

**MINISTERIUM FÜR BILDUNG UND WISSENSCHAFT  
DER UKRAINE  
NATIONALE BOHDAN-CHMELNYTZKYJ-UNIVERSITÄT  
TSCHERKASY**

Lehrwissenschaftliches Institut für Fremdsprachen  
Lehrstuhl für Deutsche Philologie  
014 Deutsche Sprache und Literatur

Lehrstuhlleiterin  
Owsienko L. O.  
Dr. sc. philol.

\_\_\_\_\_  
(дата, підпис)

**QUALIFIKATIONSARBEIT**

Bildungsstufe «Master»

**GASTRONYME IM MODERNEN DEUTSCHEN:  
KOGNITIV-ONOMASIOLOGISCHER ASPEKT**

**Studentin der Gruppe 65, Salohor, Nataliia Volodymyrivna** \_\_\_\_\_  
(підпис)

**Wissenschaftliche Betreuerin, Oberlehrerin, Dr. sc. Philol., Strojкова S. A.** \_\_\_\_\_  
(підпис)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

Навчально-науковий інститут іноземних мов

Кафедра німецької мови

Спеціальність 014 Середня освіта

Німецька мова і література

До захисту допускаю  
завідувач кафедри  
кандидат філол. наук,  
доц Овсієнко Л.О.

\_\_\_\_\_  
(дата, підпис)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

освітнього ступеня «магістр»

**ГАСТРОНІМИ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ:  
КОГНІТИВНО-ОНОМАСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ**

Студент групи 65 Салогор Наталія Володимирівна \_\_\_\_\_

(підпис)

Науковий керівник кандид. філол. наук, ст. викладач Стройкова С.А. \_\_\_\_\_

(підпис)

## ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НІМЕЦЬКИХ ГАСТРОНІМІВ.....	9
1.1. Проблема номінації в лінгвістиці .....	9
1.2. Методика когнітивно-ономасіологічного аналізу німецьких гастронімів.....	15
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПІВ І РІЗНОВИДІВ МОТИВАЦІЇ НІМЕЦЬКИХ ГАСТРОНІМІВ .....	22
2.1 Пропозиційно-диктумна мотивація німецьких гастронімів.....	22
2.2 Ономасіологічна структура пропозиційно мотивованих німецьких гастронімів.....	24
2.3 Характеристика пропозиційно-диктумної мотивації німецьких гастронімів.....	28
2.4 Характеристика асоціативно - метафоричної мотивації німецьких гастронімів.....	37
2.5 Прецедентна мотивація німецьких гастронімів.....	40
2.5.1. Характеристика прецедентної мотивації німецьких гастронімів.....	42
2.6 Змішана мотивація німецьких гастронімів.....	43
2.6.1. Модусний компонент змішано мотивованих німецьких гастронімів.....	45
Висновки до розділу 2.....	48
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	56
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ .....	61

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

МПК – ментально-психонетичний комплекс

Adj – прикметник

N – іменник

N<sub>comp</sub> – іменник-комполит

Adj<sub>comp</sub> – прикметник-комполит

## ВСТУП

Кваліфікаційну роботу присвячено аналізу німецьких гастрономів у когнітивно-ономасіологічному аспекті.

Дослідження найменувань німецьких гастрономів, які спрямовані на когнітивні механізми творення, поєднують теоретичні та практичні роботи класичних та сучасних напрямків мовознавства (К. Іваненко, О. Рахіліна, Ю. Степанов, О. Шевченко та ін.), когнітивної семантики (М. Джонсон, Дж. Лакофф та ін.), когнітивної ономасіології (О. Кубрякова, О. Селіванова).

Німецькі найменування страв стали об'єктом лінгвістичного аналізу в різних аспектах. Назви страв (гастрономіи) було розглянуто у семантичному ракурсі на матеріалі російської мови (М. Нікітін); у когнітивно-ономасіологічному аспекті на матеріалі французької мови (Я. В. Браницька), у лінгвокультурологічному висвітленні на матеріалі німецької та української мов (Р. О. Каракевич), а також у складі фразеологічних одиниць німецької мови (О. Л. Лапиніна, Г. Б. Молех). Однак назви страв у сучасній німецькій мові ще не були предметом дослідження, зокрема й в обраному нами когнітивно-ономасіологічному аспекті, що увиразнює актуальність нашої роботи.

**Актуальність дослідження** визначається загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на розгляд мови як семіотичного засобу репрезентації когнітивних процесів, структур й операцій свідомості. Зокрема, у номінативному масиві мови відтворюються результати концептуалізації й категоризації світу та внутрішнього рефлексивного досвіду народу, його культурні норми й цінності.

**Мета** дослідження полягає у з'ясуванні когнітивного підґрунтя мотивації гастрономів німецької мови та характеристиці їхніх мотиваційних типів і різновидів. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- обґрунтувати теоретичні засади когнітивно-ономасіологічного аналізу мотивації назв страв у німецькій мові;

- встановити типологію мотиваційних процесів у знаковій системі німецьких гастрономів;
- з'ясувати механізм й особливості пропозиційно-диктумного типу мотивації німецьких назв страв;
- описати різновиди ономасіологічних структур пропозиційно мотивованих німецьких гастрономів;
- охарактеризувати різновиди асоціативно-метафоричної мотивації найменувань страв з огляду на механізми метафоричної переінтерпретації та типи донорських культурних кодів німецького етносу;
- обґрунтувати лінгвокультурну специфіку прецедентної мотивації, висвітливши систему головних прецедентних феноменів, застосованих у процесі номінації страв.

*Об'єктом* дослідження є ономасіологічні структури німецьких назв страв і когнітивні моделі, покладені в основу їхнього творення.

*Предметом* дослідження стали мотиваційні зв'язки ономасіологічних структур німецьких гастрономів, їхньої семантики із фрагментами знань про позначене.

**Матеріалом** дослідження є 275 назв страв, виокремлених шляхом суцільної вибірки з німецьких словників та спеціалізованих інтернет – джерел.

Головним **методом** дослідження німецьких гастрономів є когнітивно-ономасіологічний аналіз, який уможливив встановлення типів та різновидів мотивації німецьких назв страв на підставі інтерпретації їхньої ономасіологічної структури та когнітивного моделювання структури знань про позначення. Допоміжними методиками є компонентний аналіз, що дає змогу встановити семантичну структуру складників німецьких гастрономів, а також лінгвокультурологічний аналіз, спрямований на з'ясування культурної ваги прецедентних феноменів.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає в тому, що в роботі вперше визначено типи мотивації німецьких назв страв; розкрито особливості мотивування німецьких гастрономів. Новим є визначення головних донорських

культурних кодів, що постачають знаки до сфери кулінарії; аналіз механізмів їхньої метафоричної переінтерпретації.

**Теоретичне значення** роботи полягає у подальшій розробці мотиваційних механізмів німецьких найменувань страв у когнітивно-ономасіологічному аспекті, що є внеском до когнітивної ономасіології.

**Практичне значення** кваліфікаційної роботи зумовлене можливістю використання її основних положень у теоретичному курсі лексикології. Результати дослідження можуть бути використані при підготовці спецкурсів із когнітивної ономасіології, когнітивної семантики, лінгвокультурології, етнолінгвістики, лінгвокраїнознавства, міжкультурної комунікації тощо.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Основні положення й результати обговорювалися на XXII Всеукраїнській науковій конференції молодих учених «Родзинка» (Черкаси, 2021р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Таврійські філологічні наукові читання» (Херсон, 2021).

**Публікації.** Результати та основні положення дослідження висвітлено у двох тезах доповідей на конференціях та одній науковій статті (Мовознавчий збірник (Черкаси, 2021)). Загальний обсяг публікацій – 0,5 др. арк.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох основних розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури та списку фактичного матеріалу.

У **вступі** обґрунтовується актуальність теми роботи, визначається мета та завдання дослідження, встановлюється його об'єкт і предмет, фактичний матеріал та застосовані методи аналізу, описується новизна, теоретичне і практичне значення отриманих результатів.

У **першому** розділі «Теоретичні засади дослідження німецьких гастрономів» викладено основні проблеми теорії номінації, а також охарактеризовано шляхи когнітивно-ономасіологічного аналізу німецьких гастрономів. У процесі дослідження було виділено та описано основні методи та

принципи, на яких ґрунтується увесь перебіг вивчення механізмів німецьких гастронімів.

**Другий розділ** «Характеристика типів і різновидів мотивації німецьких гастронімів» присвячено визначенню типів і різновидів мотивації німецьких назв страв, а також когнітивно-ономасіологічному аналізу обраних німецьких найменувань страв.

У **загальних висновках** узагальнюються основні теоретичні положення і практичні результати кваліфікаційної роботи, окреслюються перспективи подальших досліджень.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ МОВНИХ ОДИНИЦЬ

### 1.1 Проблема номінації в лінгвістиці

Сьогодні номінацією позначають процес творення мовних одиниць, що функціонують для називання й виокремлення фрагментів дійсності, а також створення понять про них у формі речень, словосполучень чи слів. Результат процесу найменування, утворення значущих одиниць також можна віднести до визначення номінації. Вивчення цього мовного процесу та отримання відповідно результатів належить до теорії номінації, яка в свою чергу належить до спеціального розділу мовознавства [41, с. 1–4].

Номінація пов'язує світ дійсності зі світом мови, встановлює кореляцію між предметом й обраною для нього назвою, з'єднує точку простору екстралінгвального з точкою простору мовного, вона є відношенням позначення й позначуваного як відношення відповідної мовної одиниці і позначеної нею реалії [15, с 8]. Це дає можливість дослідити найменування не лише як результат семіотичної діяльності, а і як продукт концептуалізації й категоризації світу та внутрішнього рефлексивного досвіду народу.

Номінативна підсистема мови є об'єктом вивчення окремої галузі лінгвістичної науки – теорії номінації, яка ставить перед собою глобальне завдання вивчення номінативної техніки, різних засобів номінації, процесу перетворювання фактів позамовної дійсності в надбання системи і структури мови [34, с. 147]. У мовознавстві різні номінативні процеси вивчаються у розділі словотвору, лінгвосеміотики та ономасіології.

Першим аспектом вивчення номінації є **словотворчий**. Словотвір як лінгвістична дисципліна спрямований на встановлення типів словотворчих процесів, способів, моделей, на основі яких створюються нові номінативні одиниці в мові, адже будь-яке найменування не є аномальним, воно

підкорюється законам мовної аналогії словотворчої підсистеми і утворюється згідно із закономірностями цієї системи [34, с. 154].

Неопозитивістська теорія значно вплинула на самостійну лінгвістичну дисципліну таку як словотвір. Головною ідеєю у словотворі було прийняття синтаксичних процесів та створення мовних висловів. Матеріали новотворів допомагають розкрити сутність словотвору, який вважається важливим різновидом не тільки комунікативної, але ще й номінативної діяльності. Під самим значенням «новотвори» розрізняють похідні слова, які не стосуються словників сучасної німецької мови [16, с. 24–30].

Словоскладання є особливістю німецького словотвору, О.С. Кубрякова описує словотвір, який складається з мовних одиниць за певними правилами і належить до особливих розділів мовознавства. Вмотивованість проявляється найкраще у похідних словах та є провідною рисою номінації. Похідне слово відтворює номінативні засоби мови і стає результатом роботи свідомості з установкою мовних засобів зв'язків між предметами. Словотвір наділений різними аспектами для акту номінації. Наприклад, знак завжди повторюється у структурі нового найменування, після того як були в структурі вихідної одиниці; похідне слово відбувається вже на основі готових одиниць мови; нова назва будується як однослівна [34, с. 146].

Похідні номінативні одиниці стали предметом дослідження дереваційної ономасіології, яка виявляє зв'язок словотвору і теорії номінації. Важливим фактором для теорії номінації стала потреба у роз'ясненні наступних проблем: роль індивідуума й суспільства, досвід, взаємозв'язок мови і мислення з навколишньою дійсністю [7, с. 2–6].

Словотвір не можна конкретно віднести як до системи німецької мови, так і до загального мовознавства. ХХ століття стало початком розгляду словотвору як частини граматики у складі морфології. Лише після виокремлення лексикології як самостійної дисципліни, словотвір почали розглядати як частину мовознавства [13, с. 144].

Другим аспектом вивчення номінативної підсистеми мови є **лінгвосеміотичний**, оскільки семіотика визначає насамперед співвідношення між формою знака, його значенням, змістом (більш широким ніж значення), який в нього вкладається й фіксується у свідомості всіх носіїв мови, і позамовною дійсністю, яка може пов'язуватися з мовним знаком [34, с 120].

Третім важливим аспектом у нашій роботі є **ономасіологічний**. Виокремлення ономасіології як самостійної галузі мовознавства тісно пов'язане з іменем німецького дослідника А. Цаунера. У 1903 році мовознавець запропонував виділити новий напрям аналізу слів у межах лінгвістичної семантики, альтернативний семасіологічному. Однак тенденція розмежування лінгвістичної семантики спостерігалася вже наприкінці ХХ ст. у працях М.М. Покровського. Дослідник багато уваги приділив глибокому дослідженню діахронічних процесів у лексико-семантичній і словотвірній підсистемах різних мов, проаналізував залежність номінації та культури, традицій, звичаїв, побуту народу. Можна зазначити, що М.М. Покровський уперше продемонстрував і пояснив човникову операцію між номінативним процесом й осмисленням дійсності, тобто між концептуальною та мовною картинами світу [34, с. 248].

На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки традиційну ономасіологію нерідко ототожнюють із теорію номінації [25, с. 217–224]. Однак дослідники вважають, що теорія номінації і ономасіологія не є однопорядковими науковими галузями, а лише дисциплінами, що перетинаються [31, с. 64–86]. Якщо перша спрямована на вивчення співвідношення навколишнього світу, свідомості й мови, то об'єктом другої виступає перш за все номінативна підсистема мови, хоч ономасіологія і звертається до фактів нелінгвального характеру. Ономасіологічний підхід, вбираючи в себе здобутки семантики й лінгвосеміотики, забезпечує особливий аспект розгляду проблем інших лінгвістичних сфер: частиномовних категорій і класів, асиметрії мовних одиниць в плані вираження й змісту, текстово-дискурсивних знакових репрезентацій і їхньої номінативної організації тощо [34, с. 139].

У сучасній ономаціології виокремлюються різні напрями. Перший напрямок – семантико-структурний – зосереджується на систематизації і типологізації номінативних одиниць, типів номінації; вивченні взаємодії семантичного й номінативного аспектів мови; інтерпретації ономаціологічних структур у проекції на мотивуючу базу. Цей напрям найбільш наближений до семасіології, адже його виникнення зумовлене дослідженнями лексичного складу мови, а саме принципів і закономірностей «позначення» словом предметів [34, с. 140], зв'язку форми та значення.

Німецькі дослідники Ю. Гжерга, П. Кох та А. Бланк представляють східноєвропейську школу когнітивної ономаціології. Засновники цього напрямку А. Бланк та П. Кох у праці «Historical Semantics and Cognition» обґрунтовують актуальність напрямку у поєднанні діахронічної лексикології з ономаціологією [47, с. 230].

Застосовуючи ономаціологічний підхід до більш ніж однієї мови, можна спостерігати емпірично, які уявлення є типовими для певної мовної спільноти. З іншого боку, побачимо універсальні уявлення та інші, що відповідають біологічному налаштуванню людини у сприйнятті світу. Когнітивна ж ономаціологія надає змогу зазирнути глибше у те, як працює людський розум [17, с. 332–337].

Другий напрямок ономаціології – функціональний, що вивчає як в мовленні використовуються номінативні одиниці з точки зору зміни їхньої співвіднесеності зі світом слів, понять і речей, використовує здобутки французької функціональної лінгвістики (функціональної ономаціології В. Матезіуса), розробки Казанської і Харківської лінгвістичних шкіл (І. О. Бодуен де Куртене, О.О. Потебня). Цей підхід зорієнтований на вивчення механізмів вторинного позначення слів у мовленні, тексті, при цьому утворені найменування, проходячи крізь «сито» мовних норм, відкладаються у мові, формуючи нові системні відношення [34, с. 139]. Оскільки функціонально-ономаціологічні механізми мовної еволюції стосуються не лише семантики номінативних одиниць, а і їхньої граматичної категоризації, плідним

відгалуженням функціонального напрямку є граматичне, що досліджує частиномовні класи на підставі ономасіологічних категорій, їхню граматичну динаміку в мовленні (М. Докуліл, О.С. Кубрякова, Р. Ленекер, С.А. Жаботинська) [34, с. 374].

Розвиток сучасної когнітивної лінгвістики зумовлює особливу увагу до когнітивного аспекту ономасіології. У роботах ономасіологічного спрямування скраво простежується тенденція до відображення власне когнітивних, пізнавальних моментів у номінативній діяльності й особливостей створених у цих процесах структур свідомості, об'єктивованих в актах номінації [49, с. 250]. У сучасному мовознавстві все більше утверджується думка про неможливість глибокого й повного вивчення мови без залучення до аналізу когнітивної основи з усіма способами отримання, обробки, фіксації, зберігання інформації про світ в їхній кореляції з мовними формами. А отже, вирішення різноманітних питань лінгвістичної теорії й практики пов'язується з вивченням особливостей представлення знань у мові, тобто когнітивної діяльності людини [44, с. 142–145].

Вплив когнітивної науки на ономасіологію зумовив виникнення не лише її четвертого напрямку, а й перспективної галузі мовознавства – когнітивної ономасіології, яка на східнослов'янському ґрунті, на думку О.С. Кубрякової, відрізняється від подібних зарубіжних версій меншою скрутістю межами вузького когнітивізму й ширшим підходом до явищ номінації, відповідно до яких в аналіз номінативної діяльності включаються емоційно-експресивний аспект, прагматика, національні особливості картини світу, її культурологічний аспект тощо [14, с. 3–23]. Когнітивний підхід до вивчення номінативних мовних одиниць висуває необхідність фокусування уваги на суб'єктові: породження і сприйняття найменування розглядається як конструктивна діяльність суб'єкта, що здійснюється на ґрунті наявних у нього знань. Залучення когнітивного ракурсу до ономасіології дає змогу більшого заглиблення в аналіз процесу творення номінативної одиниці мови та встановлення операційних ланок ономасіологічного механізму, що сприяє

подальшим дослідженням особливостей номінативної підсистеми мови [34, с.151].

Когнітивна ономазіологія, намагаючись зробити свій внесок у вивчення роботи людської свідомості та розуму, ставить сьогодні перед собою глобальні завдання – вияв когнітивного механізму породження найменувань; пояснення зв'язку ономазіологічної структури зі структурами знань про позначене; аналіз мотиваційних типів номінативних одиниць різного статусу; когнітивне обґрунтування тексту/дискурсу як номінативної одиниці й опис його ономазіологічної організації з когнітивних позицій [34, с. 152]. Осмислення акту номінації з когнітивних позицій означає пошук і знаходження відповіді на запитання про те, «які набори концептів і чому вербалізуються у певній мові і яка конкретна форма обирається для вирішення завдань номінації» [30, с. 17].

У Росії когнітивно-ономазіологічні дослідження здійснюються в межах наукової школи О.С. Кубрякової, яка загалом скерована на пошук закономірностей відображення в ономазіологічних структурах пропозиційної інформації.

В Україні послідовниками школи О.С. Кубрякової стали О.О. Селіванова, М.М. Полюжин, С.А. Жаботинська, які створили свої наукові школи. У когнітивній ономазіології ключовою проблемою є проблема мотивації, розробка якої сприяє вияву когнітивного підґрунтя номінаційних процесів.

Когнітивний підхід у вивченні номінаційних процесів дає змогу з'ясувати факт, що використовуються пізнавальні можливості свідомості, різні психічні механізми при творенні номінативних одиниць, а також зумовлює новий погляд на диференціацію мотиваційних відношень [41, с. 1–4].

О.О. Селіванова наголошує на основному завданні цього напрямку, сенс якого полягає в поясненні когнітивного механізму породження найменувань [34, с. 145]. Натомість, О.С. Кубрякова говорить про новітні ономазіологічні дослідження, у яких існує мета відобразити когнітивні та пізнавальні особливості номінативної діяльності людини, а також структура свідомості, що об'єднується в актах номінації [34, с. 145].

У когнітивній ономаціології основною проблемою є проблема мотивації, розробка якої сприяє вияву когнітивного підґрунтя номінаційних процесів.

## **1.2 Методика когнітивно-ономаціологічного аналізу німецьких гастрономів**

У нашому дослідженні використовується розроблена О.О. Селівановою методика когнітивно-ономаціологічного аналізу, мета якого полягає у визначенні когнітивного підґрунтя, способу формування номінативної структури найменування, її зв'язку зі структурою знань про позначене [34, с. 109]. Когнітивно-ономаціологічний аналіз є власне лінгвістичним методом, оскільки він скерований на пояснення закономірностей та процесів номінативної підсистеми мови як рефлексів структур й операцій свідомості [54, с. 300].

Головним принципом когнітивно-ономаціологічного аналізу є його двовекторність як спрямування від психокогнітивної моделі позначеного до ономаціологічної структури найменування і навпаки [34, с. 217]. Інтегрованість двох підходів у когнітивно-ономаціологічному аналізі: «від слова до думки» та навпаки «від думки до слова» – може дати достовірний результат й обґрунтувати висновки [34, с. 420].

Лінгвіст О.О. Селіванова зазначає, що основою когнітивно-ономаціологічного аналізу став двосторонній підхід, у якому приховано поняття від структури знань про позначене до ономаціологічної структури та навпаки. Такий підхід інспектує та виправляє гіпотетичні концептуальні моделі [34, с. 152].

Перший етап когнітивно-ономаціологічного аналізу проектує ознаки одиниць та базису, які показують словотворчу модель слова. Асоціативні та синтактикоподібні ознаки впливають на визначення характеру зв'язку та проєкції на значення. Ономаціологічна структура лежить в основі результату мотиваційного процесу. Чеський лінгвіст М. Докуліл об'єднав ономаціологічні ознаки з ономаціологічним базисом [48, с. 154]. Натомість російська дослідниця

О. С. Кубрякова приєднала до структури ще предикат, який створив певний тип відношень між ознаками [14, с. 3–23].

Внаслідок розвитку теорії номінації та когнітивної ономасіології, змінилося поняття ономасіологічної структури. Її тлумачення вимагає мети номінаторів, залучення мотиву, відтворення ономасіологічних ознак і базису та імплікованої частини мотиваційної бази. Для похідних слів трактування ономасіологічної структури відтворює встановлення ономасіологічного базису, морфем попередніх стадій деривації та статусу мотиватора у формі знань про позначене [34, с. 154]. О.О. Селіванова підкреслює, що ономасіологічна структура дериватів містить ознаку та базис, граматичні й акцентні показники, форманти попередніх ступенів деривації, функцію мотиватора в концептуальній структурі. За відсутності словотворчого форманта базис реконструюється на підставі частиномовного статусу та словотворчого типу найменування [34, с. 154].

Композити ж репрезентують в ономасіологічній структурі постійні граматичні показники, порядок розташування компонентів, їхнє акцентологічне оформлення, словотворчий формант (ономасіологічний базис), форманти різних ступенів деривації з урахуванням їхніх семантичних функцій, у тому числі емотивних; ономасіологічні ознаки; валентний чи асоціативний зв'язок між ономасіологічними ознаками; тип відношень між формантом та ознаками; емотивний компонент як результат загальної мети номінації [34, с. 26–27].

Для складених найменувань нефразеологічного типу ономасіологічні структури містять поряд із встановленням семантичної взаємодії синтаксичних складників також базис як семантико-синтаксичну організацію сполуки з урахуванням граматично стрижневого компонента й семантичної домінанти, а також визначення характеру зв'язку ознак – синтактикоподібного чи асоціативного [34, с. 218].

Ономасіологічна структура досліджуваних німецьких гастронімів визначається номінативним статусом одиниць найменувань. У масиві цих одиниць виокремлюються непохідні назви, які не є предметом нашого



дослідження через відсутність в них мотивованості з позицій синхронії; композити та складені назви. Переважна більшість німецьких гастронімів є складеними сполуками.

Приміром, ономасіологічна структура композитного гастроніма *Kartoffelpuffer* («beliebtes europäisches Gericht mit geriebenen Kartoffel» (6)) показує іменник з інверсованим порядком розташування ономасіологічних ознак, де є головний та допоміжний наголос, словотворчий формат -er, який виконує агетивну функцію. Два мотиватори, які має композит, відповідають як предикату, так і локативу у структурі знань про позначене.

Для найменувань німецьких гастронімів-сполук, крім когнітивної специфіки ономасіологічних ознак, базису та їхнього зв'язку передбачене визначення синтаксичної структури сполуки, її граматичної та смислової домінант [34, с. 154]. У масиві німецьких складених гастронімів спостерігаємо різноманітні ономасіологічні структури. Кількість ономасіологічних ознак у таких сполуках коливається від двох (*Kalter Hund* (16)) до чотирьох (*Ostfriesische Krabbensuppe* (4)), з перевагою дво- та трикомпонентних назв. Базис німецьких гастронімів, що мають статус сполук, організований за такими моделями:

- $N_2+N_1$ : *Toast Hawaii* (13);
- $N_{(com)2}+N_1$ : *Hähnchenbrustfilet Hawaii* (6), *Nussbuttercreme-Torte* (6);
- $N_2+N_{1(com)}$ : *Mandarinen - Zitronencreme Torte* (18), *Mohn-Streuselkuchen* (2);
  - $Adj+N$ : *Falscher Hase*, *Kalter Hund* (16), *Bunte Katze*, *Großer Gans* (5);
  - $Adj+N_{(com)}$ : *Roter Heringssalat*, *Herbstliches Schweinefilet* (4);
- $Adj_{(com)}+N_{(com)}$ : *Ostfriesische Krabbensuppe* (4), *Westfälischer Kastenpickert* (6);
- $PII+N$ : *Geräucherter Aal* (1), *Gefüllte Schokohäschen* (2);
- $PI+N_{(com)}$ : *Versunkener Apfelkuchen*, *Beschwipster Apfelkuchen* (8);
- $PII+N_{(com)}$ : *Gefüllter Saumagen*, *Gedeckter Apfelkuchen* (18);
- $Adj_{(com)}+N$ : *Schneewittchen Kuchen* (2), *Schwarzwälder Kirschtorte* (9).

Другий етап когнітивно-ономасіологічного аналізу орієнтований на відтворення мотиваційної бази найменування завдяки моделюванню структури знань про позначене.

Базовою моделлю для нашого дослідження є структура ментально-психонетичного комплексу (далі – МПК), яка була розроблена О.О. Селівановою.

Модель МПК ґрунтується на «розгляді свідомості як холистичного й синергетичного психофункціонального континууму поєднання п'яти пізнавальних функцій: відчуттів, почуттів, мислення, інтуїції та трансценденції – і колективного позасвідомого» [34, с. 155]. Гастрономічна інформація неможлива без урахування сенсорної сфери, зв'язку з образами, мисленнєвим структурами. МПК структурований за типом поля. Ядром є мисленнєві структури пропозиційного типу. Структура пропозиції є предикатно-аргументною і визначає кореляцію центрального компонента предиката з різними термами.

МПК інтегрує пропозиційну (об'єктивну) інформацію з асоціативно-метафоричною, яка формується шляхом переінтерпретації знань у термінах інших предметних сфер на підставі мисленнєвої аналогії, синестезії, образного сприйняття об'єкта. Компонентами МПК є також модус, який визначається, згідно з концепцією О.О. Селіванової, як оцінка мовцями гастрономічної сфери, її емоційне сприйняття [32, с. 160]. Модус в структурі МПК корелює як з диктумною частиною, так і з асоціативним компонентом, тому що асоціативне сприймання позначуваного також зумовлює його суб'єктивну аксіологічність [34, с.165]. Усі складники моделі взаємно детерміновані. Так, іноді сенсорика визначає мотивацію на підставі оцінки або метафоричної переінтерпретації.

Урахування комплексності структури концепту у моделі МПК, який не обмежується лише пропозиційними сценаріями, а й містить термінали асоціативної частини, що корелюють з іншими концептами, а також наскрізної природи оцінки як об'єктивних знань, так і образних уявлень, символів,

стереотипів етносвідомості, визначає високу пояснювальну спроможність цієї моделі.

Асоціативно-метафорична частина МПК німецьких гастронімів має знаки різних концептуальних сфер, встановлення яких було зроблено на основі методу метафоричного моделювання, запропонованого основоположниками когнітивної семантики Дж. Лакоффом і М. Джонсоном [18, с. 213].

Модусний компонент взаємопов'язаний із психічними ознаками відчуттів та створює сенсорний та емоційний типи оціночності [34, с. 166]. Оцінка німецьких гастронімів ґрунтується на антіноміях: «*süß – sauer, bitter – zart, hart – weich*» та інші.

Когнітивно-ономасіологічний аналіз дає змогу з'ясувати той факт, що при творенні номінативних одиниць використано різні психічні механізми, пізнавальні можливості свідомості, що зумовлює принципово новий погляд на диференціацію мотиваційних відношень з огляду на нове трактування мотивації О. О. Селівановою. Дослідниця трактує мотивацію як «наскрізну лінгвопсихоментальну операцію формування ономасіологічної структури на підставі вибору мотиватора (-ів) з мотиваційної бази структури знань про позначене у складній системі зв'язків різних пізнавальних функцій етносвідомості» [3, с. 190]. Такої трактовки дотримуємось і ми у нашому дослідженні.

Залежно від статусу обраного мотиватором компонента структури знань у масиві німецьких гастронімів ми, слідом за О. О. Селівановою, виокремили [34, с. 187]:

- пропозиційний, що характеризується вибором ономасіологічних ознак найменувань із пропозиційних структур. У складі цього типу мотивації виокремлено предикатно-аргументний різновид;
- асоціативно-метафоричний, що за загальним механізмом є метафоричним і характеризується вибором мотиваторів метафоричного статусу на підставі аналогічних зв'язків з іншими концептуальними сферами свідомості;

- прецедентний, що ґрунтується на оцінці носіями мови знака мотиватора в кореляції із психічними функціями відчуттів, почуттів, архетипами позасвідомого;
- змішаний тип, який суміщує мотиватори, що позначають різні за статусом фрагменти структури знань про позначене.

### **Висновки до розділу 1**

1. Об'єктом теорії номінації є номінативна підсистема мови, завдання якої є вивчення номінативної техніки та різних засобів номінації. Існує три аспекти вивчення номінації: словотворчий, лінгвосеміотичний та ономасіологічний.

2. У свідомості німецького народу найменування страв є одним із значущих фрагментів картини світу, адже у гастронімах відображено народну своєрідність мовного членування світу, стереотипи, культурні традиції й норми німецького народу.

3. Основними принципами когнітивно-ономасіологічного дослідження мотиваційних механізмів німецьких гастронімів є, по-перше, довільність мовного знака, по-друге, детермінованість вибору мотиватора найменування різними чинниками (когнітивними, лінгвістичними, культурними тощо), по-третє, врахування не лише синтаксичної природи процесів деривації та номінації, а й можливості асоціативного поєднання складників номінативного акту.

4. Дослідження мотивації німецьких назв страв, що є одними із культурно значущих фрагментів картини світу, здійснюється шляхом когнітивно-ономасіологічного аналізу. Головним принципом цього аналізу є двовекторність, що полягає у вивченні номінаційних процесів від структури знань про позначене до ономасіологічної структури гастронімів і навпаки. Когнітивно-ономасіологічний аналіз містить два етапи. Першим етапом є інтерпретація ономасіологічної структури, що полягає у з'ясуванні номінативного статусу назв, визначенні ономасіологічних ознак й базису, а також смислового та синтаксичного зв'язку між ознаками з огляду на

семантичну та граматичну домінанти. Другим етапом є когнітивне моделювання структури знань про позначене, що передбачає встановлення складу структури знань про позначене на підставі базової моделі ментально-психонетичного комплексу як різносубстратної одиниці свідомості, що відтворює взаємодію головних пізнавальних функцій людини.

5. Моделювання структури знань про позначене передбачає вияв об'єктивних, несуперечливих знань, що зафіксовані в ядерному пропозиційному компоненті МПК, фігуральної інформації, позначеної метафорично, представленій в асоціативно-термінальній частині МПК, оцінної інформації модусного компонента, а також множинних зв'язків з різними психічними функціями.

6. На відміну від традиційно-словотворчого розуміння мотивації, у когнітивному аспекті вона розглядається як наскрізна операція номінативного процесу, що на вербальному рівні репрезентує зв'язок мовних знаків, когнітивним підґрунтям якого є взаємодію різних складників структури знань про позначене. Результатом мотивації є формування ономасіологічної структури назви, що здійснюється шляхом вибору мотиваторів з мотиваційної бази найменування.

7. Залежно від статусу мотиватора в структурі знань про позначене в масиві німецьких гастронімів виокремлюємо такі типи мотивації, як: пропозиційно-диктумна, асоціативно-метафорична, прецедентна та змішана.

Матеріали розділу представлені в публікаціях автора роботи [29, с. 211; 28, с. 774].

## РОЗДІЛ 2

### ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПІВ І РІЗНОВИДІВ МОТИВАЦІЇ НІМЕЦЬКИХ ГАСТРОНІМІВ

#### 2.1 Пропозиційно-диктумна мотивація німецьких гастронімів

У масиві німецьких гастронімів найбільш поширеним є пропозиційно-диктумний мотиваційний тип, що характеризується застосуванням мотиваторів зі сфери істинної, об'єктивної інформації, представленої у МПК системою пропозицій, які складають ядерну, вербалізовану частину [14, с. 3–23].

Таблиця 2.1

Тип Мотивації	Кількість найменувань	Відсоткове відношення
Пропозиційно- диктумний	194	71 %
Асоціативно- метафоричний	15	5,4 %
Прецедентна	7	2,5 %
Змішаний	59	21,4 %
Усього	275	100%

Наведена таблиця демонструє відсоткове співвідношення німецьких назв страв кожного типу мотивації у складі виконаної вибірки.

Пропозиційно-диктумна мотивація характеризується вибором мотиваторів із пропозиційного ядра МПК, який містить пропозиційні структури як різновид ідеалізованих когнітивних моделей, у яких «не використовуються механізми уяви» [50, с. 177]. Селиванова О. О. зауважує, що пропозиційний компонент у складі МПК має відповідати критеріям об'єктивності й несуперечливості інформації, відтворюючи «об'єктивну семантичну константу» [34, с. 250], здатну отримувати істинне значення [34, с. 161].

Проблема структури пропозиції і кількості її членів посідає важливе місце у лінгвістиці. Пропозиція напряму залежить від позиції дослідників та обмежується визначенням її як мисленнєвого аналога певної ситуації без урахування комунікативних модусів або має двокомпонентну структуру, що складається із диктуму і модусу. Диктум пропозиції – це істинні знання, що фіксуються у синтаксичних структурах, позиції яких заповнені знаками із прямими значеннями, тоді як модус є «суб’єктивною модальністю, яка виражає зміст речення щодо реальності, комунікативну мету висловлення» [6, с. 24]. Основоположення двокомпонентної пропозиції відбувається на семіотично-функціональних поглядах Ш. Баллі, завдяки яким були включені модус та суб’єктивні змінні [34, с. 454]. За принципом моделі МПК О.О. Селіванової, модус є наскрізним компонентом ментально-психонетичного комплексу, що корелює не лише з диктумом, а й з іншими складниками цієї концептуальної структури [34, с. 170].

При когнітивно-ономасіологічному аналізі мотивації німецьких гастронімів використовуються аргументні ролі за наявними в лінгвістиці списками. Актуалізуються при номінації німецьких гастронімів такі аргументи:

- об’єкта – компонента з предметним значенням, що підлягає каузативному або іншому впливу;
- суб’єкта – компонента зі значенням діяча;
- комітатива – компонента зі значенням супровідного предмета;
- трансгресива – компонента зі значенням перетворення;
- локатива – компонента зі значенням місця, вмістилища;
- темпоратива – показника часу;
- медіатива – компонента зі значенням засобу дії;
- інструментива – компонента зі значенням знаряддя приготування.

Крім корелятивних предикату аргументів, ми виділяємо в диктумі також рівень партонімів – частин від цілого, якісний, кількісний, рівні. У структурі

пропозиції ці рівні пов'язані один з одним, а також із предикатами та їхніми аргументами, що найбільш повно представлені в найменуваннях страв.

## 2.2 Ономасіологічні структури пропозиційно-диктумних німецьких гастронімів

Німецькі гастроніми пропозиційно-диктумного типу мотивації виокремлюють різні за номінативним статусом одиниці: 1) композити, що визначаються наявністю двох або більше ономасіологічних ознак; 2) складені назви, які виражені синтаксичними сполуками та організовані на підставі ономасіологічного базису в поєднанні двох або більше ономасіологічних ознак. Найпоширенішою групою номінативних одиниць серед німецьких гастронімів є складені найменування.

У масиві німецьких складених гастронімів спостерігаємо різноманітні ономасіологічні структури. Ономасіологічні ознаки у таких сполуках коливається від двох (*Kalter Hund* (16)) до чотирьох (*Ostfriesische Krabbensuppe* (4)), з перевагою дво- та трикомпонентних назв. Особливістю німецьких гастронімів є наявність серед них складених сполук. Такі найменування зумовлені прагненням номінаторів якнайповніше представити страву, репрезентуючи реальні знання про приготування, з одного боку, з іншого – вигідно представляють страву для споживача, привертають увагу різними компонентами: на позначення інгредієнта: *Rosinenbrötchen* («Teegebäck ist in Deutschland im Allgemeinen ein leichtes, süßes Hefebrötchen mit Trockenfrüchten, das normalerweise gebraten und mit Butter serviert wird» (6)), *Schmalzkuchen* («Schmalzkuchen sind kleine Siedengebäck Stücke aus Hefeteig, die man zur Weihnachtszeit auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt mit Puderzucker isst» (6)), *Marzipanhäschen* («Kekse für Anlässe wie Valentinstag, Halloween, Weihnachten» (2)); на позначення способу приготування: *Gebackener Spreewald Aal* («Aal in Weißbier Teig mit Sauce Verte» (3)); місця приготування *Dresdner Handbrot* («Die Spezialität vom Weihnachtsmarkt aus Brotteig mit Schinken, Käse und Champignons» (6)), *Sächsische Quarkkeulchen* («Es ist in der DDR ein



Классiker» (15)), *Thüringer Streuselkuchen* («Lokaler Kuchen mit Fruchtarmelade» (6)) тощо.

Прийменникова двокомпонентна німецька назва страви може передавати важливу для споживача інформацію про її вміст. Наприклад: *Rote-Bete Salat mit Hering* («... einen Gemüsesalat mit Hering. Das Analogon in der ukrainischen Küche ist Heringssalat unter einem Pelzmantel» (18)), *Eier im Nest* («Das ist ein Omelett, gekocht auf einem Kissen aus Kartoffeln und Gemüse» (16)), *Osternhasekekse mit Himbeerfüllung* («Für Kinder wird ein Dessert erfunden, das nur zu Ostern zubereitet wird» (2)), *Bunte Kekswürfel mit Zuckerperlen* («... sind beliebtes Rezept für Bunte Kekswürfel mit Zuckerperlen» (2)), *Gemüsestudel mit Kresse-Bechamel* («Ein typisch deutscher Gerichtstrudel, aber nicht in der klassischen Version. Das Gericht ist nicht mit Obst gefüllt, sondern mit Gemüse» (6)).

Домінантою генетивних конструкцій може виступати іменник на позначення страви: *Omas Kohlrouladen* («Dieses Gericht besteht aus Kohlblättern und Hackfleisch» (6)), *Mutters Quarkkuchen* (hausgemachter Käseauflauf (6)).

Двокомпонентні назви можуть утворювати також сполучення  $N_2+N_1$ . Вони виступають у ролі синтаксичної домінанти складених найменувань на позначення головного інгредієнта: *Toast Hawaii* («Dieses Gericht wurde von Fernsehkoch Clemens Wilmenrod erfunden. Zuerst war es ein Toast mit Schinken, Ananas und Käse. Später perfektionierte der Koch das Gericht und verwandelte es in Pizza» (13)).

На відміну від генетивних конструкцій, композити на рівні глибинних структур мотивуються об'єктом і позначають головний інгредієнт страви, а залежний компонент є результатом перетворення їжі: *Bratwurst* (18), *Sauerkraut* (18), *Kartoffelsuppe* (18), *Zwiebelrostbraten* (18). Така структура зумовлена прагненням номінатора підкреслити вміст страви для привертання уваги споживача за допомогою інгредієнта.

Трьохкомпонентні композитні назви страв є розширеними аналогами двокомпонентних конструкцій, наприклад: *Prinzregententorte* («Das berühmte

bayerische Dessert, benannt nach Prinz Luitpold von Bayern» (18)), *Fliederbeersuppe* («Die Fliedersuppe ist eine typische Mahlzeit für die kalte Jahreszeit» (14)), *Steckrübeneintopf* («Deutsche dicke Steckrübensuppe, ein typisches Mittagsgeschicht in Norddeutschland» (14)), *Buchweizentorte* («Ein typisch deutsches Gericht, das aus der Lüneburger Heide stammt. Das ist etwas für echte Naschkatzen – Buchweizenkekse werden abwechselnd mit Preiselbeermarmelade und Sahne serviert und mit Preiselbeeren oder Schokolade bestreut» (15)).

Імплікація комітатива, позначеного іменником з прикметником, актуалізує інші терми пропозиції, що знаходить відображення в ономаціологічній структурі гастроніма. Так, конструкція Adj+N вказує на позначення географічної назви місця приготування страви: *Königsberger Klopse* («Fleischbällchen aus gekochtem Schweinefleisch und Rindfleisch» (18)), *Leipziger Allerlei* («Leipziger Dinge», eines der traditionellen Gerichte Deutschlands. Das Gericht besteht aus gebratenem Gemüse und Sauce» (6)), *Frankfurter Kranz* («Das ist eine mehrstöckige Buttercremetorte. Das ins Ukrainische übersetzte Wort «Kranz» ist eine Krone, eigentlich symbolisiert es dieses Dessert» (6)), *Leipziger Lerche* («Traditionelle Leipziger Backwaren in Form von Marmeladenkörben. Der Name kommt von den gekreuzten Streifen aus Sandteig, die die Delikatesse bedecken. Die Form erinnert an die Vögel, die als «Lerchen am Stiel» bis ins späte 19. Jahrhundert eine Delikatesse waren» (6)).

Прикметники вносять додатковий зміст у назву страви:

1) характеризують супутній інгредієнт за кольором: *Schneebälle* («Dabei handelt es sich um Gebäck aus Mürbeteig, das in Rothenburg an der Tauber besonders beliebt ist» (18)), *Schwarzwälder Kirschtorte* («In Deutschland erschien es Anfang der 1930er Jahre, in Deutschland gilt es heute als Klassiker und hat weltweite Bekanntheit erlangt» (13)), *Goldbroiler* («Zu DDR-Zeiten gab es sogenannte «Broilerbars». Der Begriff «Masthähnchen» wurde hauptsächlich in der DDR verwendet und ist in den alten Bundesländern oft nicht bekannt» (3)), *Grüne Sauce* («Traditionell kalte Soße, die oft zu gekochten Eiern, Fleisch, Fleischbraten oder Kartoffeln serviert wird. Die Saucensaison beginnt am Sauberen Donnerstag und

dauert bis zu den ersten Herbstfrösten» (10)), *Roter Heringssalat* («Wintersalat von Hering und Rüben» (6));

2) за розміром: *Kokos-mini-Gugelhupfe im Eierkarton* («Süßigkeiten für Kinder, die in der Form Hühnereiern ähnlich sind» (2)), *Großer Gans* («... ist ein Gericht, das seinen Ursprung an der Westküste Schleswig-Holsteins in Dietmarschen und Nordfriesland hat. Der Große Hans sieht aus wie ein Sack Dithmarscher Mehl und kann sowohl mit süßen als auch mit herzhaften Beilagen serviert werden» (6));

3) за формою: *Rumkugel* («Die Rumkugel, in einigen Regionen auch Trüffel genannt, ist eine Konditoreispezialität, die dem Konfekt zuzuordnen ist» (8)).

Складені композити, де домінантою може виступати іменник на позначення частини тіла тварини, що служить продуктом харчування, а залежні компоненти уточнювати додатковий інгредієнт: *Schweinshaxe* («In der deutschen Küche ist es eine gebratene Schinkenscheibe. Besonders beliebt ist er in Bayern als Schweinshaxn» (8)), *Leberkäse* («Gebackene Pastete, die als der beste Biersnack in Bayern gilt» (2)), *Festtagskarpfen* («Gebakener Karpfen ist ein traditionelles deutsches Gericht» (2)), *Falsches Hirn* («Dieses Gericht wird mit Eiern gekocht, die wie Schweinehirn aussehen. Der Name kann Leute erschrecken, aber nach dem Geschmack ist er in Vergessenheit geraten» (6)), *Gutes vom Schwein* («Das Braten in der Pfanne ist eine rheinland-pfälzische Spezialität – typisch für den Hunsrück» (10)). За умови представлення головного компонента ономаціологічної структури німецьких гастронімів знаком, що називає страву, підрядний компонент позначає супутній інгредієнт.

Інтерпретація ономаціологічних структур пропозиційно мотивованих німецьких гастронімів визначила, що вони побудовані за різними моделями і представлені композитами та сполуками. Найчисельнішою групою є складені найменування, синтаксична структура яких репрезентована переважно двокомпонентними або багатоконпонентними конструкціями із субстантивним ядром та залежними від нього поширювачами.

### 2.3 Характеристика пропозиційно-диктумної мотивації німецьких гастронімів

Найпоширенішим різновидом мотивації у масиві німецьких гастронімів є предикатно-аргументний, оскільки наявність істинних компонентів, якість та кількість інгредієнтів у стравах певної національної кухні, знання про способи та місце приготування, спрощує декодування змісту гастронімів споживачами. Вираження предиката в якості мотиватора найчастіше зустрічається саме у такого різновиду мотивації німецьких найменувань їжі. Предикат – це центральний компонент диктуму пропозиції, судження, який виражає зміст події як процес, стан, відношення, ознаку, притаманні певному суб'єктові [10, с. 211 – 212].

Не тільки у когнітивній лінгвістиці, але й у семантичному синтаксисі актуальною є класифікація предикатів залежно від представлення ними сфери агентивних і неагентивних відношень. З огляду на відповідні типи мовленнєвих актів самих предикатів, відбувається їх поділ у комунікативній лінгвістиці й лінгвопрагматиці [2, с. 380].

У сучасній лінгвістиці немає єдиної думки щодо проблеми типології предикатів. Різні комплекси, розроблені Л.М. Васильєвим [14, с. 295], представляють різну кількість семантичних груп предикатів. Класифікація предикатів формується завдяки різним критеріям поділу: зв'язку предикатів із аргументами різних рівнів, кількості обов'язкових актантів, функцій предикатів тощо [12, с. 1–7].

Предикатні знаки у складі гастроніма полегшують декодування назви споживачами й одночасно дозволяють уникати в текстах рецептів детального опису процесу приготування. Так, у рецептурному тексті німецького гастроніма *Gebratene Heringe* (6) – відсутня детальна інформація щодо теплової обробки продукту «жарити на олії чи вершковому маслі та за допомогою гриля чи сковорідки», прозиції медіатива й інструментива не представлені окремим мотиватором, а містяться у семантичній структурі предиката *Gebratene*.

Предикати у складі німецьких гастрономів представляють вузький спектр значень знаків, що здебільшого характеризує процес перетворення інгредієнтів. Серед предикатів каузативного впливу виокремлюються групи зі значеннями:

- 1) температурного впливу: *Gebratene Nudeln* («Garnierung für Würstchen» (10)), *Pulled Pork* («Das Fleisch bei schwacher Hitze köcheln lassen» (6)), *Lammbraten* («Traditionelles Gericht zu Ostern» (6)), *Wirsingkohleintopf* («Gedünsteter Kohl mit Gemüse» (2));
- 2) локативного зовнішнього впливу: *Karamellisierte Ziegenkäsetaler mit mariniertes Ofen-Rote-Bete* («Das Fleisch wird karamellisiert und mit Rüben serviert» (6)), *Panierte Äpfel* («In Öl gebratene Apfelscheiben» (6));
- 3) локативного внутрішнього впливу: *Gefüllte Hähnchenbrust im Schinkenmantel* («Fleisch innen gefüllt» (6));
- 4) розділення: *Schnitzel mit gehackten Pilzen* («Hauptgericht an Feiertagen» (7));
- 5) додавання: *marinierte Makrelen* («Vor dem Garen wird der Fisch in der Marinade eingeweicht» (6)), *marinierte Hähnchen-Spieße* («Mariniertes Fleisch» (2));
- 6) зміни форми: *Biskuitrolle* («Eingewickelter Biskuitkuchen» (6)); *Körnerdreiecke mit Quark* («Käsebrötchen in Form eines Dreiecks» (6)); *Marzipanquadrate* («Süßigkeiten sehen aus wie ein Quadrat» (6)).

Відповідно до вище зазначених прикладів, предикатні знаки найчастіше репрезентовані у найменуваннях страви з іменниками або композити, які складаються з іменника та прикметника.

Через представлення вузької концептуальної сфери, наявні в лінгвістиці класифікації не відповідають завданню когнітивно-ономасіологічного аналізу гастрономів. Представлення предикатів в ономасіологічній структурі гастрономів ускладнюється похідністю й мотивованістю самих знаків. Мотиваторами таких предикатів виступають:

– комітативи як компоненти на позначення допоміжного об'єкта приготування страви: *der Mohn* – мак, *der Zucker* – цукор, *der Senf* – гірчиця,

*der Schmalz* – жир, *die Rosinen* – родзинки, *die Vanille* – ваніль *der Zimt* – кориця, *Curry* – каррі;

– інструментиви як показники знаряддя для приготування їжі: *der Grill* – гриль, *Kombi-Backofen* – конвектомат, *Spieße* – шампура;

– локативи, що вказують на вмістилище для приготування страви: *die Pfanne* – сковорідка, *der Topf* – горщик тощо.

В ономаціологічній структурі німецьких гастронімів **комітатив** представляє компонент із речовинним значенням (*Sahne, Butter, Kakao, Schokolade, Öl*) або предметним (*Kastanie, Tomate, Olive, Orange*). Наприклад: *Vanilkipferl* («Halbmondförmige Kekse. Die Deutschen versuchen, nur echte Vanille hinzuzufügen, um den Geschmack intensiver zu machen» (18)), *Äpfelwoi* («Apfelwein, der derzeit in der hessischen Apfelregion produziert wird. Er wird aus sauren Äpfeln hergestellt und in einem Keramikkrug namens Bembel serviert»), *Erdbeer-Quark-Rolle* («Biskuitrolle mit Sahne» (6)), *Vanillecreme* («Schlagsahne mit Vanillezusatz» (6)). На відміну від комітатива із предметно-речовинним значенням, комітатив, що виражає конкретний предмет (супутній інгредієнт), служить корелятом трансгресива. Наприклад, *Kirschpfannkuchen* («Traditionelle deutsche Pfannkuchen mit Kirschmarmelade» (18)), *Zitronenkuchen* («Traditioneller deutscher Kuchen mit Zitronenschale» (6)), *Trüffelsauce* («Universalsauce für Dessert und Hauptgang» (2)).

Мотиватори рівня **кількості** використано для диференціації певних ознак страви/співвідношення частин страви: *Norddeutscher Steckrüben Eintopf mit Sauerkraut* («Berühmtes Gericht in Norddeutschland aus Fleisch und Sauerkraut» (2)), *Dreifarbiger Quarkkuchen* (Käsekuchen mit drei verschiedenen Fruchtfüllungen (6)), *Vierkornbrot in Sesamhülle* (Brot mit verschiedenen Getreidesorten (6)).

Мотиватори рівня **якості** представлені на позначенням зорових, соматичних і смакових відчуттів. Застосування мотиваторів рівня якості зумовлене увагою номінаторів до зовнішнього вигляду страви, її оформлення. Такі мотиватори позначають колір страви: *Hamburger Rote Grütze* («Rote Grütze ist eine Süßspeise der deutschen Küche sowie der Landesküchen Skandinaviens»

(6)); смакові відчуття від її споживання: *Süßkartoffel* («Süßkartoffel, die als Beilage zubereitet wird» (4)), *Topfengebäck mit Zartbitterschokolade* («Deutsche Version des amerikanischen Brownies» (6)). Наступні німецькі гастроніми представляють зорові відчуття в ономаціологічній структурі німецьких гастронімів на позначенням форми страви: *Biskuitrolle* («Mehlprodukt aus gebackenem Teig mit süßen oder herzhaften Füllungen» (2)), *Zimtsterne* («Eine besondere Art von sternförmigen Keksen» (6)), *Marzipanquadrate* (*Marzipan-Bonbons in Form eines Quadrats* (6)). На відчуття тепла й холоду вказують гастроніми *Weineis* («Eis, dass Desserts schmückt» (6)), *Heiße Liebe* («Eis serviert mit heißer Marmelade» (5)), *heiße und kalte Himbeere* («Getränk für Kinder» (6)), *heißer Ziegensalat mit Express* («Salat mit gebratenem Fleisch» (2)).

Смакові відчуття у німецьких найменуваннях страв демонструють антиномії: жирний / пісний: *die Schmalzkekse* («Kekse mit viel Fett zum Teig» (16)), *Fettkuchen* («Thüringer Blechkuchen» (2)), *magere Reissuppe* («Suppe mit einem Minimum an Produkten» (6)); кислий / солодкий/ солоний: *Sauerbraten* («Braten in Weinessig vormariniert» (15)), *Sauerkraut* («Lebensmittelprodukt, das aus Kohl während seiner Milchsäuregärung gewonnen wird» (15)), *salzige Pfannkuchen* («Traditionelle Pfannkuchen, aber salzig» (6)), *Karamellisierte Dampfnudeln mit Vanillesauce* («Mit Karamell belegtes Gebäck» (17)).

Окрім того, в ономаціологічній структурі німецьких гастронімів представлені мотиватори-об'єкти на позначення основного інгредієнта страви: *Wirsingkohleintopf* («Gedünstetes Gemüse» (6)), *Lammbraten* («Lamm, das lange bei niedriger Temperatur gebacken wird» (8)) .

Зміст мотиватора-інструментива перетинається зі змістом іншого терма – медіатива. Медіатив міститься переважно у структурі предиката, позначаючи продукт, що служить засобом для приготування страви: *Gefüllte Schweinefilets mit Parmaschinken* («Mit Schinken gefülltes geschlagenes Fleisch» (6)), *mit Artischocken getrüffeltes Rebhühner* («Für die Feiertage wird oft deutsches Essen zubereitet» (2)). В ономаціологічних структурах німецьких найменування страв медіатив репрезентований як окрема ономаціологічна ознака та позначає засоби

приготування страви: *Gegrillte Entenbrust* («Wenn die Kerntemperatur bei 57 bis 58 °C liegt, noch einmal beide Seiten kurz bei hoher Hitze knusprig grillen» (10)), *gegrillte Schweinswürste* («Ein typisch deutsches Fleischgericht» (10)). Медіатив може служити для оформлення та прикрашання страви: *Hasennasen am Stiel* («Kaninchenkekse am Stiel serviert» (6)), *Sommersalat mit Rosenblüten* («Leichter Gemüsesalat» (6)).

Мотиватор-дестинатив у структурі німецьких гастрономів корелює з позиціями об'єкта та комітатива. Дестинативом може служити компонент, що позначає призначення страви у широкому розумінні: *Currysauce zu Currywurst* («Gebratene traditionelle Würstchen mit Soße» (17)), *helle Soßen* («Sahnesauce»), *rote Soßen* («Tomatensauce» (17)).

В ономасіологічній структурі німецьких гастрономів часто мотиватор-об'єкт відтворюється спільно з мотиватором-трансгресивом, оскільки процес приготування їжі є складним процесом каузативного впливу і перетворення. Метою номінаторів є демонстрація результатів такого перетворення об'єкта: *Schwarze Johannisbeercoulis* («Doping für Desserts» (8)), *Kaninchenpfannkuchen* («Pfannkuchen in Form eines Kaninchens» (6)), *Gratinsuppe* («Gemüse- und Fleischsuppe» (8)), *Reissalat* («Salat mit der Hauptzutat – Feige» (2)), *Frikadellen* («Fleischklößchen» (2)). У структурі німецьких гастрономів часто мотиватор-трансгресив займає позицію ономасіологічної домінанти: *Ahle Wurst* («Hartwurst aus Nordhessen, Deutschland» (10)), *Kieler Sprotten* («Normalerweise fressen Schwanz und Kopf eines Fisches nicht» (14)), *Lebkuchen* («Traditioneller Lebkuchen aus dem fränkisch-bayerischen Nürnberg, seit dem Mittelalter bekannt» (8)), *Flammkuchen* («Deutsch analog zu Pizza mit viel verschiedenem Fleisch» (4)).

У масиві досліджуваних мотивованих об'єктом гастрономів, можна виділити групу найменувань страв, які не зазнали змін у процесі приготування: *Austern* («Muscheln, die in Meerwasser oder Brackwasser leben» (6)), *Seeigel* («Klasse der Stachelhäuter» (6)), *rohe Gänseleber* («Gänseleber sollte mit gutem Brot gegessen werden» (6)), *Mett* («rohes Schweinehackfleisch, das in Deutschland zur Herstellung von Sandwiches verwendet wird» (2)). Відповідно до вище



зазначених прикладів, об'єктами, що не підлягають каузативному впливу, виступають морепродукти, різновиди сиру, м'ясо яке німці можуть споживати сирим.

Незважаючи на те, що суб'єкт спільно з предикатом становлять ядро предикатно-аргументної структури, його рідко використовують мотиватором творення німецьких гастронімів. Суб'єктом є «мисленнєвий аналог носія предикативних процесів, станів, відношень у певній події, ситуації» [24, с. 187]. У масиві німецьких гастронімів суб'єкт найчастіше представляє ту людину, на честь якої приготовлена страва. Так, **суб'єктний** мотиватор німецького гастроніма *Bismarckhering* (11) демонструє ім'я людини Отто фон Бісмарк на честь якої названа страва; *Charlotte* (11) представляє принцесу Мекленбургського будинку Софі Шарлотта з Мекленбург-Стреліц, *Fürst-Pückler-Torte* (11) отримала свою назву завдяки німецькому письменнику, мандрівнику та найбільшому землевласнику Лузації – Герман фон Пюклер-Мускау; страва *Schillerlocke* (11) вигадана на честь німецького поета, філософа Фрідріха Шиллера.

Наступним термом, вербалізованим в ономаціологічних структурах німецьких гастронімів є **темпоратив**, який вказує на час, місце приготування страви або на свіжість продуктів: *20-Minuten-Salat mit Schinken* («Salat aus zwei Zutaten: Gemüse und Schinken» (6)), на позначення пори року, що зумовлено складом страви й часом її споживання: *Osterhasen Kekse mit Himbeerfüllung* («Typische Kuchen zu Ostern» (2)), *Osterlamm backen* («Im Christentum hat das Osterlamm eine besondere Bedeutung. Er symbolisiert die Auferstehung Jesu Christi am Ostersonntag, der zusammen mit der Geburt einer der höchsten kirchlichen Feiertage ist» (2)). Пора року часто виступає у якості темпоратива, коли переважно готується і споживається страва. Так, мотиватор часу німецького гастроніма *Schneeballen* («Das sind Süßwaren aus Mürbeteig» (6)) показує конкретну пору року. Мотиватор на позначення свята вказує на те, що страва готується і споживається на Різдво та на Пасху: *Christstollen* («Traditionelles deutsches Weihnachtsgebäck aus saftigem, schweren Hefeteig» (15)), *Advent Brot*

(«Traditionelles Backen zu Weihnachten» (15)), *Mini Osterkränze* («Brötchen in Form eines Kranzes» (6)).

Серед похідних предикатів виокремлюються знаки, мотивовані локативом (наприклад, *backen*). Німецькі гастроніми, у склад яких входить такий предикат («*Gebackener Spickaal*» (8)) у своїх рецептурних текстах можуть повторювати компоненти на позначення вмістилища для приготування (локатива), що актуалізує ономаціологічну структуру гастроніма: «*Drehen Sie den Ofen auf 150 Grad...*»

Крім предиката, мотиваторами німецьких найменувань страв є терми, серед яких найбільш поширеним є **ЛОКАТИВ** на позначення території, де вперше приготувалася відповідна страва: регіону *Mecklenburger Rippenbraten* («*Schweinebauch gefüllt mit Obst*» (7)), країни *Griechischer Salat* («*Salat wird in Deutschland immer beliebter*» (6)), федеральної землі *Hamburger Pannfisch* («*Ein traditionelles regionales Hamburger Gericht, das sich im Laufe der Zeit zu einem typischen Gericht in Norddeutschland entwickelt hat*» (6)), німецького міста *Dresdner Handbrot* («*Traditionelles Brot in Dresden*» (7)).

З одного боку, **ЛОКАТИВ** служить диференційною ознакою страви, а з іншого уточнює місце приготування, де і прихована інформація фонового характеру, яка добре відома представникам німецького народу. Так, наприклад, у кожній федеративній землі Німеччини є свої провідні страви:

Шлезвіг-Гольштейн славиться наступними: *Pharisär* («*Ein typisch norddeutsches Nationalgetränk. Es ist eine Mischung aus Rum, Kaffee und Schlagsahne*» (15)); *Lübecker Marzipan* («*Berühmt ist die Stadt für ihr Marzipan, das von den besten Köchen der Hansestadt zubereitet wurde*» (15)); Нижня Саксонія пишається такими стравами, як *Nordseekrabben* («*Universelles Gericht. Normalerweise werden Krabben reduziert, aber man kann auch kochen*» (15)); *Buchweizentorte* («*Ein typisch deutsches Gericht, das aus der Lüneburger Heide stamm*» (2)).

Для Бремену типовими стравами є: *Grünkohl und Pinkel* («*Eines der bekanntesten Gerichte der Region. Geräucherte Pinwurst vom Schwein, in Norddeutschland oft karamellisiert*» (15)); *Bremen Knipp* («*Nahrungsmittel für die*

Armen sind seit langem eine echte Spezialität Bremens. Es ist kein typisches warmes Gericht, denn neben Kartoffeln kann man es auch mit Apfelpüree oder Brot aus ungeschältem Mehl essen, notwendigerweise mit obligatorischer Salzlake» (15)).

Федеративна земля Мекленбург-Передня Померанія відома завдяки страві *Sanddorn* («Eine typische Dünenpflanze der Nord- und insbesondere der Ostsee. Typische deutsche Gerichte sind Sanddorngelée, Getränke wie Buttermilch und Sanddornkuchen, der mit Sanddornsaft und Mandeln gebacken» (10)).

Столиця Німеччини Берлін має свою особливу страву: *Berliner Weisse* («Besteht aus Weizenbier gemischt mit Holz – oder Himbeersirup» (10)).

Саксонія прославляється стравами Christstollen («Besonders berühmt ist heute der Dresdner Christstollen, der eine besonders lange Tradition und ein festes Rezept hat, aber es gibt auch Backwaren, die denen in anderen Regionen ähnlich sind» (15)); *Quarkkeulchen* («Ein typisch sächsisches Quarkkeulchen (Auch Quarkkälchen, vom mitteldeutschen Wort «Ball»)), das man als süßes Hauptgericht oder Kaffee genießen kann, süß und nahrhaft» (6)).

Часто у Тюрингі згадують про *Thüringer Klöße* («Die Thüringer Knödel haben manchmal einen grünlichen Farbton und sind daher auch grünliche Knödel. Frittierte Brotwürfel in der Mitte der Knödel sind eine typische regionale Spezialität Thüringens» (15)).

Для Баварії типовими стравами є *Schnupfnudeln* («Die Kartoffelnudeln wurden während des Dreißigjährigen Krieges von Soldaten entwickelt und haben sich seither zu verschiedenen regionalen Varianten entwickelt» (15)); *Nürnberger Bratwürste* («Eine weitere bayerische Wurst kommt aus Franken: Nürnberger Rostbratwürste werden aus Schweinefleisch und Majoran nach einem Rezept hergestellt, das erstmals 1313 vom Nürnberger Stadtrat festgelegt wurde» (15)).

Відповідно у Баден-Вюртембергу традиційна страву *Spätzle* («Ein typisch deutsches Gericht, kann man ohne ungewöhnliche Zutaten kochen, aber es gibt viele verschiedene Rezepte für Teig» (15)).

Саар має свою найуживанішу страву *Löwenzahnsalat* («Da Löwenzahn hierzulande ohne Probleme wächst und besonders bei Kindern beliebt ist, gibt es

viele typisch deutsche Gerichte, vor allem im Saarland, wo er die Gemüseernte markiert» (15)).

В південно-західній частині Німеччини Рейнланд-Пфальцу популярним став: *Sauerbraten* («Im Gegensatz zu den Tagesgerichten ist der Sauerbraten ein typisches Sonntagsgericht. Es ist in mehreren Regionen Deutschlands verfügbar, aber es gibt mehrere typische Optionen in Rheinland – Pfalz» (15)).

Натомість, центральна частина країни, Гессен славиться *Äpfelwoi* («Apfelwein, der derzeit in der hessischen Apfelregion produziert wird. Er wird aus sauren Äpfeln hergestellt und in einem Keramikkrug namens Bembel serviert» (15)).

У масиві німецьких гастрономів, широко представлені мотиватори патронімічного рівня. **Партонім** є позначенням частини тіла тварини. Як зазначає М. В. Нікітін, «відношення частина – ціле пронизують увесь світ зверху донизу, від мікро – до макрокосмосу, від елементарних частин до галактик» [25, с. 442]. На думку дослідника, «партитивні зв'язки – різновид імплікаційних концептуальних зв'язків, які передбачають і відображають зв'язки речей, що взаємодіють і залежать один від одного. Частини взаємодіють у структурі цілого (холоніма)» [25, с. 443–444].

Партонімічні мотиватори німецьких гастрономів репрезентують уявлення про поділ тварини, що стає продуктом харчування, на частини: 1) голову: *Kalbskopf im okzitanischen Stil* («die Suppe» (6)); 2) язик: *Rinderzunge* («Gekochte Zunge» (12)); 3) хвіст: *Gegrillte Schwänze* («Garnelenschale» (6)); 4) внутрішні органи: *Gefüllter Saumagen* («Schweinemagen, gefüllt mit Kartoffeln und Fleisch» (2)), *Schweinebauch* («Fettes Fleischstück aus dem Bauch eines Schweins, ohne Knochen» (6)).

Об'єктний мотиватор партонімічного рівня у структурі німецьких гастрономів зумовлений поєднанням у страві як цілком різних складників, найчастіше це є назви свійських і диких тварин. Мотиваторами-об'єктами, що корелюють із партонімами, служать назви свійських тварин: 1) Huhn – *Blindhuhn* («Der Name selbst geht auf ein altes Sprichwort zurück: «Auch ein blindes Huhn findet mal einen Korn», was bedeutet, dass jeder in diesem Gericht

etwas findet, das ihm schmeckt»» (16)); 2) Gans – *Knusprige Gans* («Die gebackene Ente, gefüllt mit verschiedenen Früchten, ist der Star auf der festlichen Tafel» (13)); рідко – дичини: 1) Hase – *Falscher Hase* («Der Name selbst sagt schon etwas nicht Reales aus. Die Deutschen gaben den Namen, weil die Form des Hackbratens mit dem Ei einem Hasenrücken gleicht» (12)).

Загалом, слід відзначити, що пропозиційно мотивовані німецькі гастроніми демонструють широкі можливості способів представлення конкретної ситуації приготування їжі, вербалізовані предикатами та їхніми термами в ономасіологічних структурах назв страв. Актуальними у процесі номінації є предикатні знаки, позначення термів об'єктів, комітативів, локативів, темпоративів, медіативів, а також різних параметрів рівнів якості, кількості й партитивів.

## **2.4 Характеристика асоціативно-метафоричної мотивації німецьких гастронімів**

Метафора є результатом пізнавальної діяльності людини та занурюється не тільки в повсякденну мову, а ще й може змінити спосіб прийняття та розуміння світу. Ключовий момент полягає у категоризації світу, мови, мислення, поєднавши мовні та мисленнєві структури, дійсність та пізнання [8, с. 93–99].

Метафорично мотивовані знаки німецьких гастронімів не є поширеним явищем, оскільки у німецьких гастронімах переважає пряме позначення назв страв з огляду на спосіб приготування, її складників, якості тощо.

Найпоширенішими механізмами метафоризації є синестезія та гештальтування. Синестезія характеризується подразником, який діє на певний орган чуття та викликає не лише відчуття, яке специфічне для аналізатора, але й також уявлення, яке характерне для іншого органа чуття [36, с. 55–60]. При номінації страв німецьких гастронімів виникнення синестезії зумовлене тим, що спектор відчуттів є обмеженим, тому людина намагається збільшити назви цього спектру за рахунок інших відчуттів. О.О. Селіванова протиставляє явище синестезії як одного з механізмів концептуальної метафори, який є

застосуванням знаків одних відчуттів на позначення інших [34, с. 539]. Одна з функцій зорових відчуттів є сприйняття страви, які проходять через механізм гештальтування, а також смакових і соматичних. Мотиватори, що позначають соматіку людини, збільшують спектр смакових відчуттів завдяки їхній синестезії та метафоричній переінтерпретації у німецьких назвах страв: *leichte Schokoladencreme* («Kalorienarme Creme» (17)), *leichte Mayonnaise* («Sauce mit geringem Fettanteil» (17)), *leichte und leckere Pfannkuchen* («Das Gericht ist einfach zu kochen» (17)).

Гештальтування у складі німецьких гастронімів виступає як уподібнення страви цілісному нерозчленованому образу. Характерним для метафоричного механізму гештальтування є уподібненням зорових образів до форми страви. Головними принципами метафоричної аналогізації у процесі гештальтування є антропоморфізм, зооморфізм і предметоморфізм [38, с. 222–225].

Принцип антропоморфізму зумовлює використання знаків суперконцепта ЛЮДИНА на позначення назви страви при мотивації. Метафоричне перетворення може стосуватися назви осіб за расовою приналежністю [52, с. 630]. Так, відбувається вторинне позначення страви *Mohr im Hemd* («Dessert der deutschen Küche in Form eines kleinen Googelhupfs» (9)) на основі уподібнення кольору шоколадного торта, до складу якого входить какао і шоколадний крем, із темним кольором шкіри людини. Позначення страв антропоморфними мотиваторами зумовлено аналогізацією їхніх властивостей із духовною сферою людини. Так, німецька солодка страва *Brennende Liebe* («Püree mit Speck und Zwiebeln» (2)) відображають слабкий асоціативний зв'язок, однак підкреслює ціннісні орієнтації та чуттєву психологічну природу німецького етносу.

Поряд із людиною процеси метафоризації при творенні німецьких назв страв торкаються і тваринного світу. Так, уподібнення форми страви до частини тіла тварини опосередковує ономасіологічну структуру німецького гастроніма *Hasenohren*, у якому форма вух кролика аналогізується із відповідною формою печива: «*Das Butterschmalz in einem großen hohen Topf erhitzen und die Teigrauten darin von beiden Seiten frittieren, bis sie goldgelb und*

*knusprig sind. Die Hasenohren sollten sich dabei etwas aufblähen»* (6)). Німецький гастроном *Ameisen-Kekse* акцентує увагу на розмір печива, який актуалізує подібність до маленького розміру цієї комахи «*Kugeln formen und diese auf ein mit Backpapier ausgelegtes Backblech legen»* (12)).

Знаки біоморфного культурного коду, що уподібнюються за формою, найчастіше спостерігаються у структурі німецьких гастрономів. Так, назва страви *Blumen - Kekse mit Haselnussfülle* (6) утворилась на основі уподібнення форми кексів до квітки. Схожу аналогію можна провести з німецьким гастрономом *Kongolesische Felsen* («*Kokosmakronen-Variante»* (6)), де відбувається уподібнення випічки до природного об'єкту, а саме до скелі.

Не рідко можна пов'язати форму чи розмір страви з частинами тіла тварин. Так, наприклад, гастроном *Katzenzungen mit Schokolade* («*Kleine Kekse in Form einer Katzenszunge»* (12)) вказує на маленьку форму самого десерта: «*und auf ein mit Backpapier belegtes Backblech 4-5 cm lange Streifen (Katzenzungen) mit etwas angedickten Enden aufspritzen»* (6). Німецький гастроном *Süsse Hasenohren* («*Blätterteigkekse in Ohrform»* (6)) представляє форми та розмір частини тіла тварини.

У біоморфному коді культури фіксуються також назви природних об'єктів, одним з розрядів яких є клас астрономів, найменувань небесних світил, планет, квітів. Вони застосовуються на позначення німецьких страв: *Sonnen Pizza* (уподібнення випічки до форми сонця): «*Nun dreht Ihr die Teigstücke zu «Strahlen» um, so das die Füllung nach oben zeigt. Zum Ende wird die Sonne vor dem Backen noch mit verquirltem Ei bestrichen und kommt dann für 45 Minuten bei 160 Grad in den vorgeheizten Ofen»»* (6), *Apfelmonde* (уподібнення страви до місяця): «*Apfelmonde Dann mit einem spitzen Messer, die Monde oben leicht einritzen, mit Eigelb bestreichen und mit Zucker bestreuen. Dann mit einem spitzen Messer, die Monde oben leicht einritzen, mit Eigelb bestreichen und mit Zucker bestreuen»* (6), *Mars* (пиріг нагадує планету Марс за кольорами): «*Kuchen Teiges in eine gefettete Kastenform füllen und 10 Riegel Mars darauf verteilen»* (6),

*Würstchenblumen* (уподібнення стави на квітку): «Bratwürste in Blütenform geschnitten» (6).

Деякі німецькі гастроніми утворені внаслідок інтеграції концептуальної сфери СТРАВА з різними об'єктами предметного світу. Однак, у даному випадку, як не дивно, не застосовується естетичний чинник номінації. Швидше за все, назва обирається через подібність гештальтів донорського й реципієнтного концептів [26, с. 238]. Так, німецький гастронім *Zigaretten* утворюється на основі уподібнення страви за формою до сигарети, на що вказує рецептурний визначник: «*Die Dreiecke wie Zigaretten bis zur Spitze hin fest aufrollen*» (5).

Дослідження метафорично мотивованих німецьких гастронімів у когнітивно-ономасіологічному аспекті відобразило головні механізми знакової переінтерпретації, де найпоширенішими є синестезія, як використання знаків позначень одного відчуття щодо іншого та гештальтне уподібнення [45, с. 336]. При творенні німецьких назв страв, головними принципами метафоризації стали антропоморфізм, біоморфізм та предметоморфізм. Завдяки цим принципам можна спостерігати специфіку метафоричного бачення для німецького етносу концептуальних сфер.

## 2.5 Прецедентна мотивація

Значний масив знань структури етносвідомості опирається на прецедентні феномени, які входять до культури певного етносу та показують уявлення, оцінки та норми національно-культурної спільноти [37, с. 16]. Мотиваторами різних найменувань можуть ставати прецедентні феномени, у тому числі, і назви страв, тому що мають велике культурне значення для етносу.

Культурний компонент та прецедентні знання, які знаходяться у структурі МПК, перебувають на периферії, в асоціативно-термінальній частині, а не в ядрі концепту [33]. Прецедентну мотивацію можна назвати метафоричною за механізмом представлення однієї концептуальної сфери в термінах іншої на базі численних зв'язків МПК із різноманітними концептами за умовою, що



мотивації німецьких назв страв використовують ситуації чи імена. Прецедентну мотивацію можна представити як поєднання культури етносу з концептуальною сферою страв. Це пояснюється тим, що страви отримують свої назви на основі спорідненості певних культурних феноменів до кулінарії [22, с. 1–9].

У науковій літературі не існує чіткого пояснення прецедентного феномену, оскільки у процесі їхнього дослідження виникли різні інтерпретації поняття прецедентності: «прецедентний текст» (Ю.М. Караулов та В.Г. Костомаров) «прецедентне висловлення» (В.В. Красних), «прецедент на ситуація» (Б.Г. Гудков, І.В. Захаренко). О.О. Селіванова описує поняття процентний феномен завдяки дослідженням Д. Б. Гудкова, Ю. М. Караулова, В. В. Красних. Д.Б. Гудкова трактує прецедент як компонент знань, який використовується у когнітивному та комунікативному плані, а також позначення та зміст добре відомі певному етносу [34, с. 294]. Російська філологиня В.В. Красних модифікує значення В.М. Караулова та виокремлює наступні типи прецедентних феноменів: соціумно-прецедентний (феномен, який відомий будь-якому представнику соціуму), національно-прецедентний (феномен, який відомий представникам національно-лінгво-культурного суспільства) та універсально-прецедентний (феномен, який має гіпотетичний характер). Український лінгвіст О.О. Селіванова зазначає, що диференціація прецедентних феноменів потребує розмежування рівнів, на яких вони визначаються [34, с. 290]. Філологиня пропонує виокремити референційний рівень, де прецедентність представлена ситуацією і вважає, що подія, яка відбулася у дійсності, стає реально прецедентною ситуацією. Цю вигадану подію О.О. Селіванова кваліфікує як змодельовану колективну чи індивідуальну свідомість. У результаті, прецедентна ситуація є раціональною або міфологізованою [34, с. 576].

### 2.5.1. Характеристика прецедентної мотивації німецьких гастрономів.

Мотиваторами прецедентної мотивації німецьких гастрономів виступають прецедентні феномени. Характерна ознака даного типу мотивації позначається словом, а саме кондесований згорнутий вигляд мотиватора, що репрезентує різну за обсягом концептуальну структуру [11, с. 100].

Антропоніми, тобто власні назви, які позначають реальні або вигадані особи, часто представлені серед мотиваторів цього типу. У якості мотиваторів німецьких гастрономів використовують державних та літературних діячів, співаків, вчених, вигаданих персонажів, літературних героїв. Можна виокремити дві наступні групи антропонімів: особи, які відносяться до історичних подій та люди, які пов'язанні з мистецтвом.

До першої групи антропонімів, як мотиватори німецьких гастрономів, відносяться позначення осіб династії в Німеччині. Так, прецедентне ім'я Людвіг III. молодший позначає гілку династії Каролінги та входить до складу німецьких гастрономів: *Leberkäs-Sandwich King Louis* («Schnelles Sandwich mit verschiedenen Füllungen» (6)). У німецьких найменуваннях страв представлені історичні імена правителів, що базується на інформації про культурні та політичні зв'язки. Так, під час міжцарів'я у Німеччині, тимчасово главою держави у південній частині країни була імперія Рейнський Пфальц. До Рейнського союзу входив імператор Наполеон, на честь якого був названий десерт *Napoleonkuchen* («Beliebter Kuchen oder Blätterteig mit Butter oder Vanillepudding» (11)).

До другої групи прецедентних антропонімів, що є мотиваторами німецьких гастрономів, належать позначення діячів літератури й мистецтва. Так, прецедентний мотиватор німецької назви страви *Pfirsich Melba* («Klassisches Eisdessert aus den Jahren 1892 oder 1893 von Auguste Escoffier» (6)), зумовлений популярністю співачки Неллі Мельби. Мультимедійний персонаж Рудольф Червоний ніс (11) представлений мотиватором німецької страви *Rudolph Rotnase Cake Pops* («Lutscher am Stiel» (6)), композитор Ельгар (11) став мотиватором німецького гастронома *Hühnchen-Nudel-Pfanne* «Elgar»

(«Schnelles Gericht zu jeder Gelegenheit» (6)). Німці запозичили назву у чорнобілого художнього фільму *King Creole* та назвали соус, який започаткували як *Sauce «King Creole»* («Holländische Soße» (17)) На честь популярного голфіста Арнольда Палмера було названо безалкогольний коктейль *Arnold Palmer-Cocktail* («Das ist ein alkoholfreies Getränk, das Eistee und Limonade kombiniert» (6)). Цей напій спортсмен вигадав сам та часто брав з собою на гру, звідси і з'явилася ця назва.

Дослідження прецедентної мотивації у масиві німецьких гастронімів уможливило визначення пріоритетів й цінностей, пов'язаних з процесом номінації страв. Імена реальних і вигаданих осіб і місць актуалізують важливу культурно значущу інформацію, а також ставлення німців до своєї історії, літератури, кулінарії як до мистецтва.

## 2.6 Змішана мотивація німецьких гастронімів

Змішана мотивація німецьких гастронімів притаманна назвам складеного номінативного статусу, ономасіологічні ознаки яких обрані з активованих у мотиваційній базі найменувань різних компонентів структур знань про позначене, зокрема, із диктуму пропозиції й асоціативно-термінальної частини або модусу ментально-психонетичного комплексу [40, с. 108].

У змішано мотивованих німецьких гастронімах можуть бути репрезентовані всі компоненти МПК. Зокрема, спостерігаємо такі різновиди змішаної мотивації: 1) поєднання пропозиційної мотивації з метафоричною; 2) поєднання пропозиційної мотивації з модусною і 3) поєднання метафоричної мотивації з модусною.

Пропозиційно-метафоричний тип мотивації німецьких гастронімів існує завдяки поєднанню пропозиційного компонента із метафоричним в ономасіологічній структурі німецької назви страви.

У німецьких гастронімах ономасіологічна домінанта сформована переважно шляхом уподібнення гештальтів. Так, німецький гастронім *Früchte mit Cremehütchen* («Früchte in Schokolade» (6)) поєднує у своїй ономасіологічній

структурі метафоричний гештальт, який створений завдяки переінтерпретації предметного культурного коду, а саме уподібнення головного убору до відповідної форми страви та з репрезентованим об'єктним мотиватором на позначення основного складника страви – фруктів.

Основний компонент метафоричного типу із предметного культурного коду може поєднуватися завдяки прийменнику *aus* із локативним компонентом: *Königsberger Klopse aus Kiel ohne Kapern* («Frikadellen mit Kartoffeln» (2)), *Krabbensalat aus Hamburg* («Gemüsesalat mit Krabben» (2)).

У німецького гастроніма *Schokoladensuppe mit Schneeflocken* («Heiße Schokolade mit Topping oben» (6)) залежний компонент утворений на основі уподібнення за білим кольором та консистенцією снігу як знака біоморфного культурного коду.

Німецькі гастроніми *Thunfisch im Hemd* («Thunfisch mit Gemüsekissen» (6)), *Mohr im Hemd mit Schokosauce und Sahne* («Schokokuchen mit Sahne» (11)) мають дифузний характер, оскільки можна провести асоціативну лінію між сорочкою, яка покриває тіло та тунець чи пудинг, які сховані під іншими інгредієнтами.

Дифузний процес переінтерпретації може бути більш чітким або розмитим. Так, при творенні німецьких гастронімів *Ziegenkäse im Speckmantel auf buntem Linsensalat* («Käse – Urlaubssnack» (6)), *Grüne Bohnen im Speckmantel* (14), *Zander im Kartoffelmantel auf Fenchelgemüse mit Senfsauce* («Fischgericht» (6)) використовується чіткий механізм метафоризації. Перша ономаціологічна ознака представляє основний об'єкт приготування страви, а друга є метафоричним перенесенням знака предметного коду, а саме приготування головного інгредієнта в беконі чи в картопляній шкірці.

У німецькому гастронімі *Regenbogenkuchen* («Rainbow Cookie bezieht sich auf einen dreischichtigen Keks mit Mandelgeschmack» (6)) дифузний тип метафоризації поєднується з гештальтним, а саме у назві міститься залежний метафоричний компонент, який сформований на основі аналогічної форми зорового гештальту райдуги, а також поєднання кольорів веселки в тістечку.

Рідко рецептурний покажчик показує процес гештальтної метафоризації без додаткових пояснень опираючись на стереотипи тваринного світу в етносвідомості. Це стосується німецьких гастрономів *Igeltorte* («Kuchen, der der Form eines Igels ähnelt»(12)), *Kater – Brötchen* («Klein» (6)).

### **2.6.1. Модусний компонент змішано мотивованих гастрономів.**

Змішано мотивовані німецькі гастрономи мають модусний компонент, який здебільшого поєднується зі складниками асоціативно-термінальної частини. Загалом модусна мотивація схожа на метафоричну, тому що на позначення гастрономічного коду використовуються знаки інших культурних кодів та концептосфер. Ономасіологічні структури змішано мотивованих німецьких гастрономів містять модусний компонент, який може поєднуватися із пропозиційним: *gute Frau Schweinefilet* («Fleisch von einem jungen Schwein» (6)), *gute Frau Schweineohren* («Gebäck in Form von Schweineohren, die Füllung kann sowohl salzig als auch süß sein» (6)).

О.О. Селіванова зазначає, що «висвітлення модусного компонента структури МПК при мотивації є метонімічним за способом концептуального зв'язку, оскільки мотиватором стає оцінено-емоційне сприйняття і водночас метафоричним за способом представлення змісту» [34, с. 56].

Дослідники словотворчої мотивації, опираючись на семантико-синтаксичний підхід, майже ігнорували оцінювання в номінаційних процесах. М.Н. Янценецька зазначає, що емоційно-експресивна оцінка мотиватора, переходячи до похідної одиниці, супроводжується втратою семантичного зв'язку між ними [46, с. 167 – 193]. І.С. Улуханов говорить про наявність лише експресивного зв'язку між мотиватом і мотиватором у деяких похідних найменуваннях [39, с. 314 с].

Ш. Баллі запровадив розробку модусної мотивації, яка ґрунтується на понятті модусу та оцінював почуття у складі пропозиції поряд із диктумом. Дослідник зазначає модус як активну мисленнєву операцію, що здійснюється мовцем над репрезентаціями, які знаходяться в диктумі [42, с. 211]. Науковці

семантичного синтаксису виділяють наступні плани вираження у змісті висловлення: номінативно-репрезентативний (диктумний) і модально-репрезентативний (модусний) [43, с. 221].

Модус співвідноситься з категорією модальності, яка в граматичному аспекті розглядається як ознака висловлення та виражає оцінку висловленої думки. О.О. Селіванова підкреслює, що пропозиція як ядро МПК характеризується лише «реальною» модальністю, тому опираючись на це можна кваліфікували модус як окремий оцінно-емотивний компонент, який в свою чергу може співіснувати як із пропозицією, так і з термінальною частиною [34, с. 171–172].

Найпоширенішим серед типів оцінювання є сенсорний. Він забезпечує тісний пізнавальний контакт людини зі світом та лежить в основі для ментальної обробки й мовного позначення. Внаслідок оцінювання створюється відчуття, яке переживає людина незалежно від самоконтролю.

Не менш важливою є сенсорна оцінка для їжі, оскільки вона впливає на зорові та смакові враження. Обмеження сенсорних відчуттів, зокрема смакових, та їхнього мовного позначення актуалізується механізм синестезії – «застосування знаків одних відчуттів на позначення інших» [34, с. 101], що в свою чергу розширює знакові ресурси найменувань спектра відчуттів.

Мотиватори, які позначають соматіку людини, збагачують спектор смакових відчуттів через їхню синестезію та метафоричну переінтерпретацію назв німецьких страв, де вони поєднуються із пропозиційним компонентом: *Delicata/Butternut-Kürbis-Sellerie-Püree* («Gemüsepuée mit Nuss-Nachgeschmack» (6)), *Leichte Tomatensuppe* («Zarte Gemüsesuppe» (3)). Сенсорна оцінка у масиві німецьких гастронімів може позначатися мовними одиницями у прямих значеннях та оцінюється на основі смакових відчуттів, які в свою чергу виникають при сприйнятті її якостей: *süßer Sahnekuchen* («Biskuitkuchen mit Sahne» (3)), *würzige Weißkäsesauce* («Sauce mit Zusatz von Chilischoten» (17)), *süßer Toast* («Toast mit Marmelade» (17)), *der allerbeste Salzbraten* («Scharfes Fleisch mit Gemüsebeilage» (1)), *salzige Dampfnudeln* («Das

Gericht stammt aus Rheinland-Pfalz» (2)), *Hähnchen süßsauer wie im Chinarestaurant* («Das Gericht kommt aus China, aber die Deutschen lieben es sehr» (6)), *weltbestes Sauerkraut* («Traditionelles deutsches Gericht» (2)), *Uschis Vollmilch – Zartbitter – Schoko – Ganache* («Kleine geschenkbons» (6)), *zartbitterschokolade mit Limette und Salz* («Schokoladendessert mit Salz» (6)).

Другий тип оцінки, які є базою творення гастронімів – це психологічна, до якої Н.Д. Арутюнова відносить емоційні й інтелектуальні оцінки [1, с. 75].

З психологічної точки зору, позитивна оцінка створюється у свідомості німецького народу з іменами осіб чи назв предметів, які символізують розкіш та багатство. Основоположенням модусної мотивації є назви титулів та вищі посади, які заміщують оними у структурі німецьких гастронімів: *Royal-Sauce* («Soße mit speziellem Rezept» (17)), *Roya-Eis* («Sahneeis mit beliebiger Füllung» (6)), *Leberkäs-Sandwich King Louis* («Großes Sandwich» (6)), *Prinzessinentorte mit Erdbeercreme* («Rosa Kuchen» (6)), *Schlosskuchen* («Kuchen in Form eines Königsschlusses» (6)), *Esthers Präsidentensuppe* («Suppe aus teuren Produkten» (6)). Модусна мотивація багатства може бути як потужна реклама в кулінарії, оскільки містить натяк на те, що страва має «королівський» смак.

Негативні психологічні оцінки закладені у модусних мотиваторах німецьких гастронімів *Hexenfinger* («Shortbread-Kekse in Form von Fingern» (12)), *Hexenhaus aus Butterkeksen* («Kuchen in Form eines Hauses» (6)), *Teufelssalat* («Fleischsalat» (6)), *Teufels Möhrensuppe* («Gemüsesuppe» (2)). Вороже ставлення німецького народу до негативних персонажів відтворилося у метафоризації внаслідок симіляції оцінки диявольських якостей із пікантним, гострим смаком страви. Модусний мотиватор *Mariniertes* до складу яких входить *Chili*, добре відомий німецькому етносу своїм гострим смаком: «*Teuflich scharf... Zartbesaitete sollten deshalb weniger Chili nehmen*» (6).

У німецьких назв страв для висловлення позитивної оцінки використовують образи вищого світу: *Muffins Jessy* («Muffins mit der resultierenden Füllung» (16)), *Jessies überbackene Chili-Tortillas* («Tortilla mit Fleischfüllung» (6)), *Jessicas Frikadellen* («Hackbällchen in Tomatensauce» (6)),

*Jessies Nudelsalat* («Pasta – und Käsegericht» (6)), *Himbeertorte mit Götterspeise* («Roter Geleekuchen» (6)), *Götterspeisekuchen* («Biskuitkuchen mit Gelee und Früchten» (6)).

Ономасіологічна структура німецьких гастрономів представлена модусом позитивними маркерами опозиції: гарний / поганий, красивий / потворний: *häßliche Ente* («Gebratene Ente» (3)), *Lothars beste Nürnberger Elisenlebkuchen* («Kekse zu Weihnachten» (3)), *der beste Käsekuchen der Welt* («Klassisches Rezept» (2)), *Erdbeer-Sommertorte ohne schlechtes Gewissen* («Obstkuchen mit Joghurt» (3)), *schöne bunte Linsensuppe* («Bohnsuppe» (6)).

Позитивне оцінювання поєднується у свідомості німецького етносу з мотиваторами релігійних свят: *Schachbrettkuchen «Weihnachten»* («Im Schnitt ähnelt das Dessert einem Schachbrett in der Farbe» (3)), *ein schlesisches Geheimrezept für die Zeit zwischen Weihnachten und Silvester* («Süßes Brotdessert auf Mohnbasis» (6)), *gefüllte Ente für Weihnachten* («Ente gefüllt mit Früchten und Trockenfrüchten» (6)), *Weihnachtlicher Eierflip* («Milchshake heißer Cocktail» (3)), *Oster Zupfbrot* («Süßes Brot» (3)); здивування, сюрпризи: *Ellis Überraschungskugeln* («Bonbons mit verschiedenen Füllungen» (6)), *Apfelmuffins mit Schoko-Überraschung* («Muffins mit atypischer Füllung» (6)).

Загалом, змішана мотивація з модусним або метафоричними компонентами німкцьких гастрономів значно розширює номінативні ресурси будь-якої концептуальної сфери, увиразнює процеси номінації.

## **Висновки до розділу 2**

1. Дослідження мотивації німецьких гастрономів встановлює закономірності організації концептуальної сфери кулінарії і вибору найменувань для її позначення. Масив німецьких назв страв є номінативно неоднорідним, він представлений композитами й найчисельнішою групою – складеними найменуваннями. У когнітивному аспекті вони відтворюють різні складники структури знань про позначене, зокрема: об'єктивні несуперечливі



знання, що характеризують пропозиційно-диктумну мотивацію, фігуральну інформацію, яка позначена метафоричними знаками і є базою асоціативно-термінальної мотивації, культурний шар прецедентних феноменів, що фіксується в периферійній частині асоціативно-термінального компонента і характеризує прецедентну мотивацію. Застосування в номінативному акті різних за статусом складників представляє змішану мотивацію.

2. Пропозиційно-диктумна мотивація за загальним механізмом є метонімічною, оскільки при номінації страв застосовуються компоненти, що позначають складники ситуації приготування, презентації, споживання їжі тощо. Головними пропозиційними компонентами, які обираються мотиваторами ономасіологічних структур німецьких гастронімів, є предикати каузативного впливу, а також терми об'єктів, що відображають основний інгредієнт страви, який зазнає каузативного впливу; трансгресивів, що вказують на результат перетворення об'єкта; комітативів, які характеризують допоміжний, супровідний компонент страви; локативів двох видів: перший є показником місця в ситуації приготування або презентації страви, а другий вказує на територіальну одиницю, де вперше з'явилася певна страву; темпоративів, пов'язаних із часом приготування страви або свіжістю інгредієнтів; інструментивів, що відображають знаряддя для приготування страви; медіативів, які вказують на допоміжний засіб приготування, оформлення страви; компоненти рівнів якості та кількості.

3. Асоціативно-метафорична мотивація за загальним механізмом є метафоричною, оскільки мотиватори гастронімів обираються зі сфери терміналів МПК, сформованих у структурі концепту шляхом поєднання гастрономічної сфери як реципієнтної з іншими культурними сферами, які є донорськими і збагачують знакові ресурси концептуальної сфери кулінарії. Донорськими кодами є біоморфний, антропний і предметний. Найбільш частотно у сфері гастронімів застосовуються знаки біоморфного культурного коду, зважаючи на схожість зовнішнього вигляду страви до тварин і їхніх частин тіла, рослин, зокрема. Біоморфний код при творенні німецьких

гастронімів постачає назви природних об'єктів, зокрема, явищ природи й астронімів. До сфери гастронімів залучаються також найменування антропного культурного коду, зокрема, знаки якостей людини, її професійної приналежності. Застосування предметного коду при номінації страв передбачає уподібнення форми і кольору страви до певних артефактів.

4. Використання культурно-маркованих знаків в якості мотиваторів німецьких гастронімів є ознакою прецедентної мотивації. Цей тип мотивації ґрунтується на зближенні концептуальної сфери страв із культурним тлом етносвідомості: страви отримують свої назви на підставі близькості певних культурних феноменів до кулінарії, їхньої позитивної оцінки німецьким народом. Прецедентні феномени, що стають мотиваторами німецьких гастронімів, є позначеннями реальних осіб (представників королівської династії, державних, літературних і мистецьких діячів і т. ін.).

5. Змішаний тип мотивації характеризується вибором мотиваторів із різних за статусом фрагментів знань про позначене. У масиві німецьких гастронімів переважно поєднуються пропозиційний та асоціативний компоненти або асоціативний та модусний, що визначає різні види оцінки страви (сенсорну, психологічну, естетичну й етичну) та служить рекламним потребам.

Основні результати дослідження, що містяться у Розділі 2, відображені у публікаціях автора [27, с. 136 – 140].

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Метою кваліфікаційного дослідження було проведення когнітивно-ономасіологічного аналізу мотивації гастронімів сучасної німецької мови і характеристики їхніх мотиваційних типів.

Дослідження мотиваційного механізму масиву німецьких гастронімів, яке здійснюється за принципом двовекторності: «від слова до думки» та «від думки до слова», – дає змогу глибше пізнати когнітивні механізми етносвідомості, культурні пріоритети й норми німецького народу, а також специфіку номінативних «технік» мови.

Головним методом дослідження мотивації є когнітивно-ономасіологічний аналіз, що передбачає два етапи: інтерпретацію ономасіологічної структури найменування та когнітивне моделювання структури знань про позначене. Ономасіологічні структури німецьких гастронімів побудовані за різними моделями і представлені композитами та сполуками. Найчисельнішими є складені найменування, базис котрих організований за такими моделями:  $N_2+N_1$ ,  $N_{(com)2}+N_1$ ,  $N_2+N_{1(com)}$ ,  $Adj+N$ ,  $Adj+N_{(com)}$ ,  $Adj_{(com)}+N_{(com)}$ ,  $PI+N$ ,  $PI+N_{(com)}$ ,  $PI+N_{(com)}$ ,  $Adj_{(com)}+N$ .

Інтерпретація ономасіологічних структур назв страв передбачає з'ясування статусу ономасіологічних ознак у когнітивних структурах, визначення ономасіологічного базису (словотвірного форманта або способу організації композитної моделі чи сполуки з установленням граматичної й семантичної домінант), граматичних особливостей номінативних одиниць, характеру зв'язку ознак (синтактикоподібного чи асоціативного) і співвідношення ознак із базисом.

Моделювання структур знань про відповідну страву ґрунтувалося на розробленій у когнітивній ономасіології спрощеній схемі свідомості – ментально-психонетичному комплексі, що репрезентує синергетичний зв'язок п'яти пізнавальних функцій: мислення, відчуттів, почуттів, інтуїції і колективного позасвідомого. Ядром цієї моделі є пропозиційний компонент,

що корелює з асоціативно-термінальною частиною, наскрізним складником модусу, образами та іншими пізнавальними функціями.

Залежно від статусу мотиваторів у моделі МПК у масиві досліджених німецьких гастронімів ми виокремлюємо такі типи їхньої мотивації, як: пропозиційно-диктумний, асоціативно-метафоричний, прецедентний та змішаний. Пропозиційно-диктумна мотивація за загальним механізмом є метонімічною, оскільки у процесі творення гастроніма актуалізуються зв'язки за суміжністю назви страви зі складниками ситуації приготування, презентації та споживання страви: предикатами різних типів, об'єктами, якостями їжі, кількісним складом інгредієнтів, інструментивами, локативами тощо. Цей тип мотивації характеризується вибором мотиватора зі складу пропозиції, яка є мисленнєвим аналогом ситуації приготування та споживання страви, і відображає відносно об'єктивну й несуперечливу інформацію, позначену мовними одиницями у прямих значеннях. Пропозиція дорівнює диктуму. У структурі диктуму виокремлюються різноманітні предикатно-актантні рамки, або предикатно-аргументні структури, центром яких є предикат і його валентнісні кореляти – терми.

Мотиваційною базою німецьких найменувань страв є різноманітні ситуації, що формують предикатно-аргументні структури: приготування їжі, її споживання, презентації, опису страви тощо. Мотиватори найчастіше обираються зі структур знань про приготування їжі. Оскільки приготування страви є процесом активного діяча, який спрямовує власні дії на відповідний предмет, що зазнає впливу, важливим складником предикатно-аргументної структури є об'єкт. Об'єктний мотиватор виконує роль ономасіологічної домінанти у ряді гастрономічних сполук і визначається семантичною специфікою предиката.

Предикат як центр ситуації також виступає мотиватором німецьких гастронімів. Предикатні мотиватори представлені значеннями температурного, інструментального, локативного впливу, розділення, додавання, зміни форми

тощо. Зміст мотиваторів-предикатів є специфічним через обмеженість ситуацій, які використовуються при номінації страв.

У мотиваційній базі німецьких гастронімів із предикатом корелює суб'єкт, що містить інформацію про людину, яка вперше запропонувала рецептуру відповідної страви, натомість, назви самих кулінарів майже не фіксуються через їхнє нівелювання в свідомості.

За умови імплікації предиката у мотиваційній базі мотиватором німецьких гастронімів можуть обиратися й інструментив як показник знаряддя приготування страви або медіатив, що виражає допоміжний засіб приготування страви чи спосіб її презентації. Терм комітатива на позначення допоміжного інгредієнта страви із предметно-речовинним або конкретним значенням, навпаки, широко використовується при творенні німецьких гастронімів, оскільки цей мотиватор часто диференціює різноманітні страви. Важливим складником пропозиції приготування їжі є трансгресив як показник результату каузативного впливу і перетворення об'єкта. Мотиватор-дестинатив указує на застосування страви щодо інших страв як додаток та щодо відповідних споживачів

Частотним мотиватором німецьких гастронімів є локатив, репрезентований двома типами. До першого типу належать мотиватори-локативи на позначення певної території, де вперше приготувалась певна страв, її вміст, спосіб приготування, так і про споживчі переваги та смаки. Мотиватор-локатив другого типу представляє складник місця ситуації приготування їжі. Він виражає значення умістилища, посуду, пристрою, за допомогою якого презентують страву.

При творенні німецьких гастронімів застосовується й мотиватор-темпоратив, що вказує на час приготування страви або свіжість продуктів.

Мотиватори рівня якості позначають колір страви, соматичні й смакові відчуття від її споживання. Мотиватори кольору маніфестують домінуючий колір страви, приналежність до виду інгредієнта, колір певного компонента, який додається і визначає загальне естетичне оформлення страви. Мотиватори

рівня якості відображають сенсорику людини при сприйнятті нею якостей страви, зокрема, температурного режиму, переваги в страві певних інгредієнтів і смаку.

Мотиватори рівня кількості служать диференційною ознакою для певних страв, є показниками співвідношення її частин і розміру. При творенні німецьких гастронімів актуалізується партитивний рівень структури знань про позначене. Партоніми зазвичай позначають частини тіла тварин, які застосовуються в якості об'єкта ситуації приготування страви.

На відміну від пропозиційно-диктумного типу мотивації, асоціативно-метафоричний, характеризується вибором знаків-мотиваторів зі сфер інших концептів, тобто фігуральним представленням інформації про страву, її інгредієнти, спосіб приготування, якості тощо.

У масиві німецьких гастронімів донорськими зонами, які постачають свої знаки до сфери кулінарії, є переважно ЛЮДИНА, ТВАРИНА, РОСЛИНА, АРТЕФАКТ. Головними принципами метафоризації при позначенні страви є антропоморфізм, біоморфізм і предметоморфізм. Основними механізмами знакової переінтерпретації при виборі метафоричних мотиваторів німецьких гастронімів є синестезія як застосування знаків одних відчуттів на позначення інших, гештальтування як уподібнення страви цілісному нерозчленованому образу, а також мисленнєва аналогізація певних когнітивних сценаріїв.

Механізм синестезії при найменуванні страв ґрунтується на переінтерпретації дотикових відчуттів як смакових, що пояснюється обмеженістю спектру останніх та їхніх мовних позначень. Механізм гештальтування є надзвичайно поширеним в асоціативно-термінальній мотивації. Він дає змогу посилити естетичний вигляд страви шляхом її уподібнення до тварин і їхніх частин тіла, квітів, природних об'єктів, зокрема, назв небесних світил, планет. У процесі уподібнення зорового образу застосовується і простий механізм схожості форми, кольору страви з відповідним предметом. Механізм дифузної метафоризації на підставі подібності сценаріїв значно менше представлений у концептуальній сфері

кулінарії. Здебільшого такими сценаріями є існування явищ природи, які порівнюються зі способом приготування їжі.

За загальним механізмом найбільш близькою до асоціативно-метафоричної мотивації є прецедентна, яка також характеризується вибором мотиватора з асоціативно-термінальної сфери, що містить поряд із фігуральними знаннями шар культурних знань. Механізм прецедентної мотивації застосовує знаки інших концептуальних сфер на позначення страв, однак природа переінтерпретації є іншою: до гастрономічного коду залучаються добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти знаки, які не лише служать рекламним потребам для привертання уваги споживачів, вони містять культурно значущу інформацію зі сфери історії, літератури та мистецтва. Прецедентні мотиватори назв страв є позначеннями реальних історичних осіб (представників королівської династії, державних, літературних і мистецьких діячів і т. ін.).

За умови використання в ономасіологічних структурах німецьких гастронімів різних за статусом компонентів структури МПК, такі найменування кваліфікуються як змішано мотивовані. При змішаній мотивації поєднуються пропозиційний, асоціативно-термінальний та модусний компоненти МПК. Особливу вагу в даному випадку має модусний компонент, який передає сенсорні, психологічні, естетичні й етичні оцінки страви, смакові та зорові враження від неї.

Загалом, дослідження мотивації німецьких гастронімів дає змогу визначити специфіку внутрішнього досвіду народу, поглибити уявлення про зв'язок традицій і культурних норм із мовними закономірностями.

Основні результати дослідження можуть бути використані як при подальшому дослідженні номінативного класу гастронімів на матеріалі різних мов, так й у процесі когнітивно-ономасіологічного аналізу інших лексичних груп.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н.Д., Журина М.А. Теория метафоры. Сборник статей. Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
2. Бацевич Ф. С., Космеда Т. А. Очерки по функциональной лексикологии. Львов : Свит, 1997. 392 с
3. Браницька Я. В. Гастроніми у сучасній французькій мові: когнітивно-ономасіологічний аспект : дис. на здобуття канд. наук. Одеський нац. університет ім. Мечнікова. Одеса, 2008. 199 с.
4. Васильев Л.М. Современная лингвистическая семантика : Учеб. пособие для вузов, *Высшая школа*. Москва, 1990. 176 с.
5. Ганус С. Німецька славістика доби просвітництва. *Проблеми слов'янознавства*. 2003. Вип. 53. Ужгород. С. 37–54.
6. Доценко О.Л. Семантико-прагматичний синтакс: особливості вираження модальності. Київ : посібник, 2006. 262 с.
7. Іваненко К. Проблема теорії номінації в лінгвістиці. *Studia methodologica*. Київ. 2014. Вип. 36. С. 2–6.
8. Калько В.В. Асоціативно-термінальна мотивація українських назв риб. НАНУ. 2008. С. 93–99.
9. Каракевич Р. О. Лінгвокультуремна асиметрія гастронімів (на матеріалі німецької та української мов). *Молодий вчений*. Березень, 2020. № 3.2 (79.2). С. 35 – 40.
10. Кашуба Н.В. До питання про семантичну типологію предикатів дії. 2008. С. 211 – 212.
11. Когниция, коммуникация, дискурс / за ред. И.С. Шевченко, В.И. Карасик. Харьков : Международный электронный сборник научных трудов, 2010. 100 с.
12. Косенко К.О. Предикати входження / невходження і дієслівні зв'язки. *Інститут української мови. НАН України*. 2009. С. 1–7.



13. Ктитарова Н.К. Загальне мовознавство: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Дніпродзержинськ : Дніпродзержинський державний технічний університет , 2009. 144 с.
14. Кубрякова Е. С. Словосложение как процесс номинации и его отличительные формальные и содержательные характеристики. Теоретические основы словосложения. Пятигорск : ПГПИИЯ, 1988. С. 3–23.
15. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика повзводного слова : учебник. Москва : Наука, 1981. 200 с.
16. Кульчицький В. Класифікація похідних слів сучасної німецької мови на основі семантичних категорій. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. 2017. Київ. № 36. С. 24–30.
17. Курушкіна Т.М. Ономасіологія: проблематика, етапи становлення та перспективи розвитку. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» Том 25 (64) № 1. Часть 1, 2012. С. 332–337.
18. Лакофф Дж., Джонсоном М. Метафоры, которыми мы живем. Москва : книга, 2004. 254 с.
19. Лапиніна Л. О. Тематична класифікація компонентів-гастронімів фразеологічних одиниць німецької мови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 14. С. 176–178.
20. Молах Г. Б. Німецькі фразеологічні одиниці із компонентом-гастронімом та суміжних галузей. С. 6–9.
21. Мусієнко І. Головні тенденції розвитку україністики в Німеччині та Австрії в ХХ – на початку ХХІ ст. 2011. С. 1–10.
22. Назаренко І. Словоскладання як один із найпоширеніших способів словотвору німецької мови. Мелітополь. 2016. С. 1–9.
23. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики : монография. Санкт-Петербург : СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена , 2007. 809 с.

24. Плющ Я.М. Категорії суб'єкта і об'єкта в структурі простого речення : монографія. Київ : Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова, 2018. 203 с.
25. Полюжин М. М. Курс лекцій з лінгвоісторіографії. Вінниця : Фоліант, 2004. 272 с.
26. Рахилина Е.В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость : монография. Москва : «Русские словари», 2008. 238 с.
27. Салогор Н.В., Стройкова С.А. Мотиваційні типи німецьких гастрономів. Мовознавчий вісник Черкаського національного унів. ім. Б. Хмельницького. 2021. Вип. 30. С. 136 – 140.
28. Салогор Н.В., Стройкова С.А. Ономасіологічні структури німецьких гастрономів. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженні молодих учених «Родзинка»* : матеріали XXIII Всеукр. наук. конф., 22-23 квітня 2021 р. Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2021. С. 774.
29. Салогор Н.В., Стройкова С.А. Проблема номінації в лінгвістиці. *Таврійські філологічні наукові читання : матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Київ : Таврійський нац. унів. ім. В. І. Вернадського, 29–30 січня 2021. С. 211.
30. Санникова Н.Ю. Мотивированность и производность слов в современном русском языке: Методические рекомендации. Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2006. 17 с.
31. Селиванова Е. А. Номинация и когниция : новая типология мотивации языковых единиц дискурс : *Международный электронный сборник научных трудов* [Електронний ресурс] / Е. // Когниция, комуникация, дискурс. 2011. № 3. С. 64 – 86. URL: <http://www.sites.google.com/cognitiondiscourse>.
32. Селіванова О. О. *Лінгвістична енциклопедія*. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.
33. Селіванова О. О. Прецедентна мотивація номінативних одиниць. URL: <https://bibl.com.ua/kultura/2417/index.html>
34. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

35. Степанов Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики : *Академия наук СССР. Институт Языкознания*. Москва, 1975. 313 с.
36. Степанчук А.П. Сучасні погляди на структурно-функціональну організацію органа смаку людини. *Український журнал медицини, біології та спорту*. 2020 № 4, т.5. С. 55 – 60 .
37. Степанюк А.В. Використання прецедентних феноменів у текстах української та англійської реклами : *Чорноморський нац. універ. ім. Петра Могили Миколаїв*, 2019. 16 с.
38. Стройкова С. А. Асоціативно-метафорична мотивація номенклатурних назв риб у сучасній німецькій мові. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Кам'янець-Подільський : Філологічні науки, 2012. Вип. 29. С. 222–225.
39. Улуханов И.С. Мотивация в словообразовательной системе русского языка : монография. М., ИЦ «Азбуковник», 2005. 314 с.
40. Усик Л.М. Когнітивно – ономасіологічна реконструкція оцінного компонента у семантиці фітонімів : дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук : 10.02.17 / На правах рукопису. Київ, 2017. 254 с.
41. Ханикіна Н.В. Сучасне розуміння понять «номінація» та «мотивація» в лінгвістиці. *Київський національний лінгвістичний університет*. 2016. С. 1–4.
42. Ш. Балли. *Общая лингвистика и вопросы французского языка* : монография. Москва : издательство иностранной литературы, 1995. 412 с.
43. Шаповал І.А. Семантико-прагматичні параметри оптатива в українській та англійській мовах : дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук : 10.02.17 / Кваліфік. наук.праця на правах рукопису. Івано-Франківськ, 2021. 266 с.
44. Шевченко О.М., Шевченко Н.С. Когнітивна лінгвістика як напрям мовознавчого дослідження. *Молодий вчений*. 2020. № 7. С. 142–145.
45. Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики : енциклопедичний довідник. К. : АртЕк , 1998. 336 с.

46. Янценецкая М.Н. Пропозициональный аспект словообразования (обзор работ сибирских дереватологов). *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2014. №1 (27). С 167 – 193.
47. Blank, A. Kognitive romanische Onomasiologie und Semasiologie / Andreas Blank, Peter Koch. Tübingen : Niemeyer, 2001. 233 S.
48. Dokulil M. Zur Theorie der Wortbildung // Zur Lexikologie der deutschen Sprache der Gegenwart. *Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität. Leipzig*, 1968. 17. Jg. H. 2 / 3. S. 205.
49. Heusinger, S. Die Lexik der deutschen Gegenwartssprache / Siegfried Heusinger. München : Wilhelm Fink Verlag, 2004. 303 S.
50. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago and London: University of Chicago Press, 2004. 256 p.
51. Lakoff, G. *The Contemporary Theory of Metaphor*. George Lakoff . *Metaphor and Thought* / ed. by Andrew Ortony : [2 nd ed.]. Cambridge : Cambridge University Press, 1993. P. 202–251.
52. Lakoff, G. *Women, fire, and dangerous things : What categories reveal about the mind* / George Lakoff. Chicago : University of Chicago, 1987. 632 p.
53. Lindekugel J. *Vielfalt der Dichtarten im Werk von Oswald Burghardt (Jurij Klen)*. Kassel : Kassel university press, 2003. 545 S.
54. Schippan, Thea. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache* / Th. Schippan. Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1992. 306 S.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Alte, fast vergessene Gerichte. *Gekocht* : веб-сайт. URL: <https://www.gekonntgekocht.de/alte-fast-vergessene-gerichte/>
2. DDR-Rezepte - unvergessene Klassiker. *Lecker* : веб-сайт. URL: <https://www.lecker.de/ddr-rezepte-unvergessene-klassiker-51358.html?image=6>
3. Deftiges & Herzhaftes. *Ostdeutsch Kochen* : веб-сайт. URL: <https://www.erichserbe.de/ddr-rezepte-deftiges-herzhaftes>
4. Der Deutschen liebsten Speisen - Deutsche Rezepte nach Region zum Nachkochen. *Superprof* : веб-сайт. URL: <https://www.superprof.de/blog/typisch-deutsche-rezepte/>
5. 10 deutsche Gerichte mit kuriosen Namen. *Deutsche Welle Nachrichten* : веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/de/10-deutsche-gerichte-mit-kuriosen-namen/a-39772626>
6. Deutsche Küche – Die liebsten Traditionsgerichte. *Chefkoch* : веб-сайт. URL: <https://www.chefkoch.de/magazin/artikel/2062,0/Chefkoch/Deutsche-Kueche-diese-Rezepte-sind-typisch-deutsch.html>
7. Diese DDR-Gerichte sind Kult. *Eat smarter* : веб-сайт. URL: <https://eat-smarter.de/ernaehrung/ernaehrungsarten/ddr-gerichte>
8. Essen & Trinken in Deutschland. *Der Schmankerlstubn Blog* : веб-сайт. URL: <https://www.schmankerlstubn.at/essen-trinken-deutschland/>
9. Gerichte mit Geschichte. *Chefs Culinar* : веб-сайт. URL: <https://www.chefsculinar.de/gerichte-mit-geschichte-477.htm>
10. Hessen: typische Spezialitäten. *Essen und Trinken* : веб-сайт. URL: <https://www.essen-und-trinken.de/deutsche-kueche/83061-rtkl-hessen-typische-spezialitaeten>
11. Liste nach Personen benannter Gerichte : веб-сайт. URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_nach\\_Personen\\_benannter\\_Gerichte](https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_nach_Personen_benannter_Gerichte)

12. Lustige oder seltsame Namen für Speisen im deutschsprachigen Raum. Deutsch-werden. de : веб-сайт. URL: <https://deutsch-werden.de/de/lustige-oder-seltsame-namen-fuer-speisen-im-deutschsprachigen-raum>
13. Merkwürdige deutsche Gerichte. *Deutsche Welle Nachrichten* : веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/de/merkw%C3%BCrdige-deutsche-gerichte/a-41104738>
14. 14 Norddeutsche Gerichte, die jeder kennen sollte. *Njoy vom NDR* : веб-сайт. URL: <https://www.n-joy.de/leben/14-norddeutsche-Gerichte-die-jeder-kennen-sollte,norddeutschegerichte100.html>
15. 25 typische deutsche Gerichte: eine kulinarische Reise durch Deutschland. *Traum, ferien, wohnungen* : веб-сайт. URL: <https://www.traum-ferienwohnungen.de/reisemagazin/25-typische-deutsche-gerichte-kulinarische-reise-durch-deutschland/>
16. Wie bitte? Gerichte mit kuriosen Namen. *Küche aktiv* : веб-сайт. URL: [https://kueche-aktiv.de/cportal/reference?ref=cmsitem\\_00018331&mainReference=category/navnode\\_000004MS](https://kueche-aktiv.de/cportal/reference?ref=cmsitem_00018331&mainReference=category/navnode_000004MS)
17. Soßen - drei Rezepte für alle Fälle. *Lecker* : веб-сайт. URL: <https://www.lecker.de/sossen-drei-rezepte-fuer-alle-faelle-50072.html>
18. Национальная кухня Германии. *Кидпассаж* : веб-сайт. URL: <https://kidpassage.com/publications/natsionalnaya-kuhnya-germanii>
19. Цей день в історії. веб-сайт. URL: <https://www.jnsm.com.ua/h/0224P/>

