

QIDA ADLARI NÜMUNƏLƏRİNDƏN İSTİFADƏ EDƏRƏK ALMAN FRAZEOLJİ VAHİDLƏRİN AZƏRBAYCAN DİLİNDƏ İŞLƏNMƏ YOLLARI

Nərgiz İSMAYILOVA*

Xülasə: Dil frazeoloji ifadələr istənilən dilin tərkib hissəsidir. Onlar dildə uzun əsrlər və tarixi hadisələr zamanı toplanmış qiymətli dil xüsusiyyətlərini təmsil edir. Xarici dildə danışıqlarla uğurlu ünsiyyət yalnız geniş lüğət bazası və qrammatik biliklər deyil, həm də frazeoloji ifadələrdən, ümumi ifadələrdən və deyimlərdən istifadə etmək bacarığını tələb edir. Bu, xarici dili daha yaxşı başa düşməyə və başqa mədəniyyətin nümayəndələri ilə səmərəli ünsiyyət qurmağa imkan verir.

Mövzunun aktuallığı Almaniyanın tarixi və mədəniyyətinin öyrənilməsində frazeoloji vahidlərin böyük potensialında, habelə alman xalqının nümayəndələrinin mentalitetini anlamaq üçün əhəmiyyətindədir. Bu işin məqsədi "qida" komponentli alman frazeoloji vahidlərini öyrənməkdir. Alman dilini dərinləndirən öyrənmək istəyənlər hər kəs üçün faydalı ola bilər.

Məqalədə gündəlik işlənmə qida rasionunda istifadə etdiyimiz ərzaq məhsullarının adı ilə bağlı frazeoloji birləşmələr və onların Azərbaycan dilində işlənmə imkanlarından və ekvivalentliliyindən bəhs edilmişdir.

Anahtar Kelimələr: *Uluslararası ilişkilər, Kamu diplomasiya, Akrabalıq, Soydaşlıq.*

Ways of Processing German Phraseological Units in the Azerbaijani Language Using Examples of Food Names

Abstract: Phraseological expressions are a part of any language. They represent valuable linguistic features accumulated in the language over many centuries and historical events. Successful communication with speakers of a foreign language requires not only extensive vocabulary and grammar knowledge, but also the ability to use phraseological expressions, common expressions and idioms. This allows you to better understand a foreign language and communicate effectively with representatives of another culture.

The relevance of the topic lies in the great potential of phraseological units in the study of German history and culture, as well as in their importance for understanding the mentality of representatives of the German people. The purpose of this study is to study German phraseological units with the "food" component. It can be useful for anyone who wants to learn German in depth.

In the article, phraseological combinations related to the names of food products that we use in our daily food ration and their possibilities and equivalence in the Azerbaijani language are discussed.

Key Words: *phraseological units, food products, classification of phraseological units, ways of translation*

Giriş

Dil qəribə bir fenomendir - xüsusən də onu aid olduğu cəmiyyətdən kənarında düşünəndə. Çünki sözləri nadir hallarda hərfi mənada qəbul etmək olar; onlar nadir hallarda öz tərif olunmuş mənalarını daşıyırlar – xüsusən də deyimlər dünyasını nəzərdən keçirdikdə bu daha aydın görünür. Hər bir ifadənin və hər uzadılmış cümlənin dərinliyində saysız-hesabsız kontekstlər, müqayisələr və metaforalar var ki, bunlar da həmin mədəniyyətdən kənar adama mütləq tanış olmaya bilər. Lakin bu o demək deyil ki, dillər əbədi olaraq sırr qalmalıdır. Bir-biri ilə sosial, siyasi, iqtisadi, mədəni əlaqədə olan dövlətlər cəmiyyətlər daima bir -birilərinin dillərini araşdırır və öyrənməyə çalışırlar.

Frazeoloji vahidlər hansılardır? Frazeologizmlər (alm. Redewendungen) müəyyən bir dil üçün xarakterik olan və mənası onları təşkil edən ayrı-ayrı sözlərin mənası ilə müəyyən edilməyən ifadələrdir.

Frazeoloji vahidlərin sistem şəklində müqayisəli tədqiqi frazeologiyanın ümumi nəzəriyyəsinin işlənməsi, müxtəlif sistemli dillərdə frazeoloji vahidlərin oxşar və fərqli cəhətlərinin aşkar edilməsi üçün əhəmiyyətlidir.

Frazeoloji vahidlərin əsas kateqorial əlamətlərindən biri də məcazlaşmadır. Frazeologizmlər məhz məcazlaşma əsasında təşəkkül tapır. Məlumdur ki, sözün semantik zənginliyinin əsası məcaziliklə bağlıdır. Bu, qanunauyğun bir prosesdir. Məsələn, goldenes Herz, harte Nuß; yaxud, yağlı tikə, duzlu söz. Frazeoloji vahidlərin ən əsas əlamətlərindən biri də idiomatiklikdir. Bu, bütün dilçilər tərəfindən qəbul edilmiş ənənəvi əlamətdir. İdiomatikliyin müəyyənedici xüsusiyyəti kimi bəziləri komponentlərdən birinin məcazlaşmasını, bəziləri isə birləşmənin semantik bütövlüyünü, sözə ekvivalentliyini əsas götürür. Görünür, idiomatiklik

* Bakı Avrasiya Universiteti; nergiz.ismayilova.91@mail.ru

frazeoloji vahidlərin əsas aparıcı xüsusiyyəti, onların mövcudluğunu şərtləndirən həlledici amil olduğundan “frazeologizmlər” ifadəsi ilə “idiomlar” ifadəsi dilçilikdə çox zaman yanaşı götürülür və onlar bəzən sinonim sözlər kimi çıxış edirlər.

Frazeoloji vahidlərdən hər gün istifadə edirik, onlar, dilimizi, fikrimizi daha anlaşıqlı və rəngarəng edir. Onlar nitqimizi zənginləşdirir, ona özünəməxsus xarakter verir. Frazeologizmlər bədii ədəbiyyatda personajın və ya müəllifin özünün dilini xarakterizə etmək üçün də istifadə olunur. Frazeoloji vahidlərin ən nəzərə çarpan rolu, yalnız ona xas olan müəyyən bir xarakterin nitq tərzini, növü haqqında danışdıqları zamandır. Bəzi nümunələrə baxaq:

Flüssiges Brot (scherz.) (Maye çörək (zarafat) - danışq dilində zarafatla: (adətən) mayaotundan, səmənindən və sudan dəmlənən spirtli içki.

z. B.: Ich habe keinen Hunger, ich bleibe beim flüssigen Brot. (Mən ac deyiləm, maye çörəkdən yapışacağam.)

Butter am Kopf haben (ugs.)(Pis vicdan sahibi olmaq)

z. B.: es können doch nicht alle Belastungszeugen... Butter auf dem Kopf haben. Man kann sie doch nicht alle erpressen.¹(Bütün şahidlərin başına yağ ola bilməz. Onların hamısını şantaj edə bilməzsən)

Das Ei des Kolumbus (Kolumbun yumurtası) *eine überraschend einfache Lösung*²(inanılmaz sadə həll) Bu, Kristofer Kolumbla əlaqəli tarixi keçmişə və ya hekayəyə istinad edir. ¹ DUDEN Band 11, 2002, S. 182

z. B.: Das Ei des Kolumbus war es, die Tischbeine zu vertauschen. Dann paßten sie und der Tisch wackelte nicht mehr. (Kolumbun ideyası masanın ayaqlarını dəyişdirmək idi. Sonra oturdular və masa yırgalanmağı dayandırdı.)

Aus/von Fleisch und Blut (Ət və qandan)həqiqi insan; fiziki olaraq mövcud olan insan; güclü və zəif tərəfləri olan bir insan; hissləri olan insan

məs. B.: Romanında ətdən-qandan insanlar yaradıb.

Jmdm. Honig um den Mund/ ums Maul/ um den Bart/ um die Backe schmieren (Kiminsə. ağız ətrafına/saqqal ətrafına/yanağın ətrafına bal sürtmək) Bu frazeologizm mənfi mənada işlənir.

məs. : Saqqalıma istədiyən qədər bal çəkə bilərsən, bu dəfə imtina edə bilmərəm.

Wie Milch und Blut (sein/ aussehen) (çox sağlam, təzə bir görünüşə sahib olmaq)

məs. B.: Həyat yoldaşı həmişə süd və qan kimi görünürdü

Dil vahidləri heç zaman sabit qalmır və cüzi də olsa dəyişir. Frazeoloji vahidlərin də tərkibi inkişaf tarixi boyunca dəyişilmişdir. Dəyişilmə prosesi frazeoloji vahidi təşkil edən komponentlərdən birində baş verir. Təbiidir ki, ümumilikdə dildə gedən proseslər frazeoloji sistemə də təsir etməlidir. Baş verən leksik-qrammatik, struktur-semantik dəyişmələr dil vahidi kimi frazeologizmlərdə öz əksini tapır. Bu proses zamanı baş verən dəyişikliklər bunlardır:

-frazeologizmlərin komponentlərindən birinin öz sinonimi ilə əvəz edilməsi;

-frazeologizmin tərkibində ixtisar;

-frazeologizmdə köməkçi komponentin meydana gəlməsi;

-frazeologizmin tərkibinə yeni sözün əlavə edilməsi [2]

Tədqiqatçılar alman dilində frazeoloji vahidlərin mənşəyinin bir neçə mənbəyini müəyyən edirlər:

1. İncildən gələn frazeoloji vahidləri - Das Land, wo Milch und Honig fließen - (hərfi tərcümə: süd və balın axdığı torpaq). Vəd edilmiş torpaq. Bu ifadə Əhdi-Ətiqdə Allahın israillilərə “süd və bal axan” bir ölkə vəd etdiyeyildir.

¹ DUDEN Band 11, 2002, S. 149

– Zur Salzsäure erstarren – (hərfi tərcümə: duz sütnu kimi donmaq). Sodom və Homorra (indiki Ölü dənizdə iki bibliya şəhəri) məhv edilməzdən əvvəl iki mələk Lutu (İbrahimin qardaşı oğlu) və ailəsini şəhərdən çıxarmaq istədi. Amma onlara dönüb şəhərə baxmağa icazə vermədilər. Lakin Lutun arvadı bu göstərişə əməl etmədi, geriye baxdı və dərhal cəza olaraq duz sütnunə çevrildi. İndi bu ifadə qorxudan, dəhşətdən və ya təəccübdən daşlaşmaq mənasında istifadə olunur.

2. Kənd təsərrüfatı frazeoloji vahidləri – Die dümmsten Bauern haben die dicksten Kartoffeln – (hərfi tərcümə: Ən axmaq kəndlilər ən böyük kartofa sahibdirlər). Bu o deməkdir ki, kimsə heç bir şey göstərmədən və nahaq yerə əla nəticə əldə edir.

– Geh dorthin, wo der Pfeffer wächst – (hərfi tərcümə: Bibər böyüyən yerə gedin). Bu ifadə əvvəllər insanlar üçün ağılasığmaz dərəcədə uzaq olan bibərin mənşəyi Hindistanı nəzərdə tuturdu. Görmək istəmədikləri insanlar haqqında belə deyirlər.

3. “Sənətkarlıq və ticarət” frazeoloji vahidləri – Öl ins Feuer gießen – (hərfi tərcümə: odun üstünə yağ tökmək). Frazeoloji vahid qədim Roma dövründən məlumdur: “oleum addere camino”. Mənası: bir şeyi daha da pisləşdirmək, vəziyyəti çətinləşdirmək və ya mübahisəni şiddətləndirmək. – Ales in Butter – (hərfi tərcümə: Hər şey yağdadır). Kərə yağı ucuz yağdan fərqli olaraq daha sağlamdır. Buna görə də 19-cu əsrdə aşpazlardan yeməklərini nədən hazırladıqlarını soruşduqda “hər şey yağdadır” deyər cavab verə bilirdi.

4. Nağıllardan frazeologizmlər – Den Braten riechen – (hərfi tərcümə: qoxu qızardılmış), yəni təhlükə hiss olunur. Frazeoloji vahidin mənbəyi bir kəndlinin bir heyvanı ziyarətə dəvət etdiyi bir nağıldır. Kəndlinin evinə yaxınlaşan heyvan qızardılmış bir şeyin ("qohumu") iyi gəlirdi və tez qaçdı.

5. Siyasi frazeoloji vahidlər – Salamtaktik – (hərfi tərcümə: salam taktikası). Bu, böyük məqsədin kiçik, aralıq məqsədlər ardıcılığı ilə əvəz edildiyi bir strategiyadır; istədiyiniz nəticə kiçik addımlarla əldə edilir. Salamı da yeməzdən əvvəl tikə-tikə doğrayırıq. Bu konsepsiya və əlaqəli strategiya ilk dəfə 1947-ci ildə macar siyasətçisi, Macarıstan Müstəqillik Partiyasının lideri Zoltan Pfayfer tərəfindən istifadə edilmişdir. O, müxtəlif hiylələrlə siyasi rəqiblərindən addım-addım yan keçməyə və ya onları öz tərəfinə çəkməyə nail olub.

6. Alınma frazeoloji vahidlər – Creme de la Creme – (hərfi tərcümə: qaymaq kremi), cəmiyyətin qaymağı, ən yaxşılardan ən yaxşısı, ən mühüm və nəcib nümayəndələri, xüsusən də yuxarı təbəqələr. Bu frazeoloji vahid fransız dilindən götürülmüşdür. – Nicht alle Eier in einen Korb legen – (hərfi tərcümə: Bütün yumurtalarınızı bir səbətə qoymayın). Bu o deməkdir ki, risk bərabər paylanmalıdır, hər şeyi bir anda riskə atmamalısınız.

Alman dilində frazeoloji vahidlərin təsnifatının bir neçə növü mövcuddur. Rus dilçisi V.V.Vinoqradovun alman frazeoloji vahidlərini struktur meyarlarına görə təsnifat etmişdir. Bu təsnifat rus və xarici dilçilikdə ənənəvi struktur-semantik kimi tanınır, burada alman dilinin frazeoloji vahidləri aşağıdakı qruplara bölünür:

1. **Qoşa sözlər (Wortpaare)** Bunlar iki sözdən ibarət sabit söz birləşmələridir. Alman dilində qoşa sözlər ümumi və frazeoloji birləşmələr kimi xarakterikdir. Üstəlik, frazeoloji birləşməyə daxil olan hər iki söz eyni nitq hissəsinə aiddir. Buna misal olaraq aşağıdakı frazeoloji vahidləri göstərmək olar:

–Zuckerbrot und Peitsche – (hərfi tərcümə: şəkər çörəyi və qamçı), “kök və çubuq”. Bədnam “kök və çubuq” deyimi yalnız 19-cu əsrdən bəri istifadə olunur. Zuckerbrot şirin xəmirlərin köhnə adıdır. Cazibədar xəmirilər uşaqları özlərini yaxşı aparmağa həvəsləndirirdi, qamçı isə lazım gəldikdə lazımı qüvvə verirdi. Beləliklə, yerkökü və çubuqlar mükafatları və sərt cəzaları təmsil edir. Yəni “köklə və çubuqla idarə edən” çox vaxt yumşaq və sərtlik arasında başa düşülür.

–Weder Fisch, noch Fleisch sein – “Nə balıq, nə ət” deyimi ilk dəfə olaraq Erasmus Rotterdamlının əsərlərində rast gəlinib, onun çoxsaylı yazılarından birində yer alır. Ancaq bu ifadənin onun tərəfindən icad edildiyi deyilmir, çox güman ki, səfərlərinin birində onu

haradansa götürüb. Amma mənə indiki kimi o vaxt da eyni idi: məsələn, qərarın necə olmasından aslı olmayaraq, nəticə dəyişmişdir. Yeri gəlmişkən, bu ifadə təkcə alman dilində deyil, bir çox digər Avropa dillərində də var.

– Sekt oder Selters! — (hərfi tərcümə: Şampan və ya seltzer!) Bu ifadə “hamısı və ya heç nə” deməkdir. “Seltzer” məşhur mineral suyun adıdır. Başqa sözlə, udmaq və ya məğlub olmaq ehtimalı 50/50-dir. Uğurlu bir hadisədən sonra adətən şampan stəkanları qaldırırlar, məğlubiyyətdən sonra isə mineral su içirlər. Qazlı şərab parlaq həyatı, bolluğu və məstədiciliyi hissələri təmsil edir. Seltzer mineral suyun təmsilçisidir. Yəni uğur şampanla qeyd olunur, məğlubiyyət selts suyu ilə yuyulur.

Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, Mehriban Samət qızı Əlizadə öz dissertasiya işinin 6-cı fəslində Azərbaycan dilində “qoşa sözləri” frazeoloji vahid kimi təhlil edir. Bu tipli qoşa sözlərdə komponentlər öz ilkin mənaları ilə üzvi bağlılığını itirir, dilin leksik sistemində yeni keyfiyyət daşıyıcısına çevrilir. Çünki frazeoloji vahidin müəyyənləşdirici xüsusiyyətlərini (məcazilik, sabitlik, dildə hazır vəziyyətdə olma və s.) onlarda da aydın görmək mümkündür”. Məsələn: Səhərdən-axşamacan qalırıldı bəkar, başlayırdı bundan ona deməyə, ondan buna: kim kimə aşıq olub, filankəsin Bakıda oxuyan qızı kiminlə alışıb-verişib. (İ.Əfəndiyev)

2. İdiomlar (İdiom) Onlar alman frazeologiyasında sabit birləşmələrin ən böyük qrupunu təşkil edir və dəyişməzliyi, obrazlılığı və təkrar şərhilə xarakterizə olunur. Çox vaxt idiomlar yalnız məcazi mənada mənə qazanır. Motivasiyalı deyimlər və motivsiz deyimlər kimi alt qruplar var. Motivasiyalı idiomlar, mənalarını komponentlərinin mənalarından çıxara bilənlərdir:

–Eine Extrawurst bekommen - (hərfi tərcümə: əlavə kolbasa alın). Bu ifadə kiməsə başqalarından daha yaxşı münasibət göstərdikdə istifadə olunur. Orta əsrlərdə kolbasa yoxsullar üçün incəlik olduğundan, əlavə kolbasa almaq xüsusi lütfü simvolizə edirdi.

– Tomaten auf den Augen haben - (hərfi tərcümə: gözünüzün qabağında pomidor olsun). 1920-ci ildə ifadə ilk olaraq nəzərdə tutulurdu: göz almasının qızartı və şişmiş göz qapaqları səbəbindən yuxulu görünmək mənasına gəlir. Bu ifadə zaman keçdikcə mənası dəyişərək, “kimsə və ya nəyisə görməmək, diqqətsiz olmaq” mənasını verməyə başladı. Bənzər mənaya olan Azərbaycan frazeoloji vahidi “Gözlərini aç!”, yəni, həqiqəti gör mənasını ifadə edir.

– Ich koche vor Wut – (hərfi tərcümə: əsəbdən bişirirəm). Mətbəxdə olduqca isti ola bilər, amma mətbəxdən kənarında insanların çoxu soyuq qanılır. Buna baxmayaraq, qəzəb hər birimizdən üstün ola bilər. Alman dilində “qəzəbdən bişirmək” ifadəsi qaynar sobada bişən və ya qaynayan qazanla müqayisə olunur.

3. Qanadlı sözlər/aforizmlər (Geflügelte Worte / Aforizmlər) Bu alman dilində aforizmləri, ifadələri, sitatları, yazıçıların, elm adamlarının ifadələrini və s. daxil olan sabit ifadələr növüdür. Bir çox bibliya və mifoloji ifadələr də istifadə olunur.

– Die verbotene Frucht – (hərfi tərcümə: qadağan olunmuş meyvə). Qadağan Meyvə Eden bağında yetişən meyvələrə verilən addır. Allah Adəmlə Həvvaya onu yeməməyi əmr etdi. Bibliya hekayəsində Adəm və Həvva yaxşı və şər haqqında bilik ağacının meyvəsini yedilər və Eden bağından qovuldular. Məcəzi mənada bu, arzu olunan, girişi qadağa ilə məhdudlaşdırılan bir şey deməkdir.

– Der Zankapfel – (hərfi tərcümə: ixtilaf alma). Yunan mifologiyasında qızıl alma üç tanrıça Hera, Afina və Afrodita arasında mübahisəyə və bununla da Troya müharibəsinin başlanmasına səbəb olur. Buna görə də, "nifaq alma" ifadəsi genişmiqyaslı, gözlənilməz və çox vaxt dağıdıcı nəticələrə səbəb ola biləcək hər hansı əhəmiyyətsiz şeyin və ya hadisənin məcazi təyinatına çevrilmişdir.

4. Atalar sözləri (Sprichwörter) Ümumiləşdirilmiş formada insanların və hadisələrin xüsusiyyətlərini ifadə edir, onları qiymətləndirir və ya hərəkət tərzini təyin edir. Atalar sözləri şifahi xalq yaradıcılığı ilə yaranır və ya müəyyən ədəbi mənbələrdən götürülərək bu mənbələrlə

əlaqəsini itirir. İstənilən halda, onlar insanların sosial təcrübəsindən əldə etdikləri təcrübəni ümumiləşdirirlər.

–Mit Speck fängt man Mäuse - (hərfi tərcümə: Siçanları donuz yağı ilə tuturlar). Atalar sözü bizə öyrədir ki, hər kəs cazibədar təklif/döğru yemlə qalib gələ bilər. Fridrix Şillerin “Soyğunçular” dramında, Karl İmmermann isə “Münxauzen” romanında bu atalar sözündən ilk istifadə edənlərdən biri olduğu güman edilir.

–Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm - (hərfi tərcümə: Alma gövdəndən çox da uzaqda düşür). Alma heç vaxt ağacdan uzaq düşmür. Mənası olan bir atalar sözü: uşaqlar valideynlərinin xarakter xüsusiyyətlərini və davranış nümunələrini təkrarlayırlar. Bu atalar sözü alman dilində yalnız 18-ci əsrin sonlarında ortaya çıxıb. Azərbaycan dilində buna oxşar olaraq “Ot kökü üstündə bitər” ifadəsini göstərmək olar.

– Viele Köche verderben den Brei – (hərfi tərcümə: Bir çox aşpazlar sıyığı korlayır). Çox insanın iştirak etdiyi bir işdən yaxşı heç nə gələ bilməz. Atalar sözü hər hansı bir layihədə iştirak edən hər kəsin onu necə həyata keçirəcəyi ilə bağlı öz ideyasına sahib olması fikrinə əsaslanır. Nəticədə mübahisələr, ziddiyyətlər, kimin daha bacarıqlı olması ilə bağlı çəkişmələr səbəbindən layihə uğursuzluğa düşər olur. Bu fikrin çox geniş yayılmasını digər dillərdəki oxşar atalar sözləri də sübut edir: ingiliscə: Too many cooks spoil the bulb / Too many cooks spoil the bulyon, rus dilində ekvivalenti: "У семи нянек - дитя без присмотра". Yeddi dayənin gözü olmayan uşağı var. Azərbaycan dilində isə bu atalar sözü müsbət mənada rast gəlinir: “Çoxluğa daş atılmaz”

Alman dilində frazeoloji vahidlərdə obrazlılığın tərcüməsinin 4 yolla mümkün olduğunu göstərmək olar.

1. Sözbəsöz tərcümə, yaxud kalkalaşma (die wortgenaue Übersetzung). Bu yol, əsasən qanadlı sözlərin tərcüməsi zamanı istifadə olunur. Məsələn O Zeiten! O Sitten! - Ah o günlər, o çağlar!

2. Dəqiq ekvivalentin verilməsi ilə həyata keçirilən tərcümə (die äquivalent-genaue Übersetzung). Bu yol frazeoloji vahidlərdə obrazlılığın tərcüməsinin ən yaxşı üsulu hesab olunur. Bu halda mənbə dildəki frazeoloji vahidin obyekt dildə həm struktur, həm də semantik cəhətdən fərqlənməyən ən uyğun ekvivalenti verilir. Məsələn, j-m die Augen öffnen -

gözünü açmaq. Kopfschmerzen haben - başağrısı olmaq və s. Belə halda frazeoloji vahidin mənbə dilin özünəməxsus, yaxud başqa dildən kalkalaşma nəticəsində gəlməsi əhəmiyyət daşıdır.

3. Uyğun ekvivalentin verilməsi ilə həyata keçirilən tərcümə (die äquivalent-ungenaue Übersetzung). Məsələn, j-m stehen die Haare zu Berge - tükləri biz-biz durmaq; başının tükləri ayağa durmaq.

- “Liebe geht durch den Magen” – “ürəyə gedən yol mədədən keçir”.

4. Təsvir yolu ilə tərcümə (die Übersetzung durch freie Umschreibung). Frazeoloji vahidin yuxarıdakı yollarla tərcüməsi mümkün olmadıqda, bu yoldan istifadə olunur. Belə tərcümə zamanı ifadənin mənbə dildəki özünəməxsusluğu, emosionallığı itir. Nicht alle Eier in einen Korb legen – (hərfi tərcümə: Bütün yumurtalarınızı bir səbətə qoymayın). Bu o deməkdir ki, risk bərabər paylanmalıdır, hər şeyi bir anda riskə atmamalısınız. Bu frazeoloji vahid ingilis dilində məşhur “Bütün yumurtalarınızı bir səbətə qoymayın” ifadəsinin tərcüməsidir. İlk dəfə 1605-ci ildə Migel Servantes tərəfindən istifadə edilmişdir: “Ağıllı adam bütün yumurtalarını bir səbətə qoymaz”. Ana dilimizdə isə bu ifadənin ekvivalenti kimi “İki qoçun başı bir qazanda qaynamaz” ifadəsini göstərmək olar.

Alman dilində qida adları ilə bağlı nümunələri nəzərdən keçirdikdə daha çox “süd məhsulları” ilə bağlı ifadələrin daha çox olduğunu şahidi oluruq. Bunun səbəbi aydındır: bu gün süd yalnız sağlam qidalanmada deyil, həm də atalar sözləri və xalq müdrikliyinin xəzinəsindədir. Südün hələ əvvəlki dövrlərdə də insanların həyatında mühüm rol oynadığı bu məhsulun əhəmiyyətinin sübutur. Aşağıdakı ifadələrdə də bunu görmək mümkündür:

- Eine **Milch**mädchenrechnung aufmachen - (hərfi tərcümə: qaratoyuq sayın), yəni səhv hesablamaq, məntiqsiz mübahisə etmək. İfadə 17-ci əsrdə fransız yazıçısı Jan de La Fontenin " səhər tezdən bazara gedib süd satan gənc ferma qulluqçusu haqqında nağılında yaranıb:

"O, uzun yolda xəyallar qurmağa və gəlirlə nə edə biləcəyini xəyal etməyə başladı ki, nələri ödəyə bilirdi: O, toyuq yetişdirmək və sonra yumurta satmaq istəyirdi, əldə etdiyi gəlirlə bir gün bir donuz, daha sonra hətta bir inək almaq üçün istifadə edəcəkdə. Əslində tamamilə məntiqli bir plan, hə? ... bədrədi və bütün süd yerə düşdü. Bu, onun planının sonu idi."

O vaxtdan bəri kiminsə inandırıcı olmayan xəyalı eşidiləndə, deyilir: "Bu, südçü hesabıdır."

(bei) jemandem wird (gleich) die **Milch** sauer - (hərfi tərcümə: kiminsə südü (dərhal) turş olur)- kiminsə əhvalı pisləşməyi deməkdir.

das Land, wo **Milch** und Honig fließen - (hərfi tərcümə: süd və balın axdığı torpaq) – cənnətin təsviri mənasını verir.

wie **Milch** und Blut aussehen – (hərfi tərcümə:süd və qan kimi görünmək) – bir şəxsin cavan, tərəvətli görünməsi mənasında işlədilir.

Eynilə Azərbaycan dilində də südlə bağlı çoxsaylı frazeoloji ifadələrə rast gəlirik:

Süd igidə halaldır.

Süd ilə girən sümüklə çıxar.

Süd verən inəyi kəsməzlər.

Süddən ağzı yanan qatığı üfləyə-üfləyə içər.

Südlə gələn sümüklə çıxar.

Südlü inək ol, vur dolu sərnici dağıt.

Südlü qoyun sürüsündən ayrılmaz.

Sonuç ve Değerlendirme

Alman dilində qida məhsullarının adlarını ehtiva edən çoxlu frazeoloji vahidlər mövcuddur. Yeməklə bağlı bu cür müxtəlif dil ifadələri, mənəcə, adi almanların gündəlik həyatında yemək prosesinin, yemək bişirmə və yemək rituallarının böyük əhəmiyyətindən xəbər verir. Frazeoloji vahidlərin mənşəyini və semantikasını təhlil etməklə insanların tarixindən, mədəniyyətindən və məişətindən çoxlu maraqlı faktlar aşkar etmək olar. Bəzi frazeoloji vahidlər rus dilində sinonim uyğunluqlara malikdir, digərləri isə alman dilinə xasdır.

Bir sözlə deyimlər, həqiqətən xarici dil öyrənmə və öyrətmənin çox çətin bir sahəsini təşkil edir, çünki tərifinə görə deyimlər ümumi mənasını tərkib hissələrinin mənasından müəyyənləşdirmək mümkün olmayan şərti ifadələrdir.

Məqalədə qida sahəsində frazeologizmlər nəzərdən keçirildi. Təzadlı frazeologiyaya, xüsusən də alman və Azərbaycan dillərində frazeologizmlərin və onların istifadəsinin müqayisəsinə diqqət yetirildi.

ƏDƏBİYYAT

Aslanova U. Privativ frazeologiyanın üslubi xüsusiyyətləri. Loqos. Bakı. Elm. 1997. 160 səh.

2. Bayramov H. Azərbaycan dili frazeologiyasının əsasları, Bakı, "Maarif", 1978.

Alman və Azərbaycan dillərində frazeoloji çoxmənalılıq və frazeoloji variantlıq / Azərbaycanşünaslığın aktual problemləri. Ümummilli Lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 87-ci ildönümünə həsr olunmuş I Beynəlxalq elmi konfrans. Bakı: BSU, 2010, s. 24-29

BURGER, Harald. Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 4. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010. 239 S. ISBN 978-3-503-12204-2.

Frazeoloji vahidlərin ekspressiv-üslubi xüsusiyyətlərinə görə tipləri // Elm və cəmiyyət. Bakı: BSU, 2005, № 2, s. 48-51

Brockhaus, Zitate und Redewendungen. Band 27. 20., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Leipzig/Mannheim, 1999 RUHƏNGİZ RAIQ QIZI ABDULLAYEVA

MÜASİR ALMAN VƏ AZƏRBAYCAN DİLLƏRİNDƏ KOMPARATİV
FRAZEOLÖJİ BİRLƏŞMƏLƏRİN STRUKTUR-SEMANTİK TƏHLİLİ 5714.01 –

Müqayisəli-tarixi və müqayisəli-tipoloji dilçilik.Avtoreferat

<https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-frazeologizmov-v-ustnoy-i-pismennoy-rechi-na-materiale-hudozhestvennyh-proizvedeniy>

<https://www.de/geolino/redewendungen/4483-rtkl-redewendung-milchmaedchenrechnung>

<https://www.dw.com/de/13-deutsche-redewendungen-%C3%BCber-das-essen-und-kochen/>

