

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.11.37>

Данилова Виктория Анатольевна

**Лингвокультурологический анализ фразеологических единиц со стержневым компонентом "BIER" в немецком языке**

Цель исследования - реконструировать через призму лингвокультурологического подхода сегмент речемыслительной картины мира немецкого этноса, объективированный корпусом фразеологических единиц с субстантивным стержневым компонентом "BIER". Научная новизна заключается в выборе малоизученного идиоматического материала, в том числе архаических идиом тематической области "Пивоварение и употребление пива в Германии", и в их лингвокультурологическом анализе. В результате выявлены, систематизированы, описаны фразеологические единицы со стержневым компонентом "BIER", зафиксировавшие основные представления о пиве как социокультурном феномене в немецкой языковой картине мира.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2020/11/37.html](http://www.gramota.net/materials/2/2020/11/37.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 11. С. 176-181. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2020/11/](http://www.gramota.net/materials/2/2020/11/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.11.37>

Дата поступления рукописи: 30.09.2020

**Цель исследования** – реконструировать через призму лингвокультурологического подхода сегмент речемыслительной картины мира немецкого этноса, объективированный корпусом фразеологических единиц с субстантивным стержневым компонентом “BIER”. **Научная новизна** заключается в выборе малоизученного идиоматического материала, в том числе архаических идиом тематической области «Пивоварение и употребление пива в Германии», и в их лингвокультурологическом анализе. **В результате** выявлены, систематизированы, описаны фразеологические единицы со стержневым компонентом “BIER”, зафиксировавшие основные представления о пиве как социокультурном феномене в немецкой языковой картине мира.

**Ключевые слова и фразы:** языковая картина мира; лингвокультурологический подход; фразеологическая единица с компонентом “BIER”; гастрономический дискурс; немецкий язык.

Данилова Виктория Анатольевна, к. филол. н.  
Московский государственный лингвистический университет  
vita.danilova@gmail.com

## Лингвокультурологический анализ фразеологических единиц со стержневым компонентом “BIER” в немецком языке

Лингвокультурологический подход к исследованию национального языка, получивший в последние десятилетия широкое распространение в зарубежной и отечественной филологии, позволяет рассматривать собственно языковые явления комплексно, с привлечением экстралингвистической информации об историческом пути развития этноса как специфического лингвокультурного сообщества. Внимание исследователей направлено в первую очередь на то, какими средствами язык фиксирует национально-специфический образ мира, на протяжении многих веков транслирует устойчивые социально-культурные установки, типичные ассоциации, наивные наблюдения за окружающей действительностью. Фразеологический фонд языка благодаря своей структурной специфике и устойчивости, безусловно, является особенно ценным материалом подобных исследований, позволяя как можно более полно проанализировать избранный фрагмент концептуальной картины мира. **Актуальность** данного исследования обусловлена лингвокультурологическим анализом языковых явлений в тесной связи с историческим путем становления немецкого менталитета.

Научная значимость данного исследования заключается в реконструкции сегмента концептосферы немецкого народа, объективированного малоизученным корпусом фразеологических единиц (ФЕ) с выраженной национально-культурной коннотацией. Особую культурологическую ценность имеет исследование ФЕ с кулинарным компонентом, так как кулинарные привычки каждого народа складывались на протяжении многих веков под влиянием географических, климатических, экономических факторов и являются неотъемлемой частью всякой национальной культуры. Традиционные продукты питания, способы их приготовления и употребления, своеобразные блюда национальной кухни формируют особый коммуникативный код – гастрономический.

В процессе данного исследования решаются следующие **задачи**: выявить в немецком идиоматическом фонде корпус ФЕ со стержневым компонентом *Bier*, выделить тематические подгруппы ФЕ и описать их национально-культурную специфику. В процессе анализа практического материала использовались следующие **методы исследования**: метод сплошной выборки, метод анализа дефиниций ФЕ, метод этимологического анализа, исследовательный метод.

**Теоретической базой** исследования являются работы отечественных специалистов в области фразеологии и лингвокультурологии Д. Г. Мальцевой [3], А. Д. Райхштейна [6], И. И. Чернышевой [8], В. Н. Телия [7]. Использован языковой материал из словарей Л. Э. Биновича и Н. Н. Гришина [2], К. Ф. В. Вандера [13], из немецких идиоматических сборников XIX-XX веков [11; 16]. На наш взгляд, было бы неверным концентрироваться лишь на фразеологическом фонде современного немецкого языка, игнорируя вышедшие из употребления либо малоупотребительные ФЕ. Концептуальная картина мира интересна именно в диахроническом аспекте, когда можно выделить её трансформации или же, наоборот, неизменные сегменты, сохраняющие стабильность на протяжении веков. Диахронические исследования позволяют также установить прототипы ФЕ, проявляют мотивы обращения народа к конкретному образу, позволяют осмыслить механизмы вторичной номинации.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что материалы исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при чтении лекционных курсов и создании учебных пособий по истории и лексикологии немецкого языка, истории Германии, межкультурной коммуникации, спецкурсов по лингвострановедению немецкоязычного региона.

На всем историческом пути развития немецкого этноса пиво являлось немецким социокультурным феноменом национального масштаба, одной из важнейших составляющих гастрономического дискурса Германии. И сегодня оно является не только культовым немецким напитком, но и представляет собой необходимый компонент различных национальных блюд, например, супа с пивом *Biersuppe* (на севере Германии *Biersoop*): светлое пиво добавляется в горячее молоко с приправами (крахмалом, корицей, сахаром, солью). Свинина в пиве – один из классических рецептов тушения мяса в Германии; после приготовления оно сохраняет легкий солодовый запах и получается пикантно-островатым на вкус. Популярен также картофельный суп с сосисками

и пивом: пиво добавляется в овощной бульон, в котором варятся овощи и сосиски. Темное пиво в Германии часто используется для приготовления кипящего пивного соуса к тефтелям и фрикаделькам. В Берлине и земле Бранденбург популярен традиционный крушон с пивом (*Altberliner Bierbowle*) – прохладительный напиток из изюма, сухариков, корицы, лимонного сока и светлого пива сорта *Berliner Weiße* [17, S. 192].

Пиво не является немецким изобретением и было известно шумерам (3 тыс. лет до н.э.), жителям Древнего Египта, римлянам, древним германцам. Так, германская мифологема закреплена во внутренней форме употребительного устойчивого словосочетания *Da braut sich was zusammen* (букв. Тут что-то назревает, затевается; первоначальное значение – «надвигается непогода», в современном языке – о неприятностях, конфликте и т.д.). Германцы полагали, что непогода возникает, когда верховный бог Вotan ссорится с богиней Фриггой, покровительницей домашнего очага, за обладание пивоваренным котлом (*Braukessel*) [18].

Старейшим археологическим свидетельством пивоварения у германских племен, обитавших на территории сегодняшней Германии, являются найденные в захоронениях пивные кувшины IX в. до н.э. (г. Кульмбах, округ Верхняя Франкония). Пиво не являлось для германцев повседневным напитком, его специально варили по большим празднествам и обильно употребляли, иногда используя в качестве сосудов черепа поверженных врагов [Ibidem]. Юг Германии, в первую очередь Бавария, заслуженно считается центром немецкого пивоварения: в регионе Франкония (Нюрнберг, Бамберг, Байройт) проходит “*Fränkische Bierstraße*” (Франкский пивной путь) – исторический маршрут, включающий в себя самое большое число немецких пивоварен, производящих 400 сортов пива. Знаменитая мюнхенская придворная пивоварня *Hofbräuhaus* появилась в эпоху правления герцога Вильгельма V (1589), который счел расточительством покупку дорогого монастырского пива для своего двора в Саксонии и Брауншвейге.

Тематическая область «Пивоварение» составляет обширный сегмент речемыслительной картины мира немецкого этноса и характеризуется ярко выраженной этнокультурной спецификой. Словарь К. Ф. В. Вандера “*Deutsches Sprichwörter-Lexicon*” (XIX в.) включает в себя 138 фразеологических комплексов со стержневым компонентом *Bier* и содержит множество оригинальных номинаций сортов пива, производившихся в той или иной местности Германии. Так, в силезском городе Бреслау (совр. Вроцлав) варили прославленный историческими хрониками *Scheps*, в бранденбургском Кирице – крепкое пиво *Mord und Totschlag* («Смертоубийство») и *Friede und Einigkeit* («Мир и единение»), в саксонской Гримме – *Bauchweh* («Живот болит»), в Йене – *Dorfteufel* («Деревенский черт») и *Menschenfett* («Человечий жирок»), в Дасселе (Нижняя Саксония) – *Hund* («Собака»), в Деличе (Северная Саксония) – *Kuhschwanz* («Коровий хвост») и др. [13].

Нами зафиксированы краткие рифмованные ФЕ со стержневым компонентом *Bier*, имеющие в своем составе топонимы (названия немецких городов и земель) и построенные по одной и той же модели: пиво какого-либо конкретного немецкого города метафорически называется «мальвазией» данной местности. Мальвазия является сладким вином из одноименного сорта винограда, происходящего из Древней Греции и распространенного в средиземноморском регионе (в Италии, Испании, Португалии, Франции, на Мадейре). Так, *Breslauer Bier ist der Schlesier Malvasier* (букв. Пиво из Бреслау – силезская мальвазия), *Naumburger Bier ist der Thüringer Malvasier* (букв. Наумбургское пиво – тюрингская мальвазия), *Torgauer Bier ist der Armen Malvasier* (букв. Пиво из Торгау – мальвазия для бедных). ФЕ, посвященная известному с XIV века пиву из г. Наумбург, послужила заголовком книги тюрингского краеведа Фридриха Хоппе (1919) “*Naumburger Bier ist der Thüringer Malvasier: Geschichte des Naumburger Bieres und der Naumburger Gasthöfe*” («Наумбургское пиво – силезская мальвазия: история наумбургского пива и постоялых дворов Наумбурга»).

Крепость пива из города Гданьск (ранее Данциг) позволила сравнить его с силой четырех быков в рифмованной ФЕ *Danziger Bier ist stärker als der Ochsen vier* (букв. Данцигское пиво сильнее четырех быков). Источники по истории Гданьска сохранили названия его лучшего сорта – *Jopenbier*, варившегося в городских и монастырских пивоварнях еще во времена владычества Тевтонского ордена [12].

Знаменитый сорт Бокбир (*Bockbier*) – разновидность крепкого пива из ганзейского города Айнбек (Нижняя Саксония) – известен с XIV века, когда его в качестве элитного напитка стали вывозить не только в другие немецкие города, но и в скандинавские страны. ФЕ *Einbecker Bier ist ein stark Thier* (букв. Пиво из Айнбека – сильный зверь) отражает высокое содержание алкоголя в этом сорте пива – по преданию, любимом сорте великого немецкого реформатора Мартина Лютера. Баварские герцоги в начале XVII века переманили в Мюнхен айнбекского пивовара Элиаса Пихлера, который начал варить для двора Виттельсбахов пиво по рецепту своего родного города [4, с. 116, 226].

Значительная часть ФЕ со стержневым компонентом *Bier* фиксируют положительные и отрицательные последствия употребления этого напитка человеком. Пиву приписывается возможность не только утолять жажду человека, но также согреть и насыщать его (*Gut Bier ist Speise, Trank und Kleid* (букв. Хорошее пиво – это еда, напиток и одежда; ср. англ. *Good ale is meat, drink and cloth*)). В рифмованной поговорке *Bier nährt, Wein zehrt* (букв. Пиво насыщает, вино истощает) пиво, способствующее насыщению, противопоставляется вину, которое, наоборот, вредит организму. Простая крестьянская пицца оздоравливает (*Bier und Brot macht Wangen roth* (букв. Пиво и хлеб румянят щеки)), однако лишь при умеренном потреблении (*Gut Bier macht die Wangen roth und den Hintern bloss* (букв. Доброе пиво румянит щеки, но оставляет без штанов)). Лексемы *Bier* и *Brot* входят также в состав следующей идиомы, ставшей стилистически выразительной за счет аллитерации и парной рифмы: *Bier und Brot ist gut für Hungersnoth* (букв. Пиво и хлеб хороши в голодные времена). Использование пива и хлеба в качестве символов утоления жажды и голода встречается в текстах проповедей и застольных речей М. Лютера: “*Ein Schluck Wasser oder Bier vertreibt den Durst, ein Stück Brot den Hunger, Christus vertreibt den Tod*” [9] (букв. Глоток воды или пива изгоняет жажду, кусок хлеба изгоняет голод, Христос изгоняет смерть).

Идиома *Bier und Brot im Haus ist besser als Gsottnes und Bratens draus* (букв. Лучше пиво и хлеб в своем доме, чем жареное и пареное за его стенами) структурно и по своему образному основанию близка словам из Книги Притчей Соломоновых «Лучше блюдо зелени, и при нем любовь, нежели откормленный бык, и при нем ненависть» (Притчи 15:17) [1, с. 651]. Простая пища в уютной домашней атмосфере приносит больше удовлетворения, нежели изысканные блюда вне дома.

Следует отметить, что процесс пивоварения изначально был напрямую связан с процессом выпечки хлеба, отсюда следует метафорическое обозначение пива как жидкого хлеба (*flüssiges Brot*): хозяйки пекли хлеб и использовали закваску как источник дрожжей для будущего пива [18]. Так, в немецкой народной сказке «Румпельштильцхен» (Rumpelstilzchen) главный герой – злобный карлик – перечисляет в своей песенке хозяйственные планы на ближайшие дни: “Heute back ich, morgen brau ich, übermorgen hol ich der Königin ihr Kind” [15, S. 314] («Нынче пеку, завтра пиво варю, послезавтра отберу у королевы ее дитя»).

Ассоциативную связь лексем *Bier* и *Brot* можно также объяснить спецификой пищевых традиций католических монашеских орденов, имевших свои монастыри в Германии и успешно занимавшихся выращиванием хмеля и пивоварением с VI-VII веков. В связи с этим представляется правдоподобной версия об этимологии немецкой лексики *Bier*, восходящей к латинскому *biber* (напиток) и глаголу *bibere* («пить») [14]. Орденский устав Св. Бенедикта позволял монахам употреблять пиво во время поста: *Liquida non frangit ieiunium* (лат. букв. Жидкое не нарушает пост). Пиво, сваренное для употребления в пост (Fastenbier), традиционно отличалось крепостью и лучше хранилось. Более 400 лет существует сорт крепкого пива для поста с латинской номинацией *Salvator* (лат. Спаситель), изобретенный мюнхенскими монахами ордена Пауланер. В настоящее время сохранились монастырские пивоварни в монастырях бенедиктинцев Andechs (рядом с Мюнхеном) и Ettal (Оберраммергау) и в некоторых других. Старейшей баварской пивоварней считается пивоварня Weihenstephan (г. Фрейзинг), основанная монахами-бенедиктинцами в 1040 г.

Помимо хлеба (*Brot*) в ФЕ встречается название такого традиционного блюда немецкой кухни, как кислая (квашеная) капуста (*Sauerkohl*). В регионе Брауншвейг имела хождение рифмованная идиома *Eine Flasche Bier und Sauerkohl schaden dem Arzt eine halbe Pistole* (букв. Бутылка пива и кислая капуста нанесут лекарю убыток на пол-пистолы). В те времена (XVI в. и позже) пистоль (Pistole) являлся золотой монетой, имевшей хождение на территории Испании и в других странах Европы.

Употребление пива поднимает настроение. Прусская идиома *Wer trinkt Bier und Wein, der kann schon lustig sein* (букв. Кто пьет вино и пиво – тот уже может повеселиться) приписывает подобное положительное качество обоим алкогольным напиткам. Ее близким эквивалентом является ФЕ, приписывающая подобное свойство пиву из городка Цербст (Саксония-Анхальт): *Zerbster Bier und rheinischer Wein, dabei wollen wir lustig sein* (букв. Цербстское пиво и рейнское вино – вот что нас развеселит). Также базирующаяся на двух субстантивных стержневых компонентах *Bier* и *Wein* ФЕ *Bier und Wein sind gut, so lange sie machen heitern Muth* (букв. Пиво и вино хороши, пока они создают веселое расположение духа) подчеркивает важность умеренности в употреблении алкоголя.

Нижнегерманская идиома *Beer un Barmhartigkeit kamt bi em tosamen* (букв. Пиво и милосердие идут рука об руку) указывает на то, что употребление пива смягчает сердце, делает сентиментальным.

Употребление пива придает смелости (*Beim Biere gibt's viel tapfere Leut'* (букв. Пиво делает многих храбрцами)) и даже вызывает агрессию. Нами были зафиксированы близкие по значению ФЕ, базирующиеся на антонимической паре *gut/schlecht* (хороший, добрый / плохой, злой): *Auch gut Bier macht böse Köpfe* (И доброе пиво может поссорить), *Gut Bier und Wein machen böse Köpfe* (Доброе пиво и доброе вино могут разгорячить головы / привести к ссоре). Следующая идиома ставит высокое качество пива в прямую зависимость от спровоцированной им драки: *Das Bier ist gut gewesen: hat blutige Köpfe gegeben* (Пиво было добрым: разгорелась жестокая драка).

Алкоголь делает человека разговорчивым, это наблюдение зафиксировано в ФЕ, содержащих в качестве второго субстантивного компонента лексики *Worte* («слова, фразы») и *Mund* («рот»), например, *Wenn das Bier eingehet, gehet der Mund auff* (букв. Пиво пьешь – уста открываются; ср. рус. *Что у трезвого на уме, то у пьяного на языке*). Идиомы данной небольшой тематической подгруппы этимологически близки латинским выражениям: *Bier macht aus einem Worte vier* (букв. Пиво делает из одного слова четыре; ср. лат. *Fecundi calices quem non fecere disertum* (букв. Полные кубки кого не делали красноречивым)), *Bier bringt grosse Worte herfür* (букв. Пиво побуждает говорить громкие слова; ср. полный лат. эквивалент *Certat magnopere cerevisia verba mouere*).

Употребление пива лишает разума. ФЕ *Starck bier vnd schwache köpff dienen nicht zusammen* (букв. Крепкое пиво и слабая голова не ладят между собой) базируется на противопоставлении эпитетов *stark/schwach*. Некоторые идиомы зафиксировали образ пьющего человека как некий сосуд, в который перетекает пиво из кувшина (*Kanne*). При этом алкогольный напиток вытесняет разум, который занимает его место в опустевшем кувшине. На этом образе строится ФЕ, зафиксированная в общине Растеде федеральной земли Нижняя Саксония: *Is dat Beer in 'n Manne, is de Geest in 'r Kanne* (букв. Если пиво в человеке, то разум его в кувшине). Данная ФЕ имеет близкий эквивалент на диалекте Восточной Фрисландии: *Wenn't Beer is in de Kann, so is de Wisheit in de Mann* (букв. Пока пиво в кувшине – мудрость в человеке). Идиома *Je mehr Bier ein, je mehr Vernunft aus* (букв. Чем больше пива входит, тем больше разума выходит; ср. лат. *Sapientia vino obumbratur* (букв. Ум помрачается вином)) также объективирует процессы употребления пива и утраты разума как два напрямую взаимосвязанных процесса.

Особенности процесса пивоварения, в частности, выбор подходящих ингредиентов, также нашли отражение в немецком фразеологическом фонде. Некоторые баварские города, например Ландсхут, провозглашали

локальные законодательные акты о пивоварении уже в середине XV века. Закон, регламентирующий производство пива в Германии (Reinheitsgebot), был издан баварским герцогом Вильгельмом IV 23 апреля 1516 года (с 1994 г. – «День немецкого пива») в Ингольштадте и является старейшим в мире действующим предписанием из области пищевого права. Для производства пива могли использоваться только вода, хмель (*Hopfen*) и солод (*Malz*, продукт искусственного проращивания зерен ячменя); дрожжи как микроорганизмы до середины XIX века были неизвестны и включены в текст закона в качестве разрешенного ингредиента лишь позднее. Необходимость принятия такого законодательного акта была вызвана тем, что при пивоварении часто использовались различные пряности и растения (лаванда, хмель, плющ, дубовые листья, можжевельник, лимон и др.). Некоторые ингредиенты были призваны заменить хмель и усилить опьяняющее действие напитка, другие способствовали увеличению срока хранения [4, с. 804]. Шутливая ФЕ *Wenn nichts im Bier ist, ists nicht recht, klagt der Wirth; is a mol eine todte Maus drinn, ists wieder nicht recht* (букв. Если в пиве ничего нет, то [посетителям] это не нравится, жалуется хозяин; а когда однажды в пиво попала дохлая мышь, то и она им не угодила) намекает на тот факт, что в кружке с пивом можно было обнаружить любой неожиданный предмет.

Закон о чистоте пива распространил свое действие на всю территорию современной Германии лишь в начале XX века, все это время продолжали существовать своеобразные по вкусу сорта с растительными добавками. ФЕ *Dies Bier ist ohne Zweifel ein Trank für den Teufel* (букв. Это пиво, без сомнения, напиток для дьявола) восходит к середине XVII века и является крылатой фразой папского нунция в Кельне Фабио Киджи (будущего римского папы Александра VII). Кардинал Киджи якобы критически относился к вестфальскому пиву с травами (Kräuterbier), однажды заметив: “Nur noch etwas Schwefel hinein und es sei ohne Zweifel ein Trank für den Teufel” [13] (букв. Еще только чуть серы добавить, и это будет, без сомнения, напитком для дьявола).

Солод и хмель уже в IX веке считались обязательными ингредиентами пива. ФЕ, обнаруживающие отсутствие одного из этих продуктов, символизируют неполноценный продукт, лишившийся важнейшей составляющей (*Das ist Bier ohne [Malz und] Hopfen* (букв. Это пиво без [солода и] хмеля)), либо бессмысленную деятельность (*Er braut Bier ohne Malz* (букв. Он варит пиво без солода)). Подобный некачественный продукт или же неудовлетворительный результат какого-либо действия не заслуживает внимания (*Bier ohne Hopfen braucht (verdient) keinen Pfropfen* (букв. Пиву без хмеля не надобна и затычка)).

Часть идиом, как, например, поговорка *Hopfen und Malz, Gott erhalt's* (букв. Да хранит Бог хмель и солод), содержат обе лексемы, которые олицетворяют овеществленный труд [2, с. 296]. Выражение основано на том, что пивоварение во времена, когда не были еще известны дрожжи, полностью зависело от урожая хмеля. С XVII века зафиксирована ФЕ *bei / an jemandem ist Hopfen und Malz verloren* (разг. напрасный труд; кто-либо неисправим; букв. Тут пропали и хмель, и солод), в которой потраченные впустую пищевые продукты символизируют бесполезные усилия, неудачные попытки изменить ход вещей. Однако даже у лучшего пивовара могли быть неудачи *Der beste Brauer macht einmal schlechtes Bier* (букв. И у лучшего пивовара иногда выходит скверное пиво; ср. рус. *И на старуху бывает проруха*).

Вода (*Wasser*) также является обязательным компонентом пива (*Zum Bier ist das Wasser so nothwendig wie der Hopfen (der Malz)* букв. Вода для пива так же необходима, как хмель (солод)), однако ее переизбыток вредит качеству продукта: *Wasserreich und hopfenarm ist ein Bier, dass Gott erbarm* (букв. Боже, сохрани от пива, в котором много воды и мало хмеля). Эвфемистическая идиома *Das Bier ist über eine Brücke gefahren* (букв. Пиво пролилось через мост), распространенная в Восточной Пруссии, обозначала пиво, сильно разбавленное водой.

Дрожжи (*Hefe*, мн.ч. *Hefen*), управляющие процессом брожения, являются четвертым разрешенным ингредиентом немецкого пива, помогают различить сорта (различают фильтрованное пиво и неосветленное, то есть содержащее дрожжи). ФЕ *Dem Biere sind die Hefen gegeben worden* (букв. В пиво добавили дрожжи) базируется на природном свойстве дрожжевых грибков ускорять химический процесс брожения и означает, что какое-либо дело было ускорено путем вмешательства со стороны.

В остальных выявленных нами идиомах со стержневыми компонентами *Bier* и *Hefe(n)* четко просматривается негативная коннотация лексемы *Hefe(n)*, базирующаяся на противопоставлении вкусного напитка и неприятного послевкусия. Противопоставление пива и дрожжей как «удовольствия» и «неприятностей» прослеживается в поговорках *Wer Bier holt, bekommt Hefen mit* (букв. Кто берет пиво, получает вместе с ним и дрожжи; ср. лат. *Faecem bibat, qui vinum bibit* (Кто пьет вино, пусть пьет и осадок)), *Wer das Bier getrunken hat, der kommt zur Hefe* (букв. Кто выпил пива – тот дошел до дрожжей; ср. полный лат. эквивалент *Fex remanens detur dum cerevisia minuetur*), *Wenn das Bier getrunken ist, folgen die Hefen* (букв. За выпитым пивом следуют дрожжи). Все вышеуказанные идиомы близки по своей внутренней форме ФЕ *den Kelch bis auf die Hefe leeren* (букв. Осушить кубок до самых дрожжей; испить горькую чашу до дна, перенести сполна жизненные испытания), этимологически восходящей к Псалтири. Метафорическое изображение жизни, полной невзгод и страданий, в виде кубка вина с дрожжевым осадком так зафиксировано в тексте 75 Псалма лютеровской Библии издания 1912 года: “Denn der HERR hat einen Becher in der Hand und mit starkem Wein voll eingeschenkt und schenkt aus demselben; aber die Gottlosen müssen alle trinken und die Hefen aussaufen” [10]. «Ибо чаша в руке Господа, вино кипит в ней, полное смешения, и Он наливает из нее. Даже дрожжи ее будут выжимать и пить все нечестивые земли» (Псалом 74:9) [5, с. 704].

Во фразеологическом фонде немецкого языка прослеживается некоторое противопоставление пива и вина – двух национальных немецких напитков. Внутренняя форма немецких идиом позиционирует вино как дорогой элитный напиток, значительно превосходящий пиво в цене (*Hab einen Pfennig lieb wie vier, fehlts dir's an Wein so trinke Bier* (букв. Уважай один пфенниг так же, как четыре. Если у тебя нет вина – пей пиво)). При этом

качественное пиво превосходит более благородный напиток, следующая ФЕ строится на противопоставлении эпитетов *gut/schlecht*: ***Gut Bier ist besser als schlechter Wein*** (букв. Хорошее пиво лучше плохого вина).

Шуточная рифмованная ФЕ ***Bier auf Wein, das laß sein, Wein auf Bier, das rat`ich dir*** (досл. Не пей пиво после вина, советую тебе пить вино после пива) характеризуется рекомендательно-инструктирующей модальностью за счет употребления формы императива и регламентирует предпочтительную очередность употребления обоих национальных напитков.

Патриотически окрашенная ФЕ ***Heimisch Bier ist besser als fremder Wein*** (букв. Лучше отечественное пиво, чем заграничное вино) противопоставляет более скромный местный напиток зарубежному дорогому вину.

Круг сочетаемости лексемы *Bier* с прилагательными широк (*gut, stark, süß, bitter, sauer, braun, rot, weiß, hell, dick, fett, dünn, doppelt* и др.), при этом во фразеологическом фонде немецкого языка доминирует словосочетание с ярко выраженной негативной коннотацией *saueres Bier* (кислое пиво). Распространенная в современном языке ФЕ ***etw. wie sauer [saueres] Bier ausbieten [anbieten, anpreisen]*** (разг. стараться сбить по дешевке что-либо, стараться сбить с рук что-либо), в которой кислое пиво метафорически обозначает некачественный либо ненужный товар, встречается в текстах Ганса Сакса (XVI в.) и Г. Я. К. фон Гриммельсгаузена (XVII в.), однако с большой вероятностью является намного старше [16, S. 364]. Недолговечность какого-либо товара отражена в ФЕ ***Das ist Bier, was schnell sauer wird*** (букв. Это пиво, которое быстро скисает). Идиома ***Das Bier, welches der Krüger verschenkt, ist sauer*** (букв. Пиво, которое раздает трактирщик, кислое), вероятно, обозначает низкое качество товара, раздаваемого бесплатно. В шутливой ФЕ ***Wo sauer Bier ist, da muss Musik sein*** (букв. Где пиво кислое, там должна быть музыка) речь идет о том, что низкое качество товара должно быть компенсировано, например, приятной атмосферой.

Швабская ФЕ ***einen beim sauern Bier finden*** (букв. застать кого-либо за кислым пивом) имеет значение «поймать кого-либо на лжи». Эвфемистическая ФЕ ***Er lässt Bier nicht sauer werden*** (букв. Он не дает пиву прокиснуть), зафиксированная в Баварии, обозначает человека, пьющего пиво каждый день. Две региональных идиомы соотносят кислое пиво с недовольным выражением лица: в Верхней Саксонии зафиксировано устойчивое сравнение ***Er sieht aus wie sauer Bier*** (букв. Он выглядит, как кислое пиво), в земле Баден – ***Er macht e Gesicht wie sauersch Bier*** (букв. У него выражение лица, словно прокисшее пиво) [11, S. 67].

Подводя итог проведенному исследованию, можно сделать **выводы** о том, что выявленный нами методом сплошной выборки и тематически систематизированный корпус немецких фразеологизмов со стержневым компонентом *Bier* достаточно обширен и структурно разнообразен, однако большинство таких идиом в современном немецком языке хождения не имеют. Этимологический анализ и анализ дефиниций ФЕ со стержневым компонентом *Bier* позволили выявить зафиксированные в их внутренней форме национально-специфические реалии, наблюдения за окружающим миром, типичные ассоциативные связи, свойственные немецкому этносу на различных исторических этапах его существования.

Предложенный в исследовании алгоритм работы с идиоматикой немецкого языка может быть **в дальнейшем** использован для лингвокультурологического анализа идиом иных малоизученных тематических областей. Исследование диахронического среза фразеологического фонда немецкого языка представляет собой интерес с точки зрения реконструкции немецкой национальной речемыслительной картины мира. Сопоставительный анализ ФЕ различных языков наряду с привлечением лингвокультурологической информации позволяет выявить своеобразный культурный код, сквозь призму которого раскрываются национальные особенности миропонимания.

#### Список источников

1. Библия [Электронный ресурс]. URL: <https://azbyka.ru/biblia/> (дата обращения: 01.10.2020).
2. Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. Немецко-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1975. 656 с.
3. Мальцева Д. Г. Страноведение через фразеологизмы. М.: Топикал, 1995. 172 с.
4. Маркина Л. Г., Муравлева Е. Н., Муравлева Н. В. Культура Германии: лингвострановедческий словарь / под общ. ред. проф. Н. В. Муравлёвой. М.: АСТ, 2006. 1181 с.
5. Новый Завет Господа нашего Иисуса Христа и Псалтирь в русском переводе. СПб.: Синодальная типография, 1890. 783 с.
6. Райхштейн А. Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. М.: Высшая школа, 1980. 143 с.
7. Телня В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 289 с.
8. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка. М.: Высшая школа, 1970. 199 с.
9. Aphorismen, Zitate, Sprüche und Gedichte [Электронный ресурс]. URL: <https://www.aphorismen.de> (дата обращения: 01.10.2020).
10. Bibel online [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibel-online.net> (дата обращения: 01.10.2020).
11. Borchardt W., Wustmann G., Schoppe G. Die sprichwörtlichen Redensarten im deutschen Volksmund nach Sinn und Ursprung erläutert. Leipzig: VEB F.A. Brockhaus Verlag, 1955. 529 S.
12. Brovarnia Gdansk [Электронный ресурс]. URL: <http://www.brovarnia.pl/de/foto-geschichte/danziger-bier> (дата обращения: 01.10.2020).
13. Deutsches Sprichwörter-Lexicon von Karl Friedrich Wilhelm Wander [Электронный ресурс]. Leipzig: F. A. Brockhaus, 1867-1881. URL: <http://woerterbuchnetz.de/Wander/> (дата обращения: 01.10.2020).
14. DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dwds.de> (дата обращения: 01.10.2020).
15. Grimm J. und W. Kinder- und Hausmärchen. München: Winkler, 1977. 772 S.

16. Krüger-Lorenzen K. Deutsche Redensarten und was dahintersteckt. München: Wilhelm Heyne Verlag, 2001. 859 S.  
17. Sälzer S., Ruschitzka G. Die echte deutsche Küche. München: Gräfe und Unzer Verlag, 2010. 280 S.  
18. Unser Reinheitsgebot: Deutsche Brauer-Bund [Электронный ресурс]. URL: <https://www.reinheitsgebot.de> (дата обращения: 01.10.2020).

### Linguo-Culturological Analysis of the German Phraseological Units with the Core Component “BIER”

Danilova Victoria Anatolievna, PhD  
Moscow State Linguistic University  
vita.danilova@gmail.com

The research objective is as follows: relying on the linguo-culturological approach, the author tries to reconstruct a fragment of the German verbal and cogitative worldview represented by phraseological units with the nominal core component “BIER”. Scientific novelty of the research lies in choosing little-studied phraseological material, including archaic idioms related to the thematic field “Brewing and Beer Drinking in Germany”, and in conducting their linguo-cultural analysis. As a result, phraseological units with the core component “BIER”, implementing principle concepts of beer as a sociocultural phenomenon within the German linguistic worldview, are identified, organised and described.

*Key words and phrases:* linguistic worldview; linguo-cultural approach; phraseological unit with the component “BIER”; gastronomic discourse; German language.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.11.38>

Дата поступления рукописи: 21.09.2020

*Цель* данного исследования – выявить наиболее распространенные средства стилистической выразительности, повышающие аттрактивный потенциал заголовков англоязычного профессионального таможенного дискурса. *Научная новизна* работы заключается в том, что впервые анализируются стилистические средства, увеличивающие аттракцию заголовка англоязычного таможенного дискурса. *В результате* исследования устанавливаются фонетические, лексические и синтаксические средства стилистической выразительности, усиливающие позитивное воздействие заголовка на читателя и формирующие положительный образ таможенных организаций, делается вывод о характере этого воздействия.

*Ключевые слова и фразы:* англоязычный таможенный дискурс; заголовок; фонетические, лексические, синтаксические средства выразительности; коннотация; стилистические средства аттракции.

Двойнина Екатерина Владимировна, к. филол. н.  
Российская таможенная академия  
dvoynina@mail.ru

### Фонетические, лексические и синтаксические средства стилистической выразительности в заголовках профессионального англоязычного таможенного дискурса

Профессиональный дискурс и тексты профессиональных изданий на разных языках находятся под пристальным изучением многих лингвистов, например Н. В. Сальниковой [8], Г. А. Сосуновой и Н. Г. Епифанцевой [10], Л. Г. Фещенко [11], М. А. Филипповой [12], Е. И. Шейгал [13], работы которых послужили *теоретической базой* данного исследования.

*Актуальность* исследования обусловлена необходимостью дальнейшего изучения профессионального дискурса. Оно дополнит знания лингвистов о специфике профессионального англоязычного таможенного дискурса, который на данный момент изучен недостаточно.

*Практическая значимость* заключается в том, что полученные знания можно использовать в вузах гуманитарного направления при изучении спецкурсов по стилистике и медиалингвистике. В ходе исследования мы ставили перед собой несколько *задач*. Во-первых, выявить наиболее распространенные фонетические средства выразительности в заголовках англоязычной таможенной прессы. Во-вторых, определить наиболее распространенные лексические средства стилистической выразительности в заголовках англоязычной таможенной прессы. В-третьих, установить наиболее распространенные синтаксические приемы, усиливающие выразительность заголовков. В-четвертых, установить характер воздействия этих средств на читателя.

Мы предполагаем, что, несмотря на то, что профессиональная пресса не относится к числу развлекательных изданий, авторы и редакторы статей профессиональных печатных изданий будут активно пользоваться различными средствами для усиления аттракции заголовка. Более того, с целью создания положительного образа организации или службы основная масса использованных лексических единиц будет иметь положительные коннотации.