

Ж. БАГАНА

доктор филологических наук, профессор
кафедры французского языка Белгородского
государственного университета

E-mail: baghana@bsu.edu.ru,

baghana@yandex.ru,

Тел. 8(4722) 30 13 28

Я.Ю. КРАВЕЦ

аспирант кафедры французского языка
Белгородского государственного государственного
университета

E-mail: janakravec@yandex.ru

Тел. 8(4722) 33 55 15

СУЩНОСТЬ ВТОРИЧНОГО ЗНАЧЕНИЯ В ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЕ «МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ» (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

В статье рассматривается вторичное значение как способ лингвокреативного мышления. Исследуется данная тематическая группа в двух рассматриваемых языках. Сравниваются специфические особенности представленных продуктов, а также их вторичное значение и употребление в речи.

Ключевые слова: семантика, вторичное значение, идиомы, коннотация, гипероним.

Система номинативных средств языка представляет собой двухуровневую организацию, а именно включает в себя и первичное, и вторичное наименование. В свою очередь, оба уровня номинации составляют различные значения одной языковой единицы, хотя бы и находящиеся в деривационном отношении, т.е. производное вторичное значение образуется от производящего первичного по определённым, конкретным правилам, либо моделям [1, с.125]. Вторичные наименования имеют внутреннюю форму, осознаваемую носителями языка, это подтверждает тот факт, что они всегда мотивированы.

Особенность отношения наименования в том, что имя может иметь лишь одно-единственное значение, в то время как один и тот же предмет может иметь ряд наименований. Возможность употребления нескольких имён для обозначения одного и того же объекта ставит задачу, как различные имена оказываются идентичными. Г. Фреге считал, что наименование информативно, так как оно отражает один из признаков обозна-

чаемого предмета, а также сообщает о нём. В семантической структуре наименования необходимо различать значение как отношение к обозначаемому предмету и, кроме этого, информацию (смысл), которая заключена в нём [2, с.92].

Переносные значения свободны в отличие от единиц первичной номинации, они не носят терминологический характер. Это объясняется тем, что они реализуются в контексте сосуществования прямых значений, которые имеются в языке слов, а также зависят от логических умозаключений из знаний о мире. Следовательно, слово в прямом значении осмысливается по памяти, а в переносном значении по правилам варьирования прямого значения. М. В. Никитин утверждает, что для того чтобы знать, что обозначает слово в прямом значении, необходимо помнить его значение. А для того чтобы знать, что обозначает слово в переносном значении, необходимо знать не только его исходное прямое значение, но и к тому же знать что-то о мире, о закономерностях ассоциирования понятий, о сущностях и их связях [1, с. 238-239].

Рассмотрим вторичное значение в тематической группе молочные продукты (молоко, творог, масло, сыр) на материале немецкого и русского языков. Молоко для европейцев является интернациональным продуктом. Тем не менее, в большинстве стран гастрономическая функция молока претерпела различные изменения. Во-первых, специфика его продажи, а также бытовые особенности его переработки. Во-вторых, национальная специфика приготовления некоторых блюд и напитков. Ввиду того, что молоко традиционно для кухонь обоих народов, уместно упомянуть о широком использовании вторичных значений с данной тематической группой как в немецком, так и русском языках. Однако в немецком языке вторичные значения представлены в большом количестве, так как только для немецкого языка характерны обратные вторичные номинации. Например: молоко - *Kuhsaft* – «сок коровы», разбавленное молоко – *nasse Milch* – «мокрое молоко», *Milch von der blauen Kuh* – «молоко от синей коровы», молоко высшего качества – *Milch von glücklichen Kuh* – «молоко от счастливой коровы».

Количественный и качественный состав вторичных значений при равной гастрономической значимости молока как продукта питания немного отличается. Тематически соотнесённые идиомы наиболее характерны для немецкого языка. Сравним: *über vergossene Milch reden* – «говорить о чём-то давно решённом», *gelbe Milch* (жёлтое молоко) – «пиво», *aus sehen wie gespine Milch* – «быть бледным». У русского, а также и немецкого народа молоко являлось традиционно показателем достатка и благополучия, и на это были свои причины. Эти коннотации нашли своё отражение в словосочетаниях, характерных для каждой страны. Например: *Milch und Honig* – «молоко и мёд» – «изобилие», *wo Milch und Honig fließt* – «где течёт молоко и мёд», т.е. страна благоденствия; *страна где текут молочные реки* – изобилие.

Молоко – это не только самостоятельный продукт питания, оно имеет культурную значимость и как исходный продукт для приготовления кисломолочных, либо молочных продуктов (масло, творог, сыр).

Эквивалентом немецкого слова *Butter* является русское масло, подразумевается животное коровье масло. Но для русского и немецкого быта характерны некоторые фоновые расхождения. А

именно, различным видовым составом: рус. *топлёное масло*; нем. *Kräuterbutter* – «масло с пряными травами». В быту русских масло с высоким содержанием жира считается хорошим маслом, в то время как для немецкого быта это совсем не характерно. В немецком быту виды масла с незначительным количеством молочного жира, а также с добавлением растительных жиров пользуются большей популярностью. Функциональные приоритеты этого продукта играют важную роль. В немецкой кухне масло выполняет больше бутербродную функцию, подтверждение данному факту можно увидеть в тематических словарях (русско-немецкий словарь пословиц и поговорок, 1984; Deutsches Universal Wörterbuch, 1996). Масло «*Butter*» находится в одной и той же парадигме с мармеладом *Marmelade*, творогом *Quark*, джемом *Jam*, объединённой обобщением *Brotaufstrich* – «масса, намазываемая на хлеб», а в русской же кухне масло чаще используется для приготовления разных блюд.

Масло имеет высокую значимость, именно это позволяет наиболее ценить его в бутерброде: *kaum die Butter auf dem Brot haben* – «жить бедно», *Butter aufs Brot* – «иметь хороший заработок»; *хлеб с маслом* – достаток, кататься как сыр в масле – «жить без забот».

В немецком и в русском языках есть ряд фразеологизмов, в основу которых положены качественные характеристики продукта (масло). Сравним: *wie Butter an der Sonne zergehen* – «сгореть со стыда», *das Herz ist weich wie Butter* – «мягкий, очень чувствительный человек»; масло масляное – «ничего не объясняющее повторение», как по маслу – «пройти какому-то событию без проблем, без помех».

Такой молочный продукт, как творог *Quark* имеет значительные расхождения в своих культурных динамиках. В русской кухне творог – это самостоятельное блюдо, возможны лишь некоторые дополнения к этому продукту: например, творог с молоком, сметаной, сахаром. В то же время как для немцев творог является, прежде всего, гарниром. В немецком языке: *Quark mit Kümmel, Salz, Tomaten, Zwiebel, Schinken* – «творог с тмином, солью, помидорами, луком, ветчиной».

Культурно-специфичным является то, что немцы используют творог для приготовления бутербродов: *Quarkbrot* – «творожный хлеб»,

для приготовления десертных блюд, например: *Quarkflammeri* – «творожный холодный пудинг». В русском языке также есть много десертных блюд, традиционные творожные изделия: сырники, ватрушка, запеканка.

Отсутствие вторичных значений в русском языке предопределила коннотативная нейтральность творога в быту. В немецком же языке, напротив, ярко выражена негативная коннотативная направленность в ряде вторичных номинаций. Например: *sich über jeden Quark aufregen* – «беспокоиться без повода, по пустякам», *Quark* – «ерунда», *Quarkspitzen* – «пустые обещания», *einen Quark kriegst du von mir* – «ты ничего от меня не получишь», *alter Quark* – «чепуха», *das geht dich einen Quark an* – «это тебя не касается», *ich habe Quark in den Händen* – «у меня всё валится из рук».

В домашних условиях после некоторых простых манипуляций с творогом получается молочный продукт, который называется сыром *Käse*, но, естественно, не похожий на традиционные виды сыров. В связи с этим в немецком быту незрелый сыр называют *Frischkäse*. В немецкой кухне сыр используется для приготовления супов *Käsesuppen*, разного вида салатов *Käsesalat*, приготовленных с использованием *Mettwurst*, *Speck* – «салями, шпика». Сыр занимает, несомненно, видное место в национальных кухнях обеих культур: но присутствуют виды сыра, характерные только лишь одной из культур: нем. *Camembert* – камамбер, *Parmasankäse* – пармезан, *Harzer Käse*, *Tilsiter Käse*, русск. *пошехонский сыр*, *российский сыр*.

Для сыра также присутствуют отрицательные коннотации. Они нашли отражение во вторичных значениях немецкого языка самого слова и выражениях: *Käse* – «чепуха, глупость»; *in den Käse fallen* – «попасть в неприятное положение», *grosser Käse* – «полная чепуха», *stinkender Käse* – «что-то давно забытое», *ihr Herz ist wie Käse* – «она очень впечатлительна», *Käse im Gesicht* – «бледность в лице». В русском же языке можно привести лишь один пример: *катается как сыр в масле* – живёт в достатке.

Анализ фактического материала показал, что тематическая группа «молочные продукты» (молоко, масло, творог, сыр) является неотъемлемой частью повседневной жизни для каждого народа. Продукты питания культурно своеобразны во многом для каждой нации. Лексические единицы этой тематики в своей семантике несут значительный культурологический потенциал. В немецком языке, в сравнении с русским, преобладает количество вторичных значений, если говорить о количественном параметре страноведческой значимости. Можно предположить, что это связано с несколько иным восприятием пищи в русском и немецком быту. Большая часть вторичных значений образовалась давно. Для русского быта характерна небольшая вариативность в продуктах питания. В результате этого вторичные значения, построенные на образах молока и масла, представлены недостаточно широко. В то время как в немецком языке необходимо отметить большее количество таких значений, тематически связанных с молочными продуктами (маслом, молоком, творогом, сыром).

Библиографический список

1. Пикитин М.В. Курс лингвистической семантики. Учебное пособие к курсам языкознания, лексикологии и теоретической грамматики. С.-П.: Научный центр проблем диалога, 1996. 760 с.
2. Фреге Г. Смысл и денотат. Семиотика и информатика. М.: 1977. 217 с.
3. Fischer G. Die landeskundlichen Komponente bei der Behandlung literarischer Texte im Deutschunterricht für ausländische Germanisten. DaF, 1977. H. 2. S. 78-89.
4. Hoberg R. Die Lehre vom Sprachfeld. Ein Beitrag zu ihrer Geschichte, Methodik und Anwendung. Düsseldorf: Schwann, 1974. 200 S.
5. Цвиллинг М.Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок. М.: 1984. с. 56-58.
6. Duden. Deutsches Universal Wörterbuch. hrsg. und bearb. Vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion. Mannheim; Wien; Zurich: Dudenverlag, 1996. 1816 S.

J. BAGHANA, Y.Y. KRAVETZ

**THE NATURE OF SECONDARY MEANING
IN THEMATIC GROUP "MILK PRODUCTS"
(ON THE MATERIAL OF GERMAN AND RUSSIAN LANGUAGES).**

In this article the secondary meaning, secondary nomination as a way of creative thinking is observed. The author researches the particular thematic group in two languages. Specific features of given products, their secondary meaning and use in speech are compared.

Key words: *semantics, secondary meaning, idioms, connotation, hyperonym.*