основі міфів, казок, вірувань).

Групу онімів складають імена: 1) видатних, відомих особистостей: *Nach Adam Ries(e) macht das...* – (розм.) якщо я правильно порахував (на основі імені Адама Різе (1493–1559 р.); 2) історичних особистостей: *seinen (Friedrich/ Kaiser) Wilhelm unter etwas setzen* – (розм., жарт., ірон.) підписати щось (у 17–19 ст. у німецьких державах було багато регентів з іменем *Friedrich Wilhelm*); 3) поширені народні імена (чоловічі – *Hans, Kunz, Peter, Matz, Michel, Heinrich, Heini, Otto, August*; жіночі – *Minna (Wilhelmine), Trine (Katharine), Liese, Lotte, Frieda, Suse*): *Prahlhans sein* – (розм.) хвалько; *Du bist (mir) vielleicht ein Heini!* – (розм., фам.) ти не при своєму розумі!; *ein vergessliches Lieschen* – забудькувата жінка; *eine dumme Suse* – дурепа; *Heulfrieda sein* – плаксійка; фольклорні імена: *der Hampelmann sein* – бути безхарактерним.

Топоніми представлено: 1) географічними назвами (континенти, країни, міста) або їх апе-

лятивами: *Jemand ist nach Rom gereist* – народити дитину; *aus Schilda stammen* – бути простофілею; *Ab nach Kassel!* – Геть звідси!; *über den großen Teich fliegen* – (розм.) летіти у Америку; *die Neue Welt* – Америка; 2) гідронімами: *das Wasser in die Limmat/ Elbe/ Reuss/ den Rhein/ ins Meer/ in den Brunnen tragen* – (приказ.) Виконувати марну роботу; 3) оронімами (рельєфи): *jemanden auf den Bockberg wünschen* – (розм., фам.) *послати когось до дідька.*; *etwas über/ in den Harz kicken* – (розм., фам.) щось малозначуще/ нічого не варте.

Невелика група ФО репрезентує стереотипне уявлення на основі образів- астронімів: *die Sonne im Herzen haben/ tragen* – (розм.) бути оптимістичним, веселим, позитивним; *sich wie im siebten/ siebenten Himmel fühlen* – (розм.) почуватися закоханим, радісним, щасливим, мати піднесений настрій.

Широко представлені гастроніми у складі ФО на позначення стереотипів. Серед них виявлені: 1) назви предметів посуду (*Topf, Deckel, Tasse, Teller, Gabel, Löffel, Besteck* тощо): *alles in einen Topf werfen / schmeißen* – (розм.) не розрізняти, все скидати у одну купу; *den Löffel abgeben* – (розм.) померти; 2) назви продуктів (*Brot, Salz, Fleisch, Wurst, Bier, Tee, Kaffee* тощо): *sein Brot sauer verdienen* – (розм.) важко заробляти на життя; *weder Salz noch Schmalz haben* – (розм.) бути безсилим/ безпомічним; 3) назви страв (*Suppe, Brei, Braten* тощо): *die Suppe auslöffeln* – (розм.) вирішити проблему; *seinen Brei/ Senf dazugeben* – (розм., рідко) висловити свою думку, коли не питають; вставити своїх п'ять копійок.

Назви предметів одягу і взуття у складі ФО номінують стереотипи мислення і стереотипи поведінки: *einen feuchten/ nassen Hut aufhaben* – (розм., рідко, регіон.) бути трохи придуркуватим; *sich ins Hemd/ Hemdchen machen* – (розм.) злякатися; *unter dem Pantoffel sein* – (розм., фам.) бути підкаблучником (про чоловіка); *unter der Haube sein* – (розм.) бути одруженою (про жінку).

ФО з компонентом назви грошових одиниць мають давнє походження (крім *Mark, Euro*) і передають когнітивну інформацію через виокремлені ознаки образу (*Pfennig, Deut, Schilling, Taler, Gulden* тощо): *keinen Deut wert sein* – (розм.) не бути вартим щербатої копійки; *jeden Pfennig/ Groschen/ Cent/ Euro/ jede Mark*

zweimal/ dreimal umdrehen (müssen) – (розм.) (мусити) заощаджувати.

Позначення міри довжини, ваги, об'єму, часу тощо представлені у структурі ФО іменниками (*Lot, Kilo, Meile, Pfund, Grad, Meter, Minute, Sekunde, Stunde, Tonne* тощо): (*alles im Lot sein* – (розм.) повернутися у норму; *aus einer Meile sieben Viertel machen* – (розм., застар.) піти далеко в обхід; *zehn Meter gegen den Wind riechen* – (розм., фам.) дуже смердіти).

До артефактів належать створені людиною предмети, які представляють культурну, історичну, духовну цінність: *bis in die Puppen* – (розм., фам.) дуже далеко (скульптури античних богів у Тіргартен); *dastehen wie ein Junge von Meißen* – (розм., фам.) стояти як телепень (на основі дурнуватою виразу обличчя порцелянової ляльки біля входу на завод порцеляни у м. Майсен).

Національно-специфічне переосмислення колоронімів формує ФЗ, що передає НКІ, відображає ментальне світосприйняття: *jemandem wird es (ganz) grün und blau vor Augen* – (розм.) комусь потемніло перед очима; *grün um die Nase sein* – (розм.) бути хворим; бути недосвідченим; *grün/ gelb/ grün und gelb vor Neid werden* – (розм.) дуже заздрити; позеленіти від заздрості.

Зооніми, фітоніми, відображені у структурі ФО, виокремлюють ознаки рослин, диких та свійських тварин не лише флори і фауни Німеччини, але й екзотичні види: 1) дикі тварини: *wie ein Bär/ Dachs schlafen* – (розм.) міцно спати; 2) свійські тварини: *aussehen/ gucken wie eine Gans, wenn es donnert* – (розм.) виглядати як дурень; мати здивований вигляд; *arbeiten wie ein Pferd* – (розм.) працювати багато/ важко/ на межі сил; 3) екзотичні тварини: *ein Gedächtnis wie ein Elefant haben* – (розм.) мати хорошу пам'ять; *wie ein Affe auf dem Schleifstein sitzen* – (розм.) сидіти незручно, згорбившись.

Фітоніми, представлені у структурі ФО, репрезентують: 1) назви квітів: *Keine Rose ohne Dornen* – (присл.) немає нічого досконалого.; 2) назви дерев: *schlank wie eine Tanne sein* – (розм.) бути дуже стрункою (про жінку); 3) дикорослих рослин: *zusammenhängen/ zusammenkleben wie die Kletten* – (розм.) бути завжди разом, бути нерозлучним; бути хорошими друзями.

Фольклорні образи формують ВФ низки ФО переважно на основі міфів, казок, вірувань,

наприклад: 1) казки: *stark wie ein Bär* – (розм.) фізично сильний хлопець/ чоловік; *fleißig wie eine Biene* – (розм.) працююча дівчина/ жінка; 2) міфи: *Zwerg sein* – (розм., грубо) бути недомірком; (фам.) бути карликом (маленького зросту); (жарт.) бути дитиною (*Zwerg* – гном – міфічна істота); 3) вірування: *große Augen machen* – (розм.) дивуватися (на основі вірування про те, що очі немовляти стають особливо красивими після хрещення).

4.2. Транскультурний образ.

Транскультурні образи передають глобальне культурне різноманіття, відоме різним етногрупам і закарбоване у різних національних мовах. Зауважимо, що процес стереотипізації таких образів може демонструвати національно-специфічне їх бачення. Це представляє ФЗ, яке утворилося на основі ознак, виокремлених крізь призму національної культури. Низка транскультурних образів, слугуючи основою ВФ фразем, відображає розуміння і тлумачення їх значення на основі універсальних властивостей, які, на нашу думку, представляють універсальні цінності. До транскультурних образів відносимо такі, що виникли на основі міфів (грецька, германська міфологія), Біблії, пов'язані із загальновідомими артефактами, іменами всесвітньовідомих особистостей, відображають іншокультурні лакуни.

Міфологізми виконують роль ономазіологічної основи ВФ через: 1) виокремлення ознак у результаті національно-специфічної їх оцінки: *Venus von Kilo* – (розм., жарт.) товста жінка; *Adonis sein* – красень (у міфології фінікійців – Бог весни і відродження природи); 2) виокремлення універсальних ціннісних ознак: *wie im Elysium sein* – (рідко) бути у доброму гуморі; бути дуже щасливим (у грецькій міфології *Elysium* – поле блаженних і щасливих).

Образи германської міфології представлено у структурі ВФ на позначення стереотипів у значно меншій кількості: *Thors Hammer* – грім; гримить; *treu wie Nibelungen sein* – бути дуже відданим, вірним комусь.

Частина образів-біблеїзмів зазнала переосмислення під впливом національної культури, яка сприяла виокремленню важливих їх ознак з погляду мовців. Такі ФО із компонентом-біблеїзмом відображають особливості менталітету, транслюють НКІ, відзнаки світобачення, наприклад: *alt wie Methusalem* – (бібл., рідко)

бути дуже старим (Перша книга Мойсея свідчить, що Мануфайл прожив 969 років); *aussehen wie das Leiden Christi* – (розм., рідко) виглядати худим/змученим/хворим. Низка ФО із компонентами-біблеїзмами представляють транскультурний вибір і оцінку стереотипізованих ознак, що пояснюємо наявністю культурних універсалій, наприклад: *Auge um Auge, Zahn um Zahn* – око за око, зуб за зуб; *sich Asche aufs Haupt streuen* – (розм.) побиватися за чимось, (досл.) посипати голову попелом.

Імена всесвітньовідомих особистостей у структурі ФО відображають бачення властивостей транскультурних образів у світлі національної культури, наприклад: *kein Bismarck sein* – (розм., фам., рідко) бути не дуже розумним; *das Ei des Kolumbus* – (рідко) просте вирішення складного завдання; *homerisches Gelächter* – (висок.) гомеричний/зловіщий сміх.

Іншокультурні лакуни у структурі німецьких ФО відображають стереотипне бачення і ціннісні складові образу чужої культури. Поширені і відомі образи з інших культур фіксуються у різних національних мовах завдяки своїй виразності та незвичності/екзотичності: *eine heilige Kuh/ heilige Kühe schlachten* – (розм.) порушити правила (Священна корова у індуїзмі і буддизмі).

Отже, образ розуміємо як відображення у свідомості результатів процесу пізнання. Новоутворені образи складаються крізь антропоцентричну призму із вже відомих пам'яті образів і уявлень про предмет/ явище, яке пізнається. У результаті мисленневих операцій аналізу, синтезу, абстрагування і узагальнення на основі вказаних вихідних даних формується абстрагований спрощений/ схематичний образ, який потребує вербалізації засобами словесних метафор.

Образ володіє певним набором ознак, характеристик. Мотиватором формування ФЗ виступає виокремлена ознака образу, вербалізація якої потребує відповідної мовної форми. Інші ознаки образу не активуються при лінгвалізації, але імпліцитно присутні у структурі ФЗ і можуть впливати на прагматичні потенції мовного знаку.

Базою творення ФО на позначення стереотипів визначено національно-культурні та транскультурні образи. Зауважимо, що транскультурні образи переосмислюються у межах національної культури з урахуванням ментальних особливостей мовців. Саме це впливає на вибір ознаки образу, яка сформує основу ВФ фраземи і відобразить лінгвально певне стереотипне уявлення.

Аналіз основи ВФ фразем національно-культурного походження виявив низку генетичних груп образів, які репрезентовано у структурі ФО: 1) онімами (відомі особистості, історичні особистості, поширені народні імена), 2) топонімами (географічні назви, гідроніми, ороніми), 3) астронімами, 4) гастронімами (назви посуду, назви продуктів, назви страв), 5) назвами предметів одягу і взуття, 6) назвами грошових одиниць, 7) міри довжини, ваги, об'єму і часу, 8) артефактами, 9) колоронімами, 10) зоонімами, фітонімами, 11) фольклорними образами (на основі міфів, казок, вірувань).

Менш чисельну групу представляють ФО, що виникли на основі транскультурних образів, репрезентованих: 1) міфологізмами, 2) біблеїзмами, 3) іменами всесвітньовідомих особистостей, 4) іншокультурними лакунами.

Перспективами подальших розвідок вбачаємо вивчення пресупозицій та виявлення їх генетичних груп, які послуговували основою формування ВФ фразем для позначення стереотипів у німецькій мові.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Алефиренко Н. Ф. Теоретические основы учения о «внутренней форме» фразем. *Семантика языковых единиц*. Москва, 1996. С. 128–130.
2. Алефиренко Н. Ф., Аглеев И. А. Когнитивная метафора и фраземосемиозис. *Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами* : сб. науч. тр. по итогам III Междунар. науч. конф. (Белгород, 19–21 марта 2013 года) / отв. ред. проф. Н. Ф. Алефиренко. Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. С. 29–32.
3. Добровольский Д. О. Беседы о немецком слове. Москва : Языки славянской культуры, 2013. 752 с. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=q8GFCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false>
4. Мелерович А. М. О внутренней форме фразеологизма. *Вопросы семантики фразеологических единиц. (На материале русского языка)*. Часть 1. Тезисы докладов и сообщений. Новгород, 1971. С. 58–66.
5. Особливий статус корови в індуїзмі або поклоніння священній тварині. URL: <https://ukranimals.ru/zdorovja/18791-osoblivij-status-korovi-v-induizmi-abo-pokloninnja.html>

6. ПАУСФС: Практичний англо-український словник фразеологічних синонімів. A Living English-Ukrainian Dictionary of Phrasal Synonyms. Автори – укладачі: Береза Т. А., Коцюк Л. М., Кулинський О. С. URL: https://www.oa.edu.ua/ua/departments/filologist/filol_literature/dictionary
7. Потебня А. А. Слово и миф в народной культуре. Собр. тр. [Т. 2]. Москва : Лабиринт, 2000. 479 с.
8. Телия В. Н. Русская фразеология в контексте культуры: семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. Москва : Языки русской культуры, 1986. 260 с.
9. Фреге Г. Смысл и денотат. Семиотика и информатика. Москва, 1977. № 8. С. 185.
10. Священна корова. Історія релігій. URL: <https://tureligious.com.ua/sviashchenna-korova/>
11. Bargmann S., Sailer M. The syntactic flexibility of semantically non-decomposable idioms. URL: <https://langsci-press.org/catalog/view/184/1006/1068-1>
12. Burger H., Buhofer A., Sialm A. Handbuch der Phraseologie. Walter de Gruyter Berlin – New York, 1982. 420 S. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=cZRKdD-xrXgC&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false>
13. DWDS: Der deutsche Wortschatz von 1600 bis heute. URL: <https://www.dwds.de/wb/Hund>
14. Duden. Rechtsschreibung. URL: <https://www.duden.de/rechtsschreibung/Hund>
15. WRARWiASWUS: Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. URL: <https://www.redensarten-index.de/>

REFERENCES:

1. Alefirenko, N. F. Teoreticheskie osnovy ucheniya o “vnutrenney forme” frazem. [Theoretical foundations of the doctrine of the “internal form” of phrases]. *Semantika yazykovyih edinits*. Moskva, 1996. S. 128–130. [in Russian]
2. Alefirenko, N. F., Agleev, I. A. Kognitivnaya metafora i frazosemioz. Kognitivnyie faktoryi vzaimodeystviya frazeologii so smezhnyimi distsiplinami: sb. nauch. tr. po itogam III Mezhdunar. nauch. konf. [Cognitive metaphor and phrasosemiosis]. (Belgorod, 19–21 marta 2013 goda) / otv. red. prof. N. F. Alefirenko. Belgorod : ID “Belgorod” NIU “BelGU”, 2013. S. 29–32. [in Russian]
3. Dobrovolskiy, D. O. Besedy o nemetskom slove. [Conversations about the German word]. Moskva : Yazyiki slavyanskoy kulturyi, 2013. 752 s. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=q8GFCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> [in Russian]
4. Melerovich, A. M. O vnutrenney forme frazeologizma. [On the internal form of phraseology]. *Voprosy semantiki frazeologicheskikh edinits*. (Na materiale russkogo yazyika). Chast 1. Tezisyi dokladov i soobscheniy. Novgorod, 1971. S. 58–66. [in Russian]
5. Osobliviy status korovi v InduYizmi abo poklonInnya svyaschennIy tvarinI. URL: <https://ukranimals.ru/zdorovja/18791-osobliviy-status-korovi-v-induizmi-abo-pokloninnja.html> [in Ukrainian]
6. PAUSFS: Praktichniy anglo-ukraYinskiy slovník frazeologIchnih sinonImIv. [A Living English-Ukrainian Dictionary of Phrasal Synonyms]. Avtori-ukladachi: Bereza T. A., Kotsyuk L. M., Kulinskiy O. S. URL: https://www.oa.edu.ua/ua/departments/filologist/filol_literature/dictionary [in Ukrainian]
7. Potebnya, A. A. Slovo i mif v narodnoy kulture. [Word and myth in folk culture]. Sobr. tr. [T. 2]. Moskva : Labirint, 2000. 479 s. [in Russian]
8. Teliya, V. N. Russkaya frazeologiya v kontekste kulturyi: semanticheskie, pragmaticheskie i lingvokulturologicheskie aspektyi. [Russian Phraseology in the Context of Culture: Semantic, Pragmatic and Linguistic and Cultural Aspects]. Moskva : Yazyiki russkoy kulturyi, 1986. 260 s. [in Russian]
9. Frege, G. Smyisl i denotat. Semiotika i informatika. Moskva, 1977. № 8. [in Russian], [Meaning and denotation].
10. Svyaschenna korova. IstorIya religIy. [Sacred cow. History of religions]. URL: <https://tureligious.com.ua/sviashchenna-korova/> [in Ukrainian]
11. Bargmann, S., Sailer, M. The syntactic flexibility of semantically non-decomposable idioms. URL: <https://langsci-press.org/catalog/view/184/1006/1068-1> [in English]
12. Burger, H., Buhofer, A., Sialm, A. Handbuch der Phraseologie. [Handbook of Phraseology]. Walter de Gruyter Berlin – New York, 1982. 420 S. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=cZRKdD-xrXgC&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> [in German]
13. DWDS: Der deutsche Wortschatz von 1600 bis heute. [German vocabulary from 1600 up to today]. URL: <https://www.dwds.de/wb/Hund> [in German]
14. Duden. Rechtsschreibung. [Duden. Orthography]. URL: <https://www.duden.de/rechtsschreibung/Hund> [in German]
15. WRARWiASWUS: Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. [Dictionary for the turns of speech, turns of phrase, idiomatic expressions, sayng, colloquial speech]. URL: <https://www.redensarten-index.de/> [in German]