

## ЛОКАТИВ ЯК МОТИВАТОР ФРАНЦУЗЬКИХ ГАСТРОНІМІВ

канд. філол. наук, ст. викл. **Яніна Валентинівна Браницька**  
Черкаський національний університет ім.Б. Хмельницького  
м. Черкаси, Україна

**Актуальність дослідження** визначається загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на розгляд мови як семіотичного засобу репрезентації когнітивних процесів, структур й операцій свідомості. Як зазначає О.С. Кубрякова, «мова не тільки певним чином відображає дійсність або ж впливає на це відображення, – вона є «вікном» у свідомість людини...засобом доступу до її розуму і до тих мисленнєвих (ментальних, психічних, внутрішніх) процесів, що здійснюються в її голові» [3, 12]. У такому аспекті показовим матеріалом є номінаційний масив будь-якої мови, що зберігає результати концептуалізації й категоризації світу та внутрішнього рефлексивного досвіду народу, його культурні норми й цінності. Найбільш яскраво когнітивне підґрунтя мовних знаків простежується при дослідженні процесу мотивації як «наскрізної лінгвопсихоментальної операції, результатом якої є семантико-ономасіологічна залежність мовних знаків, що виникла на підставі складної системи конекцій концептів людської свідомості» [8, 158].

Такий підхід до мотивації, упроваджений українською дослідницею О.О. Селівановою й апробований у численних розробках прихильників її наукової школи, інтегрує два вектори аналізу: від слова до думки і від думки до слова – і дає змогу не лише простежити різні способи вибору мотиваторів зі структур знань про позначене, а й описати ці структури, зважаючи на взаємодію різних пізнавальних механізмів свідомості. Таким чином, традиційний розгляд словотворчої мотивації як процесу формування семантичного й формального зв'язку між похідним і твірним словом на ґрунті значення й форми мовних одиниць був доповнений новим рівнем аналізу.

У романістиці мотивація здебільшого трактується традиційно, виключно з позицій дериватології. Це можна пояснити впливом семіотичної концепції Ф. де Соссюра, у якій найважливіша властивість знака розглядається як «відсутність усілякого зв'язку з позначеним об'єктом і, таким чином, відсутність навіть непрямої залежності від об'єкта у своєму подальшому розвитку» [9, 91]. Як підкреслюють А. Греймас і Ж. Курте, лінгвісти, що слідували за Ф. де Соссюром, вважали виключення із семіозису референта необхідною умовою розвитку лінгвістики [1, 532-536]. У французькому мовознавстві це положення поширилося на теорію номінації, де «включення референта до аналізу вважалося таким, що виходить за межі лінгвістичних завдань» [12, 43; 11, 343; 10, 5-11]. Мотивованість слова пояснювалася тим, що «ми можемо проаналізувати й здійснити операцію із наявними морфемами» [12, 43].

Однак під впливом синтаксичної концепції Л. Теньєра, теорії рольової граматики У. Чейфа і Ч. Філлмора, а також розробок пропозиційного підґрунтя мотиваційних процесів, здійснених представниками наукової школи російської дослідниці О.С. Кубрякової, і російського семантичного синтаксису (Г.О. Золотова, В.В. Богданов, Н.Д. Арутюнова й ін.) у славістичних студіях

Франції уже з'явилися перші спроби проектування похідних слів на складники предикатно-актантних рамок або предикатно-аргументних структур (Ж.-П. Бенуа). У сучасній вітчизняній романістиці когнітивно-ономасіологічне дослідження мотивації композитів представлено у публікаціях Я.Р. Мутон [5], яка на підставі концепції мотивації О.О. Селіванової, описала когнітивне підґрунтя композиції у французькій мові порівняно з російською. Дослідження мотивації у когнітивно-ономасіологічному аспекті не суперечить постулатам Ф. де Соссюра, оскільки до уваги береться не сам референт як об'єкт дійсності, а позначене, тобто другий бік мовного знака, який є уявленням про референт, представленням його проєкції в етносвідомості.

**Метою** нашої статті є дослідження мотиваційної функції локатива як одного із фрагментів структур знань про позначене, що служить базою для творення французьких назв страв (гастронімів). **Матеріалом** послужили понад 1900 мотивованих локативом французьких гастронімів, вилучених з енциклопедичного словника французької мови й рецептурних довідників [13; 14; 15]. Вибір цього лексичного масиву французької мови предметом аналізу мотивації зумовлений тим, що французька кухня є однією з найоригінальніших і найбільш впливових у світі, а найменування її страв якнайкраще відтворюють специфіку світобачення, культуру, традиції французького етносу.

**Новизна** дослідження полягає в тому, що у романістиці з когнітивно-ономасіологічних позицій цей лексичний клас уперше підлягає комплексному аналізу. До того ж характеристика мотиваційних механізмів французьких гастронімів спирається на новітні й актуальні концепції когнітивної ономасіології й лінгвістики, семантичного синтаксису, етнолінгвістики, лінгвокультурології, міжкультурної комунікації. Головним **методом** дослідження є когнітивно-ономасіологічний аналіз, методика якого розроблена О.О. Селівановою і містить два етапи: інтерпретацію ономасіологічної структури і когнітивне моделювання структури знань про позначене [8]. З огляду на висунуту дослідницею типологію мотивації, функціональні ознаки локатива як мотиватора розглядаються нами в межах пропозиційно-диктумної мотивації, що характеризується використанням знаків мотиваторів у прямому значенні, які обираються з ядерної частини структури відносно істинних і несуперечливих знань про позначене – пропозиційної.

Узагалі локатив є складником пропозиції, зокрема, предикатно-аргументної структури, компонентом зі значенням місцезнаходження [2, 431]. Він нерідко служить диференційною ознакою страви, з одного боку, уточнюючи місце приготування, з іншого боку, за ним криється інформація фонового характеру, яка добре відома представникам французького етносу. Так, локатив на позначення сторони світу *à l'orientale* гастронімів *œufs à l'orientale* (13, 160), *riz à l'orientale* (15, 834), *grondin à l'orientale* (13, 191) актуалізує у свідомості французів уявлення про східну кухню, характерними рисами якої є гострота страви, насиченість великою кількістю різноманітних спецій: «*Recouvrir avec le vin blanc, les tomates coupées en morceaux et l'assaisonnement: sel, poivre, ail, thym, laurier et safran...*» (13, 191-192). Такий локатив отримує статус прототипу (Л. Вітгенштейн, Е. Рош, Дж. Лакофф), оскільки вказує на типовість певної сукупності ознак і ступінь значимості таких ознак для віднесення того чи іншого об'єкта до відповідної категорії, що

формується на підставі досвіду людини, образності її концептосистеми [6, 48-49].

Мотиватор-локатив в ономаціологічній структурі французьких гастрономів імплікує прототиповий сценарій приготування певної страви. Так, локатив на позначення Португалії (*à la portugaise*), який корелює у складі французьких гастрономів переважно з назвою риби *alose à la portugaise* (13, 171), *lotte à la portugaise* (13, 179), *anguille à la portugaise* (13, 185), *dorade à la portugaise* (13, 190) є показником способу приготування: «*Faire, dans le fond d'un plat, un lit avec la moitié des tomates coupées en quartiers. Saupoudrer d'oignons hachés, de persil. Y mettre le poisson. Recouvrir avec le reste des tomates coupées, le reste des oignons hachés, les champignons coupés, le vin blanc, le beurre. Mettre sur le feu et faire cuire 10 mn. Puis mettre au four pendant 30 mn*» (13, 171).

Мотиватори-локативи на позначення Греції в ономаціологічній структурі французьких гастрономів відтворюють прототипові ознаки грецької кухні – насиченість спеціями і використання томатів в якості інгредієнта. Так, *champignons à la grecque* (13, 97), *gratin à la grecque* (13, 631) містять *tomates, sel, poivre, muscade, coriandre* (13, 631).

У найменуваннях страв знання та уявлення французів про власну кухню здебільшого репрезентовані мотиватором-локативом на позначення французьких історичних провінцій, департаментів і регіонів. Так, бажання французів ідентифікувати себе за регіональним походженням спостерігається у гастрономіях, мотивованих локативом, що містить інформацію щодо компонентів страви: *bourguignon – poivrons, tomates et oignons, niçois – olives (et généralement tomates), normand – de la crème (et des champignons), provençal – tomates et huile d'olive, périgourdin – morceaux de canard ou d'oie* (16, 53). Імплікована культурна інформація стосовно прототипових інгредієнтів регіональних страв підтверджується текстами рецептурних довідників. Так, до складу *lapereau à la niçoise, ris de veau niçoise* (13, 278), входять 15-18 чорних оливок і томатний соус: «*ajouter les olives tournées, la sauce tomate*» (13, 351). Гастрономіями з локативом *à la provençale* маніфестують компоненти страви *morue à la provençale*: «*500 gr. tomates, 125 gr. olives noires, 3 cl. huile...*» (13, 199). Прототипові ознаки кухні південних провінцій (Прованс, Лангедок, Гасконь) добре відомі французам: гострота, значне використання вин і спецій у приготуванні їжі, особливо часнику й цибулі [7, 6]. Так, французькі гастрономіями, мотивовані локативом *à la provençale*, позначають переважно страви з м'яса, дуже насичені спеціями і заправлені вином: *biftecks à la provençale* (13, 232), *épaule à la provençale* (13, 287): «*Prendre une épaule désossée; y mettre une farce... Faire revenir dans le beurre le lard coupé, les oignons. Y mettre l'épaule. Ajouter les carottes en rondelles, le bouquet garni. Assaisonner et mouiller avec le bouillon chaud. Mettre la purée de tomates...*» (13, 287).

Мотиватор-локатив, представлений географічною назвою, протиставлений іншому типу локатива, який вказує на певне місце у ситуації приготування їжі. Локатив, відтворений у назвах глибинних відмінків, що є граматичними у деяких мовах, представлений 1) інесивом і 2) адесивом. Перший виражає значення внутрішнього перебування в чомусь [4, 213] і вербалізується в ономаціологічній структурі французьких гастрономів за допомогою

прийменників *à, en: foie grillé à la poêle* (13, 272), *poulet en cocotte* (13, 272), *cailles en casserole* (15, 609), *rôti à la casserole* (13, 235), *langue au four* (13, 274), *poule au pot* (13, 338). Адесив в ономаціологічній структурі гастрономів виражає значення перебування на чомусь, на поверхні чогось [4, 213] і репрезентується за допомогою прийменника *sur: champignons sur le gril* (13, 376), *purée sur croûtons* (14, 290). Локатив такого типу переважно позначає посуд, що служить для подавання до столу: *œuf sur le plat* (15, 255), *sole sur le plat* (15, 394).

Мотиватор-локатив, що позначає місце у ситуації приготування, може актуалізувати у свідомості споживача імпліковані компоненти пропозиції, як-от предикати температурного впливу: *langue au four* (13, 274), *veau à la casserole* (13, 258), *cailles en cocotte* (13, 358) – гастрономі містять вказівку на способи приготування страви: печіння, варіння й тушіння. Наприклад, мотиватор-локатив французького гастронома *poulet au four* вказує на імплікований предикат – смажити: «*Brider le poulet. Parsemer de quelques petits morceaux de beurre ou barder. Faire cuire à four chaud, 20 mn...*» (13, 332).

Підводячи підсумки, треба зазначити, що локатив є одним із найважливіших складників структури знань, який отримує статус ономаціологічної ознаки французьких гастрономів. Функціями мотиватора-локатива французьких гастрономів є позначення місця у ситуації приготування їжі, що є важливим для споживача, оскільки актуалізує у свідомості інші складники пропозиції, а також використання назви певної територіальної одиниці з метою представлення культурної інформації фонового характеру, яка добре відома французам (інгредієнти страви, спосіб приготування, смакові властивості). Перспективою нашого дослідження є детальний аналіз мотиваційних функцій інших складників пропозиції та інших типів мотивації, що поглибить наші уявлення про мову, етносвідомість і культуру французького народу.

### Література

1. Греймас А., Курте Ж. Семиотика. Объяснительный словарь теории языка // Семиотика. – М.: Радуга, 1983. – С. 5
2. Золотова Г.А. Синтаксический словарь: Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. – М.: Наука, 1988. – 440 с.
3. Кубрякова Е.С. Язык и знание. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
5. Мутон Я.Р. Змішана мотивація композитів у російській і французькій мовах // Мова й концептуальна картина світу: Зб. наук. праць / За ред. О.І. Чердніченка. – К.: Вид-во Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2002. – С. 363-368.
6. Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. — М.: Прогресс, 1989.— Вып. 23. — 420 с.
7. Петроченко В.В., Филиппук Н.И., Поляков Д.Н. Рецепты французской кухни. Les recettes de le cuisine française. – М.: Бук Чембер Интернешенл, 1991. – 255 с.

8. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология. – К.: Фитосоциоцентр, 2000. – 248 с.
9. Соссюр де Ф. Заметки по общей лингвистике. – М.: Прогресс, 1990. – 280 с.
10. Berline M.I., Vodneva N.P., Parfeniev V.N. Aspects lexicaux du français: approche pratique. – Minsk: Vychеichaya chkola, 1985. – 159 p.
11. Dictionnaire de linguistique / J.Dubois, M. Giacome, L. Guespin. – P.: Larousse, 1994.
12. La lexicologie. / R. Eluеrd – P.: Presses Universitaire de France, 2000. – 128 p.
13. Mathiot G. Je sais cuisiner. – P.: Editions Albin Michel, 1932. – 701 p.
14. Mathiot G. Je sais faire la Pâtisserie. – P.: Editions Albin Michel, 1938. – 377 p.
15. Petit Larousse de la cuisine: 1800 recettes. – P.: Larousse-Bordas, 1998. – 1088 p.
16. Thibeault F. Aimer une terre, une histoire, un savoir-faire // Le Français dans le Monde. – 2006. – № 346 (juillet-août). – P. 53-54.

## **НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЗНАЧЕННЯ КОЛЬОРІВ BLEU / AZUL ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ Й ІСПАНСЬКОЇ МОВ)**

ст. викл. **Тетяна Михайлівна Бунь**

викл. **Олена Сергіївна Пінковська**

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького  
м. Черкаси, Україна

Цікавість щодо словосполучень, які виражають наші відчуття кольорів, зумовлена бажанням розкрити і зрозуміти колірну картину світу іншого етносу. Цьому сприяє зіставне вивчення мов, яке спрямоване на виявлення в них універсального і національного. Об'єктом нашого дослідження є семантичні і національно-культурні особливості позначення кольору *bleu* французької мови і *azul* іспанської мови та специфіка їх перекладу.

В античності синій (блакитний) колір, в порівнянні з іншими кольорами, мало використовувався. У класичній латині не було чіткого найменування синього (блакитного) кольору і, напевно, тому французька мова запозичила позначення кольору *bleu* від франского *blao* (нім. *blau*, англ. *blue*). В іспанській мові лексема, що означає синій (блакитний) колір, запозичена з арабського *lazawárd* < перського *lagvard* або *lazvard* < санскриту *rajavarta*.

Починаючи з XII ст. не тільки завдяки прогресу фарбувальних технологій, але і в основному завдяки культу Діви Марії, яка за традицією була одягнена в синє, цей колір отримує визнання. Синій колір стає символом неба, раю, вічності, духовності, правди і божественної мудрості.