

Терзі Г. А.,

*аспірантка кафедри загального мовознавства, слов'янських мов та світової літератури
Ізмаїльського державного гуманітарного університету*

СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ «ІЖА» В УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ

Анотація. У статті обґрунтовано наукову значимість застосування лінгвокультурного дослідження у спектрі фразеології та окреслено концептуально-семантичний аналіз фразеологізмів із компонентом «іжа». Саме фразеологізми, або фразеологічні одиниці, відображають національну специфіку мови. Вивчення фразеології становить необхідну ланку в засвоєнні мови та підвищенні культури мови. Національно-культурний концепт «іжа» є тим «накопиченням» досвіду та знань, способу життя народу, що дає змогу говорити про національний менталітет. Концепт «іжа» в такому разі виступає як посередник у процесі діалогу культур та міжкультурної комунікації. Концептосфера «іжа» належить до числа базових, універсальних концептосфер, що мають виключно важливе значення для лінгвокультурної спільноти. У рамках культурологічного аналізу простежуються багатопланові характеристики концепту «іжа» в українській культурі. Результати дослідження розширюють наукові уявлення щодо проблематики концепту в руслі міжкультурної комунікації і проблеми взаємозв'язку традицій харчування і національного характеру.

Актуальним є також дослідження феномена «іжа» як окремої, самостійної культурної сфери буття, без якої неможливе саме існування людини, виявлення та ідентифікація відповідних когнітивно-сміслових компонентів, що формують концепт «іжа» і беруть участь у створенні ціннісного та інформаційного простору художнього тексту і мовної картини світу.

Отже, основний напрям нашого дослідження – охарактеризувати українську фразеологічну картину світу на прикладі фразеологічних одиниць із семантичним полем «іжа». Збереження і відродження національних традицій харчування дає змогу не втратити національну самосвідомість в умовах глобалізації. Уніфікація процесу прийняття їжі негативно позначається на виразі культурної ідентичності народу.

Ключові слова: концептосфера, фразеологізм, лінгвокультурологія, іжа, харчовий компонент, лексична група.

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика досить особливо актуалізує антропоцентризм у контексті дослідження мови і позиціонування зв'язку з людиною та способами пізнання навколишньої реальності крізь призму життєвого досвіду. Проблематика дослідження ключових концептів культури кожного етносу є екзистенційно значимою для лінгвокультурної спільноти.

Лінгвокультурологія XXI століття – це галузь мовознавства інтеграційного характеру, що знаходиться у фінальній стадії самовизначення як самостійна лінгвістична дисципліна та вивчає мову як феномен культури та культуру як феномен, що здебільшого створюється мовою, в їх тісному взаємозв'язку з індивідуальною та колективною свідомістю [1, с. 37]. Ми розуміємо лінгвокультурологію як маргінальну науку, що розглядає факти мови в їх тісному взаємозв'язку з явищами куль-

тури: національними традиціями, обрядами, особливостями менталітету, а також гастрономічними уподобаннями.

Фразеологія є особливим об'єктом лінгвокультурології, результатом специфічної вербалізації національно-мовної свідомості. Б. Ларін у роботі «Нариси фразеології» зазначає, що вони «побічно відображають погляди народу, суспільний лад, ідеологію своєї епохи. Відображають – як світло ранку відбиваються в краплі роси» [2, с. 125–149].

Теоретичний аналіз традицій харчування певного етносу у зв'язках із мовою дає змогу окреслити категорії розуміння його етнічної культури, що дозволяє пізнати ментальність народу. «Людина є те, що вона їсть» – багатоаспектний аналіз означеної культурної аксіоми засвідчує необхідність мовного кодування з позиції глобального концепту «іжа», що демонструє значний науковий інтерес лінгвокультурологів. Зокрема, в лінгвокультурному аспекті гастрономічний дискурс є об'єктом аналізу у працях Н. Головицької, С. Руденко тощо. До того ж з погляду компаративної фразеології означену проблематику розглядали К. Мізін та Є. Юріна.

Інтерес сучасної української лінгвістики до вивчення проблем взаємодії мови, культури та свідомості в життєдіяльності суспільства пояснює актуальність проблематики.

Визначення культурного концепту «іжа» в сучасній теорії мови XXI століття зумовлено необхідністю поглибленого вивчення національної специфіки крізь призму фразеології, що своєю чергою в семантиці української лінгвокультури відображає особливості менталітету і традицій нації. До того ж варто констатувати, що окреслена проблематика в лінгвокультурології є однією з найменш досліджених, попри високу культурологічну значущість, оскільки культурний концепт «іжа» займає фундаментальний щабель у системі національних цінностей.

Фразеологія в аспекті лінгвокультурології орієнтується на відображення способів кодування культурної інформації в семантиці фразеологізмів, аналіз якої в напрямі нашої проблематики дасть змогу виявити особливості реалізації харчового коду української нації. Мова є дзеркалом ментальності народу – такий висновок можна зробити, спираючись на праці О. Потебні, В. Гумбольдта, Н. Теллі тощо.

Протипізувавши понятійний апарат фразеологізму в лінгвістиці, вважаємо, що вдалим є визначення українського науковця В. Ужченка, а саме: фразеологізми – це «надслівні, семантично цілісні, порівняно стійкі (з допуском варіантності), відтворювані й переважно експресивні одиниці, які виконують характеризуючо-номінативну функцію» [3].

Лінгвістична зацікавленість зосереджена на дослідженні фразеологізмів із компонентом-глутонімом, котрі є лінгвістичними знаками з широким спектром плану вираження і плану змісту (репрезентують харчову картину світу в складі кулінарного коду, а також прагмасемантичну, аксіологічну

категоризацію через домінуючі семи у складі паремійного сегменту антропоцентричного та інших культурних кодів) [4, с. 18], оскільки вони яскраво демонструють національну своєрідність народних асоціацій, оскільки не існує жодної лінгвокультури у світі, яка не зафіксувала б фразеологічні одиниці, пов'язані з їжею.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз лінгвістичної наукової літератури дає змогу стверджувати, що вагомий спектр питань теорії фразеології є центром уваги багатьох дослідників, серед яких можна виокремити Л. Авксентьева, М. Алефіренко, Л. Булаховського, В. Виноградова, В. Гака, В. Жукова, В. Мокієнко, О. Мелеровича, Б. Ларіна, Л. Скрипника, О. Федорова тощо.

Концептуальний аналіз лексичних одиниць, що структурують концептуальний простір, дає змогу окреслити змістово-когнітивні аспекти концепту «їжа»:

- абстрактність та спільність уявлення про те, що їдять;
- тотожність розуміння семантики відповідних лексичних одиниць реципієнтами з однаковим менталітетом і культурною приналежністю;
- культурно-етнічна, історична значимість номінацій видів, типів, смаку, цінностей, якості їжі для носіїв мови;
- участь колективної свідомості у формуванні цього концепту;
- здатність до моделювання, схематичного подання.

Мега статті полягає в здійсненні системного аналізу семантичного поля «*ІЖА*» крізь призму фразеологічних одиниць української мови.

Лінгвістична наука інтенсивно займається пошуком теоретичних основ дослідження лексико-семантичного рівня. Разом із тим науковці мають досить варіативне бачення лексико-семантичних полів. Зокрема, думки зводяться до визначення лексико-семантичного поля як сукупності парадигматично пов'язаних лексичних одиниць, які об'єднані спільністю змісту (іноді й спільністю формальних показників) і відображають поняттєву, предметну й функціональну подібність позначуваних явищ [5, с. 211].

Мега дослідження зумовлює вирішення таких завдань:

- окреслити понятійний апарат визначень «*фразеологізм*», «*лінгвокультурологія*», «*семантичне поле*», «*їжа*», «*їда*»;
- охарактеризувати українську фразеологічну картину на прикладі фразеологічних одиниць із семантичним полем «*їжа*»;
- класифікувати наявний матеріал за лексичними групами (категоріями) на позначення компонентів «*їжа*» серед фразеологізмів;
- визначити найчастотніші харчові компоненти в українській фразеології.

Об'єктом дослідження виступає спектр українських фразеологізмів із семантичним компонентом «*їжа*». Перш за все, варто окреслити понятійний апарат термінів «*їжа*» та «*їда*». Зокрема, «Тлумачний словник української мови» А. Івченка пропонує такі визначення: «*їда* – процес споживання їжі; *їжа* – продукти харчування в готовому до споживання вигляді» [6].

Лексичних груп, котрі містять їжу та все, що пов'язане з нею, досить велика кількість, проте М. Ковшова пропонує класифікувати фразеологізми за видами їжі, діями з готування, годування і поїдання їжі, фізичними якостями та процесами їжі, напоїв тощо [7].

Національна специфіка концепту висвітлюється і в трактуванні цього поняття Н. Арутюновою, яка його розглядає як щось таке, що стосується сфери практичної (повсякденної) філософії та є результатом взаємодії культурологічних факторів, до яких належать національна традиція, фольклор, релігія, ідеологія, життєвий досвід, образи мистецтва, почуття й система цінностей [8, с. 3].

Виклад основного матеріалу. Власне складний процес становлення української нації зумовив пізніше, близько середини XVIII століття, визначення традиційної кухні, котра перейняла, проте адаптувала під себе, деякі звичаї інших народів. Як приклад, турецьку страву дюш-вара ми перетворили на наші традиційні вареники, почали постачати гречку з Азії, а процес обсмаження овочів в олії перейняли з тюркської кухні.

Проте українська національна кухня вирізняється власною самобутністю. Наприклад, використання таких продуктів, як свинина, сало, буряк, яйця, є більш властивим саме для української кухні. До того ж процедура приготування їжі також певним чином має окрему своєрідність, зокрема, комбінована теплова обробка великої кількості компонентів на фоні однієї визначальної страви є показовим прикладом у приготуванні борщу.

Окрему увагу приділено овочам, котрі вплинули на означення української кухні, наприклад, гарбуз, помідори, картопля тощо. Своєрідним моментом є використання прянощів, зокрема, таких як часник, цибуля, кріп тощо.

Аналіз семантичного поля «*їжа*» в українській фразеології варто моделювати з розрахунку поділу представлених видів їжі в українській кухні на певні категоріальні групи, зокрема:

- категорія компонентів культурного концепту «*їжа*»;
- категорія компонентів проведення певних дій (фізичних процесів) з їжею;
- категорія компонентів на позначення посуду;
- категорія компонентів, що демонструють фізичні якості та категоріальні ознаки їжі;
- категорія компонента випічки;
- категорія компонента напоїв тощо.

Найбільш змістовною, звичайно, є категорія компонентів культурного концепту «*їжа*». Серед цієї групи варто приділити увагу таким компонентам:

- *яйце*, використання якого в українській фразеології демонструє певне заняття або своєрідне втручання у справи іншого: *носитися як курка з яйцем, як квочка на яйцях*;
- *риба*, котра в фразеологізмах, як правило, має позитивну конотацію, що можна пояснити з погляду популярності в певний період саме рибної юшки серед козаків: *як риба в воді, риби наловити та ніг не змочити*;
- *сіль*, котра відображає у фразеології магічні властивості, оскільки свого часу їй надавали значення оберігу та певним чином використовували у медицині. Проте, аналізуючи фразеологізми з цим компонентом, варто помітити негативну конотацію крізь призму чогось пригнічуючого: *сіль в очах, насипати сіль на рану, сіль тобі на язик, пуд солі з їсти*. До того ж таку позицію мотивованості паремій також підтверджено приказкою «недосол на столі, пересол на голові»;
- *гірчиця*, котра має схожу з сіллю негативну конотацію в українській фразеології, що пояснюється, перш за все, її гіркотою: *пахне гірчицею; гірше гіркої гірчиці*;

– *сир, масло* в українській культурі символічно демонструють достаток та добробут: *купатися, як сир у маслі, мов маслом по душі*.

– *мед* в українській семантиці має схоже значення: *медові дні; липнути як бджоли до меду*. Проте водночас мед може мати і негативну конотацію в контексті показу надмірності: *як мед, то й ложкою, передавати кути меду*. До того ж цей компонент у фразеологізмі може демонструвати певну улесливість: *мазати слова медом*.

Категорія проведення певних дій (фізичних процесів) з їжею є не менш об'ємною, проте ця група характеризується певною комплексністю, тобто пов'язаністю з першою категорією компонентів їжі. Зокрема, досліджувану цікавість викликають такі приклади:

поїдання їжі в українській фразеології трактується з позиції переживання якогось, часто негативного, досвіду: *за сім верст кислю їсти, їсти біду, наїстися дрижаків, їсти мордачі, серце їсти, сором їсть очі*;

годування їжею як дія досить часто у фразеологізмах має характер завдання ударів чи покарання: *годувати буханцями, годувати ляцями, нагодувати цибулькою*;

пиття (зокрема, алкоголю) є найбільш поширеним компонентом у цій групі фразеологізмів та яскраво демонструє схильність до пагубної звички: *з кругу спитися, пити без просипу, пити запоєм*. Українська пареміологія також негативно позиціонує засудження надмірного пиття українським народом: «Чоловік – не свиня: більше відра не вип'є», що підтверджується низкою фразеологізмів, що показують наслідкову складову частину таких дій: *допитися до білої гарячки, допитися до зеленого (блакитного) змія, допитися до собачого палічка*;

добування їжі в українській фразеології відбиває значимість продукту, зокрема, для українців ця позиція проглядається у фразеологізмах, що позиціонують цінність праці і хліба: *відбивати хліб, недоїдати хліба*. Українці гостро засуджували ледарі, соромилися жебрацтва та тяжко працювали заради хліба: *хліб переводити, жити на чужих хлібах, недаром хліб їсти*;

варіння як компонент української фразеології пов'язане із неприємними емоціями, що є наслідком, наприклад, дорікання: *без вогню варити, виварювати воду, заварити кашу, варитись у котлі*.

Меншою за змістовним обсягом, проте не менш значимою, є група компонентів напоїв, серед яких варто виокремити:

горілку, яка представлена у фразеологізмах у критично негативній конотації: *в горілці киснути, заливати лихо горілкою, затоплювати розум у горілці*;

вино у фразеології досить часто розуміється з позиції, котра сформувалася під тиском методу виноробства, а саме в моменті розбавлення вина водою перед вживанням, тому воно трактується в контексті заспокоєння емоцій, невтручання до чужих справ: *доливати воду у вино, у чуже вино воду не доливай*;

молоко, котре показує у фразеологізмах недосвідченість, певну молодість: *молоко на губах не обсохло, всмокстати з молоком матері, губи в молоці*. До того ж молоко може виступати в протилежному розумінні, тобто символізувати старість: *братися молоком, вмочити в молоко голову*;

вода в українській фразеології символізує рух, небезпеку та розлуку: *чимало води утекло, піти за водою, як вода зміла, пустився на бистру воду, воду розливати*.

Категорію компонентів, що позначають фізичні якості та категоріальні ознаки їжі, свого часу досить поглиблено дослідила О. Селіванова, котра вказувала на те, що серед українських фразем сфера смакових відчуттів є найбільш представленою, причому оцінна опозиція позитивного пов'язана із солодким, а негативного – з гірким, кислим, солоним: *солодити душу; гірка година; аж молоко кисне; кисла міна*.

Категорія компонентів випічки найбільш вдало представлено з позиції *хліба*, що символізує тяжку працю, достаток чи бідність: *заробляти собі на хліб, без куска хліба бути*. Варто зазначити, що лінгвокультурологічні особливості цього символічного компонента в українській культурі тісно переплітаються із сіллю, що символізує добрі наміри, гостинність, певні блага: *зустрічати хлібом-сіллю, водити хліб-сіль, хліб-сіль забувати*.

З проаналізованих нами компонентів на позначення посуду найбільш змістовно в українській фразеології презентовані *чаша* та *тарілка*, що символізують певний емоційний стан людини: *не в своїй тарілці, гірка чаша, чаша переповнилася*.

Як свідчить дослідження, національно-специфічні особливості фразеологічних систем через аналіз семантичного поля компонента «*ЇЖА*» сприяють вирішенню актуального питання сучасних наукових дискусій – взаємовідношення свідомості, мови та культури. У спектрі актуальних сучасних пошуків цього підтвердження гастрономічний код української культури найбільш вдало репрезентує етнологічну свідомість нації.

Безумовно, фразеологізми демонструють етнокультурні архетипи, котрі відображають національну культуру певної лінгвоспільноти. Таким чином, лінгвокультурологічне дослідження українських фразеологізмів, що містять компонент семантичного поля «*їжа*», науково актуалізоване серед вченої спільноти.

До того ж варто зазначити, що таке дослідження є досить перспективним із позиції наукових результатів, оскільки це дає змогу по-іншому охарактеризувати ідіоматику мови, що дозволить більш глобалізаційно вивчати культуру народу, яка відображена в мові. Фразеологізми з національно специфічними продуктами передають культуру, свідомість та цінності нації. До того ж функціонал використання фразеологізмів серед спільноти досить широкий, як правило, вони:

- допомагають слідувати принципу економії мовних зусиль;
- відображають суб'єктивне емотивно-оцінне ставлення;
- є засобами аргументації та соціальної орієнтації;
- використовуються у стратегії маніпуляції і впливу з метою формування громадської думки;
- здійснюється з метою подачі складної політичної інформації в простій та зрозумілій для людського сприйняття формі.

Висновки. Процес еволюції української національної сфери, що містить концепт «*їжа*», демонструє потенційний спосіб використання його в різних контекстах. Концепт «*їжа*» класифікується з позиції значної кількості номінативних елементів, що називають продукт, напій, страву тощо.

Загалом варто констатувати, що концепт «*їжа*» є фундаментальним у моделі лінгводослідження у всіх культурах. При цьому його значущість, окреслена у його мовній презентації, суттєво відрізняється в кожній із мов світу. У контексті майбутніх перспектив дослідження розвитку цієї проблематики можливим є звернення уваги на потребу наукового аналізу націо-

нальної страви як знаку та засобу самоідентифікації етносу. До того ж поза увагою наукової спільноти залишаються функції концепту «їжа» та лінгвoseміотичні параметри мовної особистості в українській мовній гастрономічній комунікації.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка : Ментальные действия. Москва : Языки русско культуры, 1993. 336 с.
2. Ларин Б.А. История русского языка и общее языкознание. Москва : Просвещение, 1997. 224 с.
3. Івченко А.О. Тлумачний словник української мови. 4-те вид. Харків : Фоліо, 2002. 540 с.
4. Ковшова М.Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 456 с.
5. Кочерган М.П. Загальне мовознавство : підручник. Київ : Академія, 2001. 361 с.
6. Краснобаєва-Чорна Ж.В. Лінгвофраземна аксіологія : парадигмально-категорійний вимір : мон. 2-е вид., випр. і доп. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 416 с.
7. Назаренко О.В. Українська фразеологія як вираження національного менталітету : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Дніпропетровськ, 2001. 18 с.
8. Ужченко В.Д. Фразеологія сучасної української мови : посібник для студентів філологічних факультетів вищих навчальних закладів. Луганськ : Альма-матер, 2005. 400 с.

Terzi H. Semantic field “food” in Ukrainian phraseology

Summary. The article substantiates the scientific significance of the application of linguistic and cultural research in the spectrum of phraseology and outlines the conceptual and semantic analysis of phraseology with the component

“Food”. It is phraseology, or phraseological units, that reflect the national specificity of every language. The study of phraseology is a necessary link in language acquisition and in improving the culture of language. The national-cultural concept of “Food” is the “accumulation” of experience and knowledge, the way of people’s life, which allows us to talk about the national mentality. The concept of “Food” in this case acts as a mediator in the process of intercultural dialogue and communication. The conceptsphere “Food” is one of the basic and at the same time universal conceptspheres that are extremely important for the linguistic and cultural community. Within the framework of culturological analysis the multifaceted characteristics of the concept of “Food” in the Ukrainian culture are traced. The results of the study expand the scientific understanding of the problems of this concept in the context of intercultural communication and the problem of the relationship between food traditions and national character.

It is also relevant to study the phenomenon of “Food” as a separate and independent cultural sphere of existence, without which the very existence of man is impossible; identification of the relevant cognitive-semantic components that form the concept of “Food”, involved in creating a value and information space of the artistic text and linguistic picture of the world.

Thus, the main direction of our research is to characterize the Ukrainian phraseological picture of the world on the example of phraseological units with the semantic field “Food”. Preservation and revival of national food traditions allows not to lose national identity in the context of globalization. Unification of the process of eating has a negative impact on the expression of cultural identity of the people.

Key words: conceptsphere, phraseology, linguistic culturology, food, food component, lexical group.