

*викладач кафедри англійської мови  
факультету перекладачів  
Київського національного  
лінгвістичного університету*

## АНГЛІЙСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КУЛІНАРНИМ КОМПОНЕНТОМ У КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ

Важливе місце у вказаній когнітивно-семантичній тенденції займають дослідження фразеологічних одиниць, що виступають засобами відображення особливостей сприйняття образу світу народом відповідно до його системи цінностей, в основі якої перебуває національна культура [1; 2; 3; 4]. Антропоцентричний підхід дає змогу звернути увагу на психологічні аспекти формування фразеологічної картини світу, а культурні феномени розглядати як константи культури. Вивчення фразеологічних одиниць у когнітивній парадигмі засвідчує прагнення науковців опанувати нові методи опису фразеологічної мови, що зупиняють увагу на проблемах співвідношення об'єктивного і суб'єктивного факторів у семантиці фразеологізмів, їх пристосованості до включення в когнітивні процедури [5, с. 3]. Актуальність дослідження фразеології як уособлення культурних, етнічних, ментальних стереотипів є безсумнівною, оскільки «фразеологізми як номінативні одиниці мови є продуктом культурно-гносеологічної здатності етносу фіксувати як стереотипне власне антропометричне ставлення до об'єктивного світу, що з часом перетворюється на прототипове в етнос відомості» [3, с. 11]. Ця стаття щонайменше надасть типи фразеологічних концептів. Останні концепти, котрі передано значенням фразеологічних одиниць з кулінарним компонентом. Різні підходи до визначення концепту, його параметрів та етапів формування слугують у цьому дослідженні підставою для створення відповідних типологій концептів, що значною мірою зорієнтовані на мовні засоби їх репрезентації. Семантичний аналіз передбачає колективні знання, тобто знання, якими послуговується певний соціум, які є загальними для всього колективу відповідно. Когнітивний аналіз акцентує увагу як на колективних, так і на суб'єктивних знаннях, оскільки пізнання й мислення індивідуальні за своєю природою. Ієрархічність організації та змісту різних типів концептів, а також чисельність способів їх репрезентації у свідомості людини відбиває неоднорідний характер предметів і явищ довкілля.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Найбільш поширеним і найбільш відомим є лінгвокультурологічний підхід до вивчення семантики в межах когнітивно-семіотичної парадигми, в якому працюють такі вчені, як А.В. Красних, В.М. Телія, В.О. Маслова, що і становить теоретико-методологічну базу когнітивного дослідження англомовних фразеологізмів з кулінарним компонентом.

Вивчення особливостей формування, організації та функціонування фразеологізмів уможливує розуміння їх природи та сутності, поглиблює осмислення закономірностей організації семантичної системи мови загалом, її специфічних властивостей, що зумовлює спроможність мови бути засобом когніції та комунікації. У сучасних лінгвістичних дослідженнях вивчення фразеологічного фонду мови є актуальним і перспективним напрямом. Значна увага приділяється, зокрема, дослідженню соматичних фразеологізмів (Н.І. Андрейчук, Є.В. Сафронова), фразеологічних одиниць з топонімічним, етнокультурним, кінесичним, зоосемічним, колористичним, (Ю.А. Фірсова, Н.В. Любчук, О.В. Харчук, І.В. Валуєва, В.В. Тимофеева, О.А. Зубач, Є.М. Лахтіонова, Є.Н. Новікова, А.В. Парій), фразеологічних одиниць з компонентом на позначення стану людини (Б.І. Лабінська), фразеологічних одиниць з компонентом «власне ім'я» (Є.Ф. Кудріна) тощо.

**Формулювання мети статті та її завдань** – дослідити фразеологічні мовні одиниці з кулінарним компонентом у площині когнітивно-семантичної парадигми. На цьому етапі розвитку фразеології неможливе її вивчення без належного врахування когнітивного аспекту. Завдання роботи в аспекті вивчення фразеологічних одиниць із кулінарним аспектом в когнітивно-семантичній парадигмі пов'язані з: 1) безпосереднім їх аналізом як засобів репрезентації ментальних механізмів; 2) окресленням їхньої семантики; 3) виведенням концептів. Адаже до характерних ознак вербального вираження світу належить зберігання та відтворення відомостей про дійсність з урахуванням специфіки етносвідомості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У когнітивній парадигмі фразеологізм розуміють як мікротекст, структуризація якого відбувається під час інтерпретації його семантичної інформації носієм мови у просторі культурного знання [5, с. 2]. Фразеологічні одиниці мають більший обсяг та інший характер інформації, ніж одиниці лексичного рівня [9, с. 31]. У фразеологічних одиницях збережено різні знання, актуалізовані суб'єктом під час їх безпосереднього використання у процесі мовлення. Когнітивні механізми формування фразеологічного знання мають певну мовленнєво-мисленнєву специфіку, що відрізняє їх від процесів формування смислів, утворюваних за допомогою знакової прямої номінації. В їх основі лежить побічно-похідна пізнавальна діяльність людини, що репрезентує другий рівень лінгвокреативного абстрагування від предметно-логічної картини світу [1, с. 22]. У такому ракурсі дослідження фразеологічні одиниці на рівні асоціативного сприйняття та оцінювання дійсності узагальнюють погляди носіїв мови. Фразеологізми в мовній свідомості презентують вербалізований продукт вторинного відображення картини світу. Фразеологічна номінація отримала новий дослідницький вектор – аналіз та моделювання психоментального підґрунтя вибору тієї чи іншої зовнішньої форми з огляду на культуру народу, структуру етносвідомості та їхню еволюцію [8, с. 16].

У науковій когнітивній парадигмі фразеологізми розглядають як своєрідні мікротексти, до номінативної основи яких, на думку Н. Телії, належать при їх концептуалізації всі типи інформації, характерної для відображення певної ситуації [7, с. 6]. Ці мовні одиниці, зберігаючи факти про навколишню дійсність, експлікують оцінні та емотивні ставлення суб'єкта до позначуваного об'єкта, а також культурно-національне сприйняття світу певним етноколективом.

Дослідники-фразеологи підкреслюють, що, виражаючи абстрактне через конкретне, відокремлене чуттєво та наочно, фразеологізми стають своєрідною формою рефлексії позамовної дійсності, яскравою частиною образно-номінативної картини світу [3, с. 21]. Фразеологічні одиниці представляють різноплановий матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови. У семантиці фразеологічних зворотів реалізовано мовну свідомість особистості, її суб'єктивне сприйняття дійсності. У зв'язку зі специфікою пізнання світу носіями культури значення сталих виразів існує для суб'єкта в подвійному вигляді.

В основі фразеологічної одиниці є множинна чуттєво-понятійна та образна смислова основа як мотивуючий комплекс [3]. Мотивація фразеологічної одиниці, відповідно, є асоціативно-образним зв'язком сигніфіканта з денотатом.

З огляду на окреслену мету в цьому дослідженні й поставленні завдання встановимо, що концепт – ментальна одиниця у свідомості індивіда, в якій зафіксовано колективний культурний досвід народу, що опосередковується мовними засобами. Концепти як елементи свідомості не залежать від мови. Людина володіє словником не на рівні значень, а на рівні смислів, тобто концептів і концептуальних ознак. Мовні засоби своїм значенням передають тільки частину концепту. Національний концепт може бути виражений лише безеквівалентною лексикою, у тому числі фразеологізмами. Фразеологізми називають «своєрідними мікросвітами», [10, с. 37]. Незважаючи на те, що безеквівалентна лексика використовується на позначення специфічних для певного етносу явищ матеріальної і духовної культури, суспільного життя, науки і техніки, часто переліки базових культурних концептів ґрунтуються переважно на безеквівалентній референтній лексиці, що репрезентує народну матеріальну культуру. Базовими сферами етнокультури А.М. Приходько визначає національні гастрономічні уподобання (їжа, питво тощо) [9].

Наприклад:

Bun Idioms

– *to have a bun in the oven – to be pregnant*

Butter Idioms

– *to butter one's bread on both sides – to be wasteful or luxurious*

– *to butter someone up – to flatter someone, especially if you want to obtain something*

Cake Idioms

– *nutty as fruitcake – crazy*

– *a piece of cake – something easy or pleasant*

– *to sell like hot cakes – to sell quickly or in large quantities*

– *to take the cake – to carry off the honors, rank first; often used ironically or as an expression of surprise*

– *You can't have your cake and eat it, too. – proverb meaning you can't have it both ways*

Cookie Idioms

– *one sharp cookie – someone who is not easily fooled or deceived*

– *one tough cookie – someone who is self-confident and ambitious and will do what is necessary to achieve what they want*

– *That's the way the cookie crumbles. – that is how the position resolves itself; that is the way it is*

Pie Idioms

– *to eat humble pie – to be humbled, to admit one's errors*

– *finger in the pie – to participate in something that is happening*

– *as easy as pie – something that is very easy*

Icing Idioms

– *icing on the cake – an extra benefit that makes a good situation even better*

Pudding Idioms

– *to have pudding in the oven – to be pregnant*

– *The proof is in the pudding. – a phrase that means that the quality of something can only be shown by putting it to its intended use*

– *not worth a pudding – of little or no worth*

Концепт – це те, через що людина входить в культуру [2, с. 13]. Інакше кажучи, це – «концентрат» етносвідомості або умовна ментальна структура. Він має виключно когнітивний статус та не існує поза мисленням. Комплексність концепту полягає в наявності двостороннього зв'язку між мовою та свідомістю, оскільки категорії свідомості реалізуються в мовних категоріях та одночасно детермінуються ними; культура детермінує концепт. Тобто концепт – це ментальна проекція елементів культури, в той час як лінгвокультурема – це проекція елемента культури у мовному знаку. До лінгвокультуреми відносять назви предметів, понять, концептів однієї лінгвокультурної спільноти, яких не можна зустріти (або які зустрічаються в іншому вигляді) у представників іншої лінгвокультури.

Тісно переплетені також поняття «лінгвокультурний концепт» та «лінгвокультурема». Лінгвокультурний концепт сприймаємо в ціннісному, поняттєвому образі (в цілому), натомість лінгвокультурема як вербальний репрезентант загальнолюдського чи національно-культурного концептуального образу мовної свідомості містить

культурно значущу інформацію як в цілому, так і в одному з її значень – денотативному, сигніфікативному або конотативному [10, с. 8-9], як-то: **to stew or to be in a stew** – to be mentally agitated, **to simmer down** – to become calm, **to boil over** – when someone cannot control their anger and start to argue or fight, to grill someone-to question someone without stopping, **to cook something up** – to organise something, **to go from/get/jump out of the frying pan into the fire** – to go from a bad situation to a worse one, etc.

У зв'язку з цим повна тотожність фразеологічної концептуалізації є надзвичайно рідкісним явищем.

Кореляція феноменів «мова» та «культура» є складним, тому що мова є одночасно і частиною культури, і зовнішнім для культури фактором [11, с. 40]; мова та мовлення – сфери, в яких концепт опредметнюється. Вербалізація концепту або надання йому фразеоформи відбувається спонтанно чи зумисне, але цьому передують наявність багатьох різноманітних факторів. Особливо важливу роль у такій мотивації відіграє емоційна етносуб'єктивність. Саме цей суб'єктивізм вбирає в себе концентровану та синтезовану історію етносу.

Водночас первинне значення з численними культурно-емоційними та ситуативними нашаруваннями творить домінуючу лінію у структурі концепту. Це концептуальне ядро є, певним чином, компресією множинності чинників, які в діяхронії нашаровують додаткові смисли.

Отже, концепт еволюціонує: часто може набувати слоїстої структури. Перша ознака – основна, актуальна. Друга, внутрішній зміст, архезначення – можливо не усвідомлюється в сучасному повсякденному житті, але є внутрішнім прототипом, так званім «стовбуром» концепту. У процесі можуть долучатися й проміжні шари, що вбирають в себе ціннісні зміни етносу.

У когнітивному аспекті кулінарні фразеологізми визначаємо як одиниці лінгвоментального лексикону, що віддзеркалюють культурний простір мови. Фразеологізми будь-якої мови мають своє специфічне значення – фразеологічне. Воно є узагальнено-цілісним з різним ступенем цілісності. Чим більше компоненти фразеологізму втрачають словесні якості, тим цілісніше значення фразеологізмів, і навпаки. Фразеологічне значення містить як понятійний зміст, так і категоріальне значення. А також має третій чинник – суспільне відображення. Щодо внутрішньої форми фразеологізмів, то це не складова частина фразеологічного значення, а цілком самостійне, етимологічне значення, яке існує разом з актуальним.

Фраземи, будучи членами одного синонімічного ряду, відрізняються ідеографічними, експресивно-стилістичними, емоційно-модальними, функціонально-стилістичними (стильовими) і селективними властивостями.

Наведемо перелік головних фразеологічних концептів, які вербалізуються фразеологізмами з кулінарним компонентом:

*Apple of his eye* – УЛЮБЛЕНЕЦЬ; *as busy as popcorn on a skillet* – АКТИВНІСТЬ; *as easy as apple pie* – ПРОСТОТА І ЛЕГКІСТЬ; *as hungry as a bear* – ВІДЧУТТЯ ГОЛОДУ, *as slow as molasses in January* – ПОВІЛЬНІСТЬ; *as sour as vinegar* – НЕПРИЯЗНЬ; *as sweet as honey* – ПРИСМНІСТЬ; *as warm as toast* – ТЕПЛОТА; *bad apple* – ПОГАНА РИСА; *bad egg* – ПОГАНА ЛЮДИНА; *bear fruit* – ОТРИМАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ; *big cheese* – ЗНАЧУЩИСТЬ; *big enchilada* – ВАЖЛИВІСТЬ; *bite off more than you can chew* – ЗУСИЛЛЯ; *bite the hand that feeds you* – ПОГАНІЙ ВЧИНОК; *bottom of the food chain* – ВПЛИВ, *bread and butter* – БАЗОВІ ПОТРЕБИ; *Bring home the bacon* – ЗАРОБІТОК; *butter up* – ЛЕСТОЩІ; *cook his goose* – ЗБИТОК; *cool as a cucumber* – СПОКІЙ; *cream of the crop* – ПЕРЕВАГА; *cry over spilt milk* – ХВИЛЮВАННЯ; *eat dirt* – СКРОМНІСТЬ; *eat one's heart out* – РЕВНОЩІ; *eat out of her hands* – ПОКІРНІСТЬ; *fat is in the fire* – ПРОБЛЕМА; *fine kettle of fish* – БЕЗЛАД; *forbidden fruit* – ЗАБОРОНА; *full of beans* – ЕНЕРГІЙНІСТЬ; *go bananas* – ЗБУДЖЕННІСТЬ; *goose is cooked* – ПРОБЛЕМИ; *have a lot on one's plate* – ЗАЙНЯТІСТЬ; *have egg on your face* – ЗБЕНТЕЖЕНІСТЬ; *life is a bowl of cherries* – ЖИТТЯ – ПРЕКРАСНЕ; *like taking candy from a baby* – ЛЕГКІСТЬ; *Like two peas in a pod* – ПОДІБНІСТЬ.

Виходячи з емотивно-оцінної природи фразеології, виникає потреба досліджувати кулінарні фразеологізми концептуально, що зумовлено іменуванням когнітивних структур разом з їх емотивно-оцінним компонентом і провідною роллю концепту у формуванні семантики мовних одиниць. Емотивно-експресивна інформація, яка міститься в кулінарних фразеологізмах сучасної англійської мови, є наднаціональною.

Всебічний аналіз та осмислення фразеологічної системи з кулінарною тематикою як феномену етнокультурної свідомості, як результату специфічних обставин побуту народу та пізнання ним світу дає нам змогу, по-перше, краще зрозуміти конкретні фразеологічні одиниці, та, по-друге, дає змогу заглибитися у свідомість народу, дає «стереобачення» своєрідності їх соціального апарату, виділяє особливості цієї конкретної спільноти порівняно з іншими. Таким чином, дослідження лінгвокогнітивної сутності фразеологізмів з кулінарним компонентом дає цінний матеріал для аналізу їх семантики та структури, а також для вивчення мовної картини світу.

**Висновки.** Отже, фразеологічні одиниці відображають у своїй семантиці історію і культуру народу, передають із покоління в покоління національно-культурні еталони й стереотипи. У більшості фразеологізмів фіксуються прояви національної культури. Специфіка створення фразеологізму спричинює семантичну неоднозначність: значення фразеологічної одиниці характеризується певною невизначеністю в описі дійсності. Фразеологізми, які відображають типові ситуації й уявлення, починають виконувати роль символів, еталонів, стереотипів культури. Проте не всі фразеологічні одиниці можуть стати носіями культурно-національної інформації. Інтерпретуючи фразеологічні одиниці на основі співвіднесення їхніх асоціативно-образних сприйняття з стереотипами, які відображають народний менталітет, ми тим

самим розкриваємо їхній культурно-національний смисл і характер, який і є змістом культурної конотації. Фразеологізми прямо (в денотаті) чи опосередковано (через співвіднесеність асоціативно-образної основи з еталонами, символами, стереотипами національної культури) несуть у собі культурну інформацію про світ, соціум [3, с. 278]. Фразеологія не тільки відтворює елементи й риси культурно-національного світорозуміння, але й формує їх. Кожний фразеологізм, якщо він містить культурну конотацію, робить свій внесок у загальну картину національної культури. Перспективою подальших наукових розвідок у руслі англійських кулінарних фразеологізмів може бути їх конотативний аспект в контексті сучасної емотіології.

#### **Література:**

1. Вежицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежицкая. — М. : Языки славянской культуры, 2001. — 288 с.
2. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежицкая : пер. с англ. / Отв. ред. М.А. Кронгауз, вступ. ст. Е.В. Падучевой. — М., 1996. — 416 с.
3. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О.О. Селіванова. — Полтава : Довкілля. — К., 2008. — 712 с.
4. Маслова В. А. Лингвокультурология : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений]. — М. : Издательский центр «Академия», 2001. — 208 с.
5. Воркачев С.Г. Концепт как «зонтиковый» термин / С.Г. Воркачев // Язык, сознание, коммуникация : Сб. статей / отв. ред. В.В. Красных. — М. : МАКС Пресс, 2003. — С. 5–12.
6. Голубовська І.О. Етнічні особливості мовних картин світу / І.О. Голубовська — К. : Логос, 2004. — 2-е вид. — 284 с.
7. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно- дискурсивній парадигмі лінгвістики / А.М. Приходько. — Запоріжжя : Прем'єр, 2008. — 332 с.
8. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика и лингвокультурология : [курс лекций]. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. — 284 с.
9. Телия В.Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов // Славянское языкознание. XI Международный съезд славистов. — М., 1993 — С. 302–314.
10. Телия В.Н. Фактор культуры и воспроизводимость фразеологизмов - знаков-микротекстов / В.Н. Телия // Сокровенные смыслы. Слово. Текст. Культура : Сб. статей в честь Н. Д. Арутюновой. — М., 2004. — 677 с.
11. Langacker R. Foundations of cognitive grammar: In 2 volumes. — Stanford : Stanford Univ. Press, 1987. — Vol.1. — 540 p.
12. Уфимцева Н.В. Языковое сознание и образ мира славян / Н.В. Уфимцева // Языковое сознание и образ мира: Сб. научных статей ; отв. ред. Н.В. Уфимцева. — 2000 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://www.ilingran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html\\_204/4-2.html](http://www.ilingran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html_204/4-2.html)

#### **Анотація**

### **I. КРИКНИЦЬКА. АНГЛІЙСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КУЛІНАРНИМ КОМПОНЕНТОМ У КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ**

Робота присвячена дослідженню фразеологізмів сучасної англійської мови з кулінарним компонентом у ракурсі когнітивно-семантичного підходу. Поєднання теоретичних доробків когнітивної лінгвістики та семіотичної теорії призвело до виникнення когнітивно-семіотичної парадигми. Когнітивна лінгвістика, яка набула розвитку в останні два десятиліття ХХ століття, фактично продовжує традицію класичного мовознавства ставити на перше місце не мовну форму та її граматичне значення, а ідею, яка може виражатися за допомогою різноманітних мовних форм. Для нас набуває ваги той аспект, що відображає значення як результат самосвідомості, з одного боку, суспільного процесу пізнання, а з іншого – комунікативної діяльності. Все це проходить у межах когнітивного процесу, тобто процесу мислення у значенні фразеологічної одиниці.

**Ключові слова:** фразеологічна одиниця, концепт, когнітивний, етнофразеологія, лінгвокультурологічний.

#### **Аннотация**

### **II. КРЫКНИЦКАЯ. АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КУЛИНАРНЫМ КОМПОНЕНТОМ В КОГНИТИВНО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЕ**

Работа посвящена исследованию фразеологизмов современного английского языка с кулинарным компонентом в ракурсе когнитивно-семантического подхода. Сочетание теоретических разработок когнитивной лингвистики и семиотической теории привело к созданию когнитивно-семантической парадигмы. Когнитивная лингвистика, которая активно развивается последние два десятилетия ХХ века, фактически продолжает традицию классического языкознания ставить на первое место не языковую форму и ее грамматическое значение, а идею, которая может выражаться с помощью разнообразных языковых форм. Для нас становится более значительным тот аспект, который отображает значение как результат самопознания, с одной стороны, общественного процесса познания, а с другой – коммуникативной деятельности.

**Ключевые слова:** фразеологическая единица, концепт, когнитивный, этнофразеологія, лінгвокультурний.

**Summary**

**I. KRYKNITSKA. ENGLISH PHRASEOLOGISMS WITH CULINARY COMPONENT IN THE COGNITIVE AND SEMANTIC PARADIGM**

The article is dedicated to the research of phraseologisms with culinary component in the modern English language in the frame of cognitive and semantic approaches. The combination of theoretical attainments of cognitive linguistics and semiotic theory led to the creation of cognitive and semantic paradigm. Cognitive linguistics, which has developed greatly over two last decades of the 20th century, proceeds actually with the tradition of classic linguistics to emphasize not a language form and its grammatical meaning but the idea, which can be expressed with the help of different language forms. The aspect reflecting the meaning as a result of self-consciousness, social process of cognition, on the one hand, and communicative activities, on the other hand, is becoming more prominent for us.

**Key words:** phraseological unit, concept, cognitive, ethnophraseology, linguacultural.