

*Ищенко І. В.,
аспірантка 3 року навчання,
асистент кафедри української мови
Криворізького державного педагогічного університету*

ЛІНГВОКУЛЬТУРНА МАРКОВАНІСТЬ ФРАЗЕМ ІЗ ГЛЮТОНІЙНИМ КОМПОНЕНТОМ САЛО

Анотація. У статті зроблено акцент на лінгвістичних розвідках, які присвячені студіюванню фразеології у зв'язку з лінгвокультурологією та етнолінгвістикою. Культура харчування – це ключовий лінгвокультурний концепт, що втілюється в багатьох фразеологічних одиницях, а тому потребує глибшого аналізу. В аспекті дихотомії «мова – культура» окреслено функціонування українськомовного фразеологічного фонду. Зокрема, досліджено лінгвокультурну маркованість фразеологічних одиниць української мови з глютонійним компонентом *сало*, з'ясовано місце відповідних фразеологізмів в українській мові, зауважено на особливостях символічної та лінгвокультурної інтерпретації.

Під час аналізу джерельної бази, якою послужив фразеологічний словник української мови за загальною редакцією Л. Паламарчука у 2-х томах, виявлено семантичні асоціації та описано особливості прочитання етнокультурних кодів крізь призму звичаїв, традицій, історичних віх і народного побуту українців. Результати дослідження інтерпретовано з позиції національно-специфічної семантики символічного компонента, розглянутого в аспекті світоглядної традиції українського етносу. Фразеологічні одиниці з глютонійним компонентом *сало* демонструють яскравий приклад відтворення етнічної самобутності, указують на особливості менталітету (його позитивні й негативні риси), маніфестують неповторність нації за допомогою мовної фіксації. Фразеологічне значення знаків-етнонімів ілюструє й наявність певної стереотипізації, яка формувалася упродовж тисячоліть. Глютонійний компонент *сало* у складі фразеологізмів української мови – це етнонім, який репрезентує національну своєрідність українців, вирізняє їх з-поміж представників інших націй.

Студіювання аналізованого фактичного матеріалу дає змогу зробити висновок: глютонійний компонент *сало* у структурі українськомовних фразеологізмів втілює мовну інтерпретацію психологічних особливостей, історичного минулого, національного побуту, загальної культури українців та іншого. Семантична структура відповідних фразеологізмів представлена лексико-семантичною конотацією, яка безпосередньо пов'язана з асоціативними кодами, що приписуються глютонійному компоненту.

Ключові слова: фразеологізм, глютонім, етнонім, культура, лінгвокультура, символ.

Постановка проблеми. Загальновідоме те, що будь-яке слово-символ знаходить своє відтворення в контексті певної культури, а отже, досить часто й сама лексема може транслювати неоднакові семантичні асоціації. Найяскравіше відповідна інтерпретація простежується на фразеологічному рівні, де неабиякої актуальності набуває дослідження національно-специфічної семантики символічного компонента передовсім

в аспекті світоглядної традиції окремого етносу. Наразі з-поміж наявних лінгвістичних розвідок вагоме значення має студіювання фразеології у зв'язку з лінгвокультурологією та етнолінгвістикою, оскільки саме фразеологічний фонд тієї чи іншої мови надає перспективні можливості для вивчення специфічних взаємозв'язків у межах дихотомії «мова – культура». Своєю чергою такий напрям дослідження уможливує багатогранний аналіз історії становлення окремої лінгвокультурної спільноти й особливостей її ментальної організації в синхронному й діахронному вимірах.

Нині зацікавлення викликає й культура харчування, яка неодноразово ставала предметом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Окрім того, культура харчування являє собою ключовий лінгвокультурний концепт, що втілюється в багатьох фразеологічних одиницях, а тому потребує детальнішого аналізу. Фразеологізми з глютонійним компонентом загалом і з глютонійним компонентом *сало* зокрема демонструють яскравий приклад відтворення ідентифікації українським етносом своєї національної самосвідомості, ментальності й унікальності в усіх її позитивних чи негативних проявах. Актуальність нашої статті визначається увагою до проблем взаємозв'язку мови й духовної культури, потребою пошуків нових підходів до вивчення українськомовної фразеологічної царини як скарбниці спектру національних характеристик, що інтерпретуються передовсім за допомогою тих чи інших харчових знаків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Реалії сьогодення демонструють значні здобутки вітчизняних і зарубіжних мовознавців, у наукових працях яких комплексно викладено найрізноманітніші аспекти вивчення фразеології. Так, семантику фразеологізмів дослідили М. Алефіренко, Л. Булаховський, Ю. Прадід, Г. Удовиченко. Стилїстичний аспект став об'єктом зацікавлення Д. Баранника, Г. Іжакевич, В. Калашника, Ж. Колоїз, В. Коптілова. Історія, становлення та етимологія фразеологізмів були в центрі уваги М. Демського, В. Мокієнка, Л. Скрипник, Ю. Шевельова й інших.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. активізуються нові напрями у вивченні української фразеології – психокогнітивний, етнолінгвістичний і лінгвокультурний (Н. Венжинович, В. Жайворонок, О. Левченко, Л. Савченко, О. Селіванова й інші), що дотепер не втратили своєї актуальності й сприяють тематичному розширенню лінгвістичних студій. Стосовно цього слушною є думка Н. Венжинович, яка зазначає, що наукове дослідження фраземіки в лінгвокультурологічному й етнопсихологічному аспектах розпочалося порівняно недавно й відбувається в межах вивчення мови загалом як антропологічного феномена [1, с. 149].

Окрім того, фіксуємо активне зацікавлення вчених лінгвокультурним напрямом дослідження фразеологічних одиниць, які містять у своїй структурі певний харчовий компонент. Однак варто зауважити, що з поширенням явища міжкультурної комунікації аспект вивчення відповідних фразем здебільшого ґрунтується на компаративному зіставленні кількох мов або ж на аналізі іншомовної джерельної бази. Так, Т. Григор'єва [2], О. Дмитренко [3], І. Крикніцька [4] дослідили англословний фразеологічний фонд, Г. Мелех [5], О. Лапініна [6] – німецькомовний, С. Ісаєв [7] обрав джерельною базою фраземи китайської мови. О. Копчак [8] здійснила компаративний аналіз фразеологічних одиниць перської та української мов тощо.

Мета статті полягає в з'ясуванні лінгвокультурної маркованості фразеологічних одиниць української мови з глютонійним компонентом *сало*, в описі семантичних асоціацій та особливостей прочитання етнокультурних кодів. Джерельною базою статті послужив фразеологічний словник української мови за загальною редакцією Л. Паламарчука у 2-х томах.

Виклад основного матеріалу. Фразеологія як невід'ємна й органічна частина мовної системи є цінним лінгвістичним джерелом, за допомогою якого ретранслюється бачення світу й національна культура окремої етноспільноти. Фразеологічний фонд тієї чи іншої мови накопичує в собі не лише колективний досвід нації, що передається з покоління в покоління, але й уможлиблює студіювання далекого минулого мови в тісному взаємозв'язку з історією та культурою її носіїв. Окремої уваги потребує глютонійний компонент *сало* у складі фразеологізмів української мови, адже такий етнонім репрезентує національну своєрідність українців, вирізняє їх з-поміж представників інших націй, а тому вимагає ґрунтовнішого аналізу.

Як відомо, специфічні знаки-етноніми безпосередньо пов'язані з феноменом національної ідентичності, впливають на формування фразеологічного значення та виникнення оцінних суджень. Функціонування фразеологічних одиниць, у складі яких наявний той чи інший етнонім, впливає на вироблення та укорінення в суспільстві національних стереотипів. Цілком очевидно, що глютонійні найменування – це національно марковані складники певної лінгвокультурної спільноти, елементи повсякденного буття кожної людини, які репрезентують матеріальне й духовне багатство нації, формують мовну картину світу. Звідси, відповідно, глютоніми можна уналежнити до так званих стабілізаторів етнічної лексики, які увиразнюють мовну картину загалом і фразеологічну царину зокрема.

Для українців *сало* є не лише цінним продуктом харчування, а й символом національної культури. Джерела шанобливого ставлення до сала сягають далекої минувщини народу. Споконвічно свиня (а точніше, м'ясо, сало, ковбаса) є неформальним лідером серед гастрономічних уподобань українців, до того ж сало є нашим національним «стратегічним продуктом!» [9, с. 42]. Лексема *сало* як глютонійний компонент фразеологізмів української мови набуває досить поліаспектного трактування, оскільки не завжди втілює лише позитивні характеристики української етноспільноти.

В українській народній харчовій системі життєзабезпечення сало здавна виступає ознакою добробуту й достатку. Відповідна семантична насаженість притаманна й таким фразеологічним одиницям із глютонійним компонентом *сало*, як-от: *годувати, як (мов, немов і таке інше) на сало* [10, с. 778], що означає «щедро, сито харчувати когось»; *жити, як бобер*

у *салі* – «дуже добре, заможно, безтурботно» [10, с. 778]. Фразеологічна царина маніфестує активне побутування глютоніма *сало* в поєднанні із зоонімом *кіт (кішка)*, що своєю чергою вказує на традиційні народознавчі уявлення українців: *як кіт до сала* – «допасти до чогось»; «жадібно, енергійно щось робити» [11, с. 378]; *(Позирати) як кіт на сало* – «ласо, пристрасно» [11, с. 378]. Окрім того, семантичне значення таких фразеологізмів демонструє певну надмірність, а вживання глютоніма *сало*, очевидно, мотивоване далеким історичним минулим і пов'язано з тим, що в повоєнні роки солоне сало слугувало стратегічним запасом для скрутних часів, довго не псувалося та зберігалось сирим у скляних трілітрових банках, які здебільшого відкривали, коли зовсім не було чого їсти.

Як зазначає Л. Артюх, у минулому й позаминулому століттях значення сала як продукту висококалорійного й поживного було значно вищим. Дефіцит тваринних білкових продуктів постійно компенсувався споживанням сала й страв із нього. Пізніше, навіть коли споживчий харчовий баланс білків, жирів і вуглеводів у народному харчуванні значно оптимізувався, сало залишилося символом ситості [12]. Однак харчові вподобання українців свідчать про те, що жирну їжу, зокрема й сало, варто вживати з хлібом: *дурне сало без хліба* [11, с. 21]. Цілком закономірне плумачення фразеологізму (*сало без хліба не їдять*), яке відбиває певне стереотипне уявлення, що сформувалося досить давно й набуло поширення посеред інших культурних лінгвоспільнот.

Для української лінгвокультури глютонім *сало* є одним із ключових у концептосфері «Їжа». Зважаючи на те, що споживання свинячого сала характерне не тільки для українців, але й для поляків, угорців, німців, білорусів та інших етносів, можемо констатувати: у різних етнографічних ареалах ті самі найменування можуть утілювати різний знаковий статус. Проте чомусь лише про українців склався стереотип як про націю салоїдів. Це яскраво позначилося й на фразеологічному фонді: *як мішок із салом* [11, с. 129]; *вбиватися в сало* [11, с. 70]; *запливати салом* [11, с. 315]. Відповідні фразеологічні одиниці мають досить прозору семантику й означають гладшати, ставати (у першому разі – бути) товстим. Так званий культ сала настільки заповнив сучасний гастрономічний етнопростір (відкриваються музеї-ресторани сала, виготовляють різноманітні їстівні фігурки-сувеніри із сала, цукерки «Сало в шоколаді» й інше для того, щоб розширити міжкультурну взаємодію та популяризувати свою власну ідентичність), що сало було, є і буде специфічною родзинкою української культури загалом і фразеологічної царини зокрема.

Досить часто фразеологізми з глютонійним компонентом *сало* набувають негативного забарвлення, указують на розумові вади людини: *дурний як сало* [11, с. 45]; на нещирість співрозмовника або нещирість його слів / почуттів: *як салом мастити* [11, с. 466]; на блягузтво: *мазати п'яти салом* [11, с. 459]. В українській етноспільноті такі фразеологічні одиниці вживаються передовсім тоді, коли є потреба у висміюванні тих чи інших негативних характеристик. Іноді вживаний у структурі фразеологізму глютонім *сало* в поєднанні з іншими елементами створює ефект каламбуру: *на комариному салі* [10, с. 778] – «пісний, немащений» (використовується жартома).

Подекуди натрапляємо на фразеологічні одиниці, семантичне значення яких пов'язано з певним історичним минулим або з подіями, які були актуальними багато століть тому.

Наприклад, фразема *залити (залляти) за душу сала* [11, с. 315] тлумачиться як «завдавати великого горя, страждань». У посібнику «Фразеологія сучасної мови» В. Ужченка й Д. Ужченка фіксуємо авторські коментарі, де зазначено, що розпечене сало використовували як карно-судовий засіб зізнань – заливали його за шкіру [13, с. 179].

Для українців сало стало символом не лише української кухні, а й виразним показником побутових реалій, які втілюються в прихованому семантичному значенні фразеологізмів: *вишкварити сало* [11, с. 170] – «розправитися з кимось»; *чия кішка сало з'їла* [11, с. 378] – «знати, хто винен»; *змінити ковбасу на сало* [11, с. 88] – «здійснити не вигідний обмін». Зазвичай зміст аналізованих національно-специфічних фразеологічних одиниць досить важко пояснити представникам інших лінгвокультурних спільнот, оскільки такі фраземи містять культурний компонент, який не є близьким їхнім носіям, не відповідає їхньому світобаченню та менталітету.

Лінгвокультурна маркованість фразеологічних одиниць із глютонійним компонентом *сало* вирізняється своєрідною специфікою асоціацій, які давно укорінені у свідомості українського етносу. Відповідні фраземи ілюструють особливості споживання їжі, історичне минуле, побутові реалії українців та інше. Зчитування етнокультурних кодів уможливує отримання інформації про самоідентифікацію нації, її матеріальне й духовне надбання.

Висновки. Фразеологічна царина будь-якої мови перебуває в тісному взаємозв'язку з історією, традиціями, побутом народу, являє собою джерело фонові інформації, відтворює вияви національної культури, зберігає найсуттєвіший історичний досвід. Лінгвокультурна маркованість фразеологічних одиниць із глютонійним компонентом *сало* виявляється в специфічній образності фразем, що втілюють національні особливості українського етносу. Такі особливості здебільшого реалізуються внаслідок оригінального поєднання понять, які створюються на основі постійних асоціативних реалій (знаків-символів / етнонімів) і демонструють образне переосмислення звичайних речей. Аналіз дібраного фактичного матеріалу дає змогу зробити висновок: наявність етноніма *сало* у структурі фразеологізмів увиразнює репрезентацію національного світосприйняття, мовний вияв ментальних ознак, особливості звичаїв, традицій, історичного минулого, народного побуту, культури тощо. Семантична структура аналізованих фразеологічних одиниць демонструє наявність лексико-семантичного відтінку, який співвідноситься з асоціативними кодами, закріпленими за глютонійним компонентом, визначає специфіку лексико-семантичної мовної системи загалом. Зважаючи на те, що глютонім *сало* у складі фразем можна уналежнити до так званих етнічних лакун – лексичних одиниць, які позначають реалії носіїв вихідної мови й не мають відповідників у мові перекладу, – цілком закономірне неправильне зчитування відповідних фразеологізмів носіями іншої лінгвокультури, а отже, виникає перспектива дослідження труднощів сприйняття та перекладу таких фразеологічних одиниць.

Література:

1. Венжинович Н.Ф. Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології : монографія. Ужгород, 2018. 462 с.
2. Григор'єва Т.Ю. Класифікаційні особливості фразеологізмів із компонентом-найменуванням «їжа» в сучасній англійській мові.

- Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія «Філологія (мовознавство)».* Вінниця, 2015. Вип. 21. С. 7–12.
3. Дмитренко О.В., Зінченко І.Ю. Вербалізація концепту «їжа» засобами сучасної англійської фразеології. *Імідж сучасного педагога*. Полтава, 2018. № 6 (183). С. 77–79.
 4. Крикніцька І.О. Англійські фразеологізми з кулінарним компонентом у когнітивно-семантичній парадигмі. *Південний архів. Серія «Філологічні науки».* Херсон, 2017. Вип. 71. С. 91–95.
 5. Мелех Г.Б. Системні зв'язки у фразеологізмах із кулінарним компонентом. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія «Філологічні науки (мовознавство)».* Кіровоград, 2011. Вип. 95. С. 230–235.
 6. Лапиніна О.Л. Характеристика гастрономів як окремих лексичних одиниць та компонентів фразеологізмів (на матеріалі німецької мови). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Філологічна». Острого, 2015. Вип. 51. С. 249–251.
 7. Ісаєв С.С. Етнокультурний код китайських фразеологізмів гастрономів (на прикладі фразеологізмів із компонентами назвами продуктів харчування тваринного походження). *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ, 2017. Вип. 1 (56). С. 201–211.
 8. Копчак О.І. Глютоніми у перських і українських фразеологізмах на позначення емоцій людини. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Філологічна». Острого, 2012. Вип. 29. С. 89–92.
 9. Добролюбова Г.М. Концепт свиня як один із основних образів української етнолінгвістики та лінгвокультурології. *Лінгвістика. Лінгвокультурологія*. 2019. № 13. С. 36–50.
 10. Фразеологічний словник української мови / За заг. ред. Л.С. Паламарчука. Київ, 1993. Кн. 2. С. 529–980.
 11. Фразеологічний словник української мови / За заг. ред. Л.С. Паламарчука. Київ, 1993. Кн. 1. 528 с.
 12. Артюх Л.Ф. Чому українці люблять сало. *Етнографія* : вебсайт. URL: <http://ethnography.org.ua/content/chomu-ukrayinci-lyublyat-salo>.
 13. Ужченко В.Д., Ужченко Д.В. Фразеологія сучасної української мови : посібник. Луганськ : Альма-матер, 2005. 399 с.

Ishchenko I. Lingocultural marking of phraseological units with the glutonic component *fat (salo)*

Summary. It is known that any word symbol is reflected in the context of a particular culture, so quite often the same lexeme can have different semantic associations. The clearest interpretation is shown at the phraseological level, where the study of the national-specific semantics of the symbolic component becomes especially relevant, especially in the aspect of the worldview tradition of a particular ethnic group. At present the study of phraseology in relation to linguoculture and ethno-linguistics starts to get a huge importance, because the phraseological source of some languages offers the great opportunities for studying of specific interrelations within the dichotomy “language – culture”.

In today's society, there is a particular interest of the culture of eating, which has been become the subject of research by both foreign and domestic scientists. In addition, culture of eating is a key linguistic and cultural concept that is embodied in many phraseological units. Phraseological units with the glutonic component in general and the glutonic component of *fat (salo)*, in particular, show a clear example of the reflection of the identity of the Ukrainian ethnic group on its national identity, mentality and uniqueness in all its positive or negative manifestations. The relevance of our article is determined by the attention to the problems of the interrelation of language and spiritual culture, which are shown through certain food signs. The purpose of the article is to find out the linguocultural

marking of phraseological units of the Ukrainian language (on the material of the phraseological dictionary of the Ukrainian language, edited by L.S. Palamarchuk) with the glutonic component of *fat (salo)*, in the description of semantic associations and features of understanding ethnocultural codes.

The analysis of the selected factual material makes it possible to conclude: the ethnonym *fat (salo)* in the structure of phraseological units expresses the representation of the national

world perception, linguistic expression of mental features, peculiarities of customs, traditions, historical past, national life, culture, etc. The semantic structure of the analyzed phraseological units demonstrates the lexical-semantic connotation that correlates with associative codes assigned to the glutonic component.

Key words: phraseological unit, glutonym, ethnonym, culture, linguoculture, symbol.