

УДК 811.161.2:81

DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.2\(43\).186245](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.2(43).186245)

ХАРЧОВИЙ КОД КУЛЬТУРИ У ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ, УКРАЇНСЬКОЇ ТА ГРЕЦЬКОЇ МОВ

Матузкова О. П.

доктор філологічних наук, професор,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Діброва І.В.

кандидат на здобуття ступеня магістра,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Дана стаття присвячена дослідженню харчового коду у англійських, грецьких та українських фразеологізмах крізь призму лінгвокультурології. Інтерес сучасної української лінгвістики до вивчення проблем взаємодії мови, культури та свідомості в життєдіяльності суспільства пояснює актуальність вибору теми статті. Актуальність теми дослідження також визначається еволюцією лінгвокультурології як самостійної наукової парадигми соціоантропоцентричного знання. Матеріалом дослідження слугували 835 англійських фразеологічних одиниць з харчовим компонентом, 340 грецьких фразеологізмів з харчовим компонентом та 487 українських фразеологічних одиниць з харчовим компонентом. Головна мета дослідження полягає в описі та порівнянні національно-культурної специфіки харчового коду у англійській, грецькій та українській фразеологіях у лінгвокультурологічному аспекті. Поставлена мета унеобхіднила вирішення низки завдань. Було сформульовано визначення понять «фразеологізм», «лінгвокультурологія», «лінгвокультурний код», «їжа», «їда»; описано фрагменти англійської, української та грецької фразеологічної картини світу на прикладі фразеологічних одиниць з харчовим компонентом; визначено найчастотніші харчові компоненти в англійській, грецькій та українській фразеологіях, класифіковано досліджений матеріал за лексичними групами на позначення харчових компонентів фразеологізмів; подано лінгвокультурологічний коментар до кожної з лексичних груп та порівняльну характеристику харчових компонентів у фразеологічних одиницях англійської, грецької та української мов. Результатом дослідження є висновок про те, що фразеологізми з харчовими компонентами дійсно відбивають особливості національної кухні та культури, базові харчові компоненти у англійській, українській та грецькій мовах у цілому співпадають, отже, лінгвокультурний світогляд народів, незважаючи на природну та зрозумілу наявність певних розбіжностей, має спільні риси та цінності.

***Ключові слова:** їжа, їда, лінгвокультура, лінгвокультурологія, лінгвокультурний код, лінгвокультурологічний коментар, харчовий код, фразеологізм.*

ПИЩЕВОЙ КОД КУЛЬТУРЫ В ФРАЗЕОЛОГИИ УКРАИНСКОГО, АНГЛИЙСКОГО И ГРЕЧЕСКОГО ЯЗЫКОВ

Матузкова Е. П.

доктор филологических наук, профессор,
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

Диброва И.В.

кандидат на соискание степени магистра,
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

Данная статья посвящена исследованию пищевого кода, отображённого в английских, греческих, украинских фразеологизмах, сквозь призму лингвокультурологии. Интерес современной украинской лингвистики к изучению проблем взаимодействия языка, культуры и сознания в жизнедеятельности общества объясняет актуальность

представленной статьи. Материал исследования составляют 835 английских фразеологических единиц с пищевым компонентом, 340 греческих фразеологизмов с пищевым компонентом и 487 украинских фразеологических единиц с пищевым компонентом. Главная цель исследования состоит в описании и сравнении национально-культурной специфики пищевого кода в английской, греческой и украинской фразеологиях в лингвокультурологическом аспекте. Поставленная цель определила выполненные в процессе написания статьи задачи. Были сформулированы определения понятий-терминов: «фразеологизм», «лингвокультурология», «лингвокультурный код», «питание», «еда»; описаны фрагменты английской, украинской и греческой фразеологических картин мира на примере фразеологических единиц с пищевым компонентом; определены самые частотные пищевые компоненты в английской, греческой и украинской фразеологиях, классифицирован по лексическим группам исследуемый материал; предложены лингвокультурологические комментарии к каждой из выделенных лексических групп и сравнительная характеристика пищевых компонентов фразеологических единиц английского, греческого и украинского языков. Результатом исследования является вывод о том, что фразеологизмы с пищевым компонентом действительно воплощают и отображают особенности национальной кухни и культуры, базовые пищевые компоненты в английской, украинской и греческой фразеологиях в целом совпадают, следовательно, лингвокультурные пищевые коды данных этнокультур, несмотря на закономерное наличие определенных расхождений, имеют общие черты и ценности.

Ключевые слова: еда, лингвокультура, лингвокультурология, лингвокультурный код, лингвокультурологический комментарий, питание, пищевой код, фразеологизм.

FOOD CODE OF CULTURE IN ENGLISH, UKRAINIAN AND GREEK PHRASEOLOGY

Matuzkova O.

Doctoral Degree (in Philology), full professor,
Odesa I.I. Mechnikov National University

Dibrova I.

Master's Candidate,
Odesa I.I. Mechnikov National University

The article focuses on the study of phraseological units with food component in the context of linguo-culturology. The final aim of the work is to describe and compare the linguistic, cultural and national peculiarities of food component in English, Greek and Ukrainian phraseological units thus revealing linguocultural food code of each linguo-culture. The objective determined the tasks of the research: to define the terms "phraseological unit", "linguo-cultural code", "linguo-culturology", "food", "nutrition"; to describe the fragments of English, Greek and Ukrainian linguistic world image through the phraseological units with food component; to single out the most frequent food components in English, Greek and Ukrainian phraseology and to define their connotative and semantic meaning; to divide the investigated material into groups according to the names and semantics of food components; to give linguo-cultural description of each of the abovementioned groups. Research has been done on the basis of the English and Ukrainian Phraseological Dictionary by K. Barantsev, Shortened Greek and Russian Phraseological Dictionary by O.V. Patrunova and Phraseological Dictionary of Ukrainian Language. The volume of the investigated material is 835 English phraseological units, 340 Greek phraseological units and 487 Ukrainian phraseological units obtained by consecutive selection. Our study relies substantially on the application of linguistic descriptive methodology and devices. The paper singles out the most frequent lexical groups: food, actions of cooking, feeding and eating, bakery, kitchen utensils, physical properties of food, drinks, cooking techniques, et cetera, with food prevailing (40,8% in English, 33% in Greek and 34,7% in Ukrainian). The most frequent food components are to eat (5,8%), τρώω (to eat) (17,6%) and їсму (8,9%), which proves that basic frequent food components in the researched languages mostly coincide.

Key words: food, food code, linguocultural code, linguocultural description, linguo-culture, linguo-culturology, nutrition, phraseologism.

Вступ

Сфера людського життя, пов'язана з їдою, є складною та різноманітною. Свою потребу у виживанні, основу на необхідності вживання їжі, людина втілює у харчові образи, при цьому кодуєчи їх. Створений таким чином харчовий код безпосередньо пов'язаний з мовою та культурою. Особливості національної культури проявляються на усіх рівнях мови, проте переважно на лексичному. І оскільки фразеологізми як самобутнє мовне явище слугують своєрідним джерелом знань про культуру народу, звернення в рамках даної статті до вивчення взаємозв'язку між їдою як лексичним полем та лінгвокультурою на основі фразеологічного фонду мови вважаємо актуальним та науково обґрунтованим.

Актуальність дослідження полягає у тому, що їда залишається головним ідентифікатором у культурі, оскільки не лише являє собою такий широкий та показовий пласт культури, як кулінарія, а і виступає базовим фактором для виживання людини, а отже, завжди буде грати важливу роль у людському житті. Крім того, фразеологічний фонд мови дає змогу ефективно досліджувати англійську, грецьку та українську культуру з точки зору лінгвокультурології, порівнювати між собою як безпосередньо мови, так і культури народів. Актуальність теми дослідження також визначається розширенням кола наукових інтересів українських учених до вивчення проблем взаємодії мови, культури та свідомості, а також еволюцією лінгвокультурології як самостійної наукової парадигми соціогуманітарного знання. Сьогодні як ніколи важливою виявляється потреба в аналізі базових складників лінгвокультурних спільнот, взаємопереплетених у сучасному динамічному лінгвокультурному просторі. Дослідження харчового коду у англійських, грецьких та українських фразеологізмах є проблемою новою і не опрацьованою ні в теоретико-методологічному, ні в прикладному аспектах, що увиразнює актуальність проблематики дослідження.

Об'єктом дослідження є харчовий код, що досліджується у фразеологізмах крізь призму лінгвокультурології. **Предметом** дослідження слугують англійські, грецькі та українські фразеологізми з харчовим компонентом.

Матеріалом дослідження слугували 835 фразеологічних одиниць з харчовим компонентом з Англо-українського фразеологічного словника К. Т. Баранцева, до складу якого входить близько 30 000 фразеологічних виразів, 340 фразеологізмів з харчовим компонентом з Короткого новогрецько-російського фразеологічного словника О.В. Патрунової, 487 фразеологічних одиниць з харчовим компонентом з Фразеологічного словника української мови, укладеного В.М. Білоноженко.

Метою роботи є опис та порівняння національно-культурної специфіки харчового коду у англійській, грецькій та українській фразеологіях крізь призму лінгвокультурології. Досягнення поставленої мети стало можливим унаслідок вирішення таких **завдань**: сформулювати робочі визначення понять «фразеологізм», «лінгвокультурологія», «лінгвокультурний код», «їжа», «їда»; описати фрагменти англійської, української та грецької фразеологічної картини світу на прикладі фразеологічних одиниць з харчовим компонен-

том; визначити найчастотніші харчові компоненти в англійській, грецькій та українській фразеологіях; класифікувати досліджений матеріал за лексичними групами на позначення харчових компонентів фразеологізмів; дати лінгвокультурологічний коментар до кожної з лексичних груп та порівняльну характеристику харчових компонентів у фразеологічних одиницях англійської, грецької та української мов.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше було систематизовано знання про їду та харчовий компонент у лінгвокультурній фразеології: виділено лексичні групи та семантичне значення харчових компонентів у складі фразеологізмів, виокремлено найчастотніші харчові компоненти у складі англійських, грецьких та українських фразеологізмів, виконано структуровану та поетапну порівняльну характеристику англійських, грецьких та українських фразеологізмів з харчовим компонентом.

Результати та обговорення

Лінгвокультурологія як наука бере свій початок у ХХ-ХХІ століттях, у той самий час, коли у гуманітарних науках з'явився новий орієнтир на детальне та комплексне дослідження взаємозв'язку мови, культури та людської свідомості. Основу нового лінгвокультурологічного напрямку склали наукові праці порівняльно-історичного мовознавства (Ф. Буслаєв, І. Гердер, Я. Грім та ін.), гіпотеза лінгвістичної відносності Е. Сепіра та Б. Уорфа, ідеї психологічного напрямку лінгвістики, які підтримували Г. Пауль, А. Потєбня та ін., антропологічні та культурологічні дослідження тощо. Але саме завдяки науковим працям фразеологічної школи В.Н. Телії, а також працям В.В. Воробйова, В.А. Маслової з'явився термін «лінгвокультурологія», що позначав новий напрямок у лінгвістиці, який у 90-ті роки ХХ століття став самостійним науковим напрямком

Сьогодні, у ХХІ столітті, лінгвокультурологія виступає як 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, у їх тісному взаємозв'язку з індивідуальною та колективною свідомістю. Об'єктом лінгвокультурології є мова як феномен культури в паритетному цілісному взаємозв'язку їх та зі свідомістю. Предметом даної науки є мовні та дискурсивні одиниці, що містять «культурно-значиму інформацію» (В. Маслова, О. Селіванова), в тому числі і фразеологічний фонд мови. Причому, за твердженням В.М.Телії, фразеологічний склад мови грає особливу роль при трансляції культурно-національної свідомості народу і його ідентифікації оскільки у образному змістові його одиниць відбито культурно-національний світогляд (Телія 1996:231).

Розглядаючи фразеологічні одиниці крізь призму лінгвокультурології, М.Л. Ковшова також називає фразеологізм особливим знаком мови та стверджує, що у його семантику входить і культурна семантика, або культурна конотація, що створюється відношенням фразеологізму до предметної сфери культури. Тобто фразеологізм виконує як мовну, так і культурну функції, не лише передаючи інформацію, а і транслюючи стереотипні уявлення певної культури (Ковшова 2012:69). Фразеологізми виникають у

національних мовах, ґрунтуючись на такому своєрідному уявленні світу, яке відображає історичний та духовний досвід мовного колективу. Цей досвід прямо пов'язаний з культурними традиціями народу, оскільки суб'єкт номінації та мовної діяльності завжди є суб'єктом національної культури (Телія 1996: 214).

Дослідження фразеології у аспекті лінгвокультурології сьогодні зорієнтовано на розкриття особливостей відображення елементів культури у фразеологізмах, виявлення способів кодування культурної інформації у семантиці фразеологізмів та власне розкодування цієї інформації через співвіднесення з кодами культури (Чибор 2016: 5). В зв'язку з цим в дослідженнях фразеології лінгвокультурологічного напрямку вчені все частіше звертаються до поняття «лінгвокультурний код», розглядаючи його як перш за все систему символів, об'єднаних тематичною спільністю, що мають єдину образну основу, виконують знакову функцію і є закріпленими за мовними десигнаторами, об'єднаними в лексико-фразеологічне поле (Кіреєва 2008: 3).

Зазвичай виокремлюються такі базові лінгвокультурні коди відповідно до кодів культури: антропний, соматичний, просторовий, часовий, природний, предметний, духовний, харчовий, кольоровий та зооморфний (див., наприклад: Гаврилович 2012: 23). Протягом минулого десятиліття дослідники О.М. Березович та С.М. Толстая запропонували до термінологічного обігу поняття «субстанційні та концептуальні» коди культури. Найбільш повну та систематизовану, на нашу думку, класифікацію подає Л.В. Савченко у своїй монографії, присвяченій етнокодам у фразеології: субстанціональні (антропний, соматичний, зооморфний, фітоморфний, предметний, природний), концептуальні (спатіальний, темпоральний, геометричний, колоративний, квантитативний, мороріальний, каузативний, аксіологічний, кваліфікативний) і вербальний (Савченко 2013: 92–93, 125). Субстанційні коди культури виокремлюються на основі спільності плану вираження – матеріальної природи знаків, які складають код, концептуальні – на основі смислової спільності елементів (концептів, ідей, мотивів), які можуть співвідноситися з різними матеріальними втіленнями смислу (рослинний, тваринний, харчовий тощо). Будь-який концептуальний код одночасно може втілюватися в кількох субстанційних кодах. Таким чином, на думку Н.А. Устинової, первинні елементи харчової традиції, отримавши вторинне значення, створюють **харчовий** (кулінарний, гастрономічний, глютонічний) код культури, що відноситься до концептуальних кодів, оскільки репрезентується через речовий та мовний рівні (Устінова 2010: 28).

Отже, аналіз семантики фразеологізмів у зазначеному напрямку дав змогу виявити особливості реалізації харчового коду культури в англійській, грецькій та українській загальнономовних образних системах і, таким чином, розглянути взаємодію одного з тематичних культурних кодів, заснованих на харчовій традиції (змістовна сторона культурного кодування), з мовним образом вербальним кодом (знакова форма культурного кодування).

Перед тим, як описати результати нашого дослідження, відмітимо ще один важливий теоретичний базис, який стосується визначення терміна

«фразеологізм». Не зважаючи на поширене використання у лінгвістичній літературі поняття «фразеологізм», питання визначення, систематизації та типології фразеологізмів залишаються переважно дискусійними. Так, аналізуючи розмаїття визначень фразеологізму, А.І. Федоров та М.В. Жуйкова розподіляють їх на дві основні точки зору. Першу з них висвітлюють у своїх працях О.О. Реформатський, О.І. Єфімов та інші лінгвісти, які відносять до фразеології будь-яке стійке сполучення слів, в тому числі прислів'я, приказки, афоризми, акцентуючи увагу на відтворюваності фразеологізму. Друга точка зору викладена головним чином у працях академіка В.В. Виноградова, який вважав головною ознакою фразеологізму саме фразеологічну семантику, тобто неможливість представити план змісту фразеологічної одиниці як комбінацію планів змісту її складників. Пізніше цю думку розвинули Б.О. Ларін, О.В. Федоров, Ж.В. Краснобаєва-Чорна та інші.

Проаналізувавши та типізувавши визначення поняття «фразеологізм» у лінгвістиці, пропонуємо узагальнює визначення українського науковця Віктора Дмитровича Ужченка, оскільки воно синтезує в собі основні ознаки фразеологізмів. Отже, фразеологізми – це «надслівні, семантично цілісні, відносно стійкі (з допущенням варіантності), відтворювані й переважно експресивні одиниці, які виконують характеризуючо-номінативну функцію» (Ужченко 2005:9).

При виконанні дослідження також вважаємо необхідним зробити короткий екскурс у загальні характеристики національних кухонь. Відомо, що Англія не відрізняється вишуканістю в області кулінарії – там високо цінується проста та ситна кухня. Недарма Сомерсет Моєм стверджував, що у Англії можна добре харчуватися, якщо снідати три рази на день. Дійсно, справжній англійський сніданок являє собою бенкет з бекону, яєць, ковбаси, смажених помідорів, грибів та квасолі. У свою чергу саме ростбіф, баранину або свинину з овочами та картоплею, а також тушковані боби і тости вважають «справжньою їжею» (Майол, Милстед 2001:39-40). Джеймс О'Дріскол також стверджує, що британці їдять доволі багато смаженої їжі, а окрім перелічених вище популярних продуктів, називає також молоко, масло, чай (O'Driscoll 2009: 58).

Українська кухня також має свої особливості. Власне українська кухня сформувалася доволі пізно – в основному до середини XVIII ст., що пояснюється тривалим і складним процесом становлення української нації. Українська кухня увібрала у себе традиції деяких народів, самобутньо видозмінивши їх. З тюркської кухні було запозичено обсмажування овочів у олії, а страва турецької кухні дюш-вара перетворилася на українські вареники. У XI-XII ст. з Азії почали завозити гречку. Своєрідність української кухні виражається, по-перше, у використанні таких продуктів як свинина, сало, буряк, пшеничне борошно, по-друге – у таких особливостях технології приготування їжі, як комбінована теплова обробка великої кількості компонентів страви на фоні одного визначального, яскравим прикладом чого є борщ. Українській кухні властиво використання яєць, національними стравами є вироби з простого бездріжджового тіста: вареники, галушки, гречаники. Важливу роль відведено овочам (морква, гарбуз, картопля, помідори), а та-

кож бобовим: бобам, сочевиці і особливо квасолі. Помідори та соняшникова олія мали особливий вплив на меню українців. З прянощів чи приправ переважно використовують цибулю, часник, кріп, перець, оцет. З фруктів та ягід національними можна вважати сливу, грушу, вишню, з яких роблять узвар (Альхабаш 2013:3-7).

Греція має давню кулінарну традицію, що сягає 4000 років. Національна кухня належить до середземноморської кухні, однієї з найбагатших та здорових кухонь світу, що базується на оливковій олії, свіжих овочах, хлібі та злакових, сирах та великому розмаїтті приправ. Грецький клімат створює ідеальні умови для розведення овець та кіз (Schinkel 2013: 38). Крім того, кухня Іонійських островів включає велику кількість риби та морепродуктів (Кулінарные шедевры мира. Греческая кухня 2013:8). Автори енциклопедії називають основними продуктами грецької кухні наступні: лимон, оливкова олія, оливки, маслини, орегано, помідори, виноград та виноградне листя, баклажани, цибуля, яйця, оцет, баранина, огірки. На формування грецької кухні великий вплив мали два фактори: дотримання традицій християнства та турецька експансія впродовж декількох століть. Завдяки християнській кулінарній традиції у Греції невід'ємною частиною свят є приготування пирогів, особливо з вмістом меду та горіхів. Турецька експансія вплинула на грецький світогляд загалом: незважаючи на деякі спільні риси національних кухонь, греки не визнають вплив Турції на їх національну кухню: навіть каву по-турецьки вони називають кавою по-грецьки (Там само: 8- 12).

Отже, у нашому дослідженні було перш за все розглянуто лінгвокультурологічні особливості харчових компонентів фразеологізмів. Передусім вважаємо необхідним пояснити, що включають у себе поняття «їда» та «їжа». Тлумачний словник української мови А.О. Івченка пропонує наступні визначення: «їда – процес споживання їжі ... їжа – продукти харчування (у готовому до споживання вигляді)» (Івченко 2002:168). Сфера людського життя, що пов'язана з їжею та харчуванням, дуже різноманітна та складна. Такою ж неоднорідною та складною є її відбиття у свідомості людини. Проте усе, що пов'язано з їдою, їжею та харчуванням, можна об'єднати у **лексичне поле «їда»** та розділити на велику кількість одиниць різних рівнів – лексичних груп, у числі яких можна назвати їжу та все, що безпосередньо пов'язане з нею. Спробуємо виділити основні з них та перерахувати ті харчові образи, що є найбільш представленими.

Спираючись на класифікацію М.Л. Ковшової (Ковшова 2012), ми виділили основні лексичні групи «харчових» слів, що беруть участь у формуванні фразеологізмів: види їжі, дії з готування, годування і поїдання їжі, випічка, посуд, фізичні якості та категоріальні ознаки їжі, напої, фізичні процеси приготування їжі та інше. З них найбільш представленою групою є види їжі, обсяг якої складає 40,8% від загальної суми в англійській, 34,7% від загальної суми в українській та 33% від загальної суми у грецькій мовах.

1. До найбільш представлених **видів їжі** у англійській фразеології відносимо такі компоненти, як *egg* (37), *fish* (28), *salt* (28), *meat* (23), *cheese* (22), *butter* (19), *apple* (17), *nut* (17), *corn* (12), *food* (8), *mustard* (8), *cream* (4). Розглянемо лінгвокультурологічні особливості одного з трьох

найчастотніших у першій групі компоненту **egg (яйце)**. Кількісні показники нашого дослідження доводять думку деяких антропологів, що яйця в англійській кулінарії є базовим компонентом. До ХХ ст. вони були найситнішою та найдоступнішою їжею серед простолюду (O'Driscoll 2009: 184). Сам образ при цьому характеризується як щось незначне (*To take eggs for money – підманутися, бути обманутим, знести образу*), навіть банальне, та яке втім все ще має цінність: *Better an egg in peace than an ox in war – Краще придбати щось мирним шляхом, ніж багато війною*. Компонент **egg** також може позначати якесь заняття, особливо у контексті втручання адресата висловлення у справи адресанта: *Go and teach your grandmother to suck eggs – повчи свого діда лисого; Have eggs on the spit – бути зайнятим, займатися ділом*. Таке позначення є наближеним до семантики компоненту **яйце** в українській мові: *носиться як курка з яйцем, як квочка на яйцях*.

Розглянемо лінгвокультурні особливості другого за частотою у першій групі компоненту **fish (риба)**. Відштовхуючись від того, що пиво є популярним напоєм у Британії ще з Середньовіччя, можна стверджувати, що риба та м'ясо, як закуски, що підходять до смаку пива, є популярними продуктами у раціоні британців (Нікішкова 2017:85-86), а отже, з ними пов'язана велика кількість фразеологізмів. Іншим фактором частотності є той факт, що океан та море, які омивають острів, пропонують величезний вибір риби. Отже, меню та повсякденність британців була тісно пов'язана з рибальством. Риба була доступна навіть біднякам (Английская кухня 1996: 8). Звичність, повсякденність такого продукту відображається в англійських фразеологізмах, де риба часто є метафоричним уособленням справи: *Another kettle of fish – зовсім інша справа*. Фразеологізм з біблійною етимологією *loaves and fishes – земні блага* відображає те, що риба та хліб мають однакову цінність. Це підводить нас до другої важливої характеристики риби як частини раціону англійців – вона набула особливого значення у часи Християнства. Протягом посту риба ставала на заміну м'ясу – одного з основних продуктів англійської кухні (Mason 2004: 10). Взаємозв'язок цих двох продуктів знайшов відображення у прислів'ї *don't make fish of one and flesh of another – стався до всіх справедливо*. Подібність цих двох компонентів відбито і в українському фразеологізмі *ні риба, ні м'ясо – безвольна, безхарактерна людина*.

Риба була індикатором належності людини до певної релігії, а отже, враховуючи релігійно-політичні міжусобиці в Британії, риба була ще й мірилом благонадійності. Так, за часів королеви Єлизавети постів додержували лише католики, причому їх вважали за людей політично неблагонадійних. Протестанти ж на доказ відданості своїй державі перестали їсти рибу у пісні дні. Ця традиція перейшла у фольклор, закарбувавшись у фразеологізмі *to eat no fish*, що означає «не додержувати постів, не бути католиком, бути благонадійним». У англійській фразеології часто звертається увага на специфічність розглянутого продукту, часто з негативною конотацією: *fishy story – казка про білого бичка*. Риба може уособлювати людину з негативними якостями: *Cold fish – нахаба; odd fish – дивак, чудакувата, чудна людина*. Особлива увага приділяється й рибному запаху: *Best fish smell when they are*

three days old – гості і риба через три дні псуються; Fish begin to stink at the head – риба починає з голови псуватися. Такий акцент тісно пов'язаний з побутом бідняків. Один з німецьких мандрівників писав: «оселедець їдять економно, лише натираючи відварені картопляні бульби оселедцем для запаху. Над обіднім столом зазвичай висить оселедець або мішечок з сіллю просто у якості символу» (Английская кухня 1996: 8).

Греція також є рибною країною. Через те, що Греція має узбережжя, яке займає одинадцяте місце у світі за довжиною, та може похвалитися близько 1400 островами, страви з риби у цій країні дуже розповсюджені (Schinkel 2013: 38). Ще у кулінарній книзі Мітайкоса, датованої V ст. до н.е., міститься велика кількість рецептів з риби. Тож розмаїття рибних страв та невід'ємність риби від меню грека знайшло своє відображення у фразеології: *Βρωμάν τα ψάρια στην αγορά (тхне на ринку риба) – на ринке полно рыбы.* Проте мандрівниця Ізабель Армстронг у мемуарах 1893 року згадує, що на столах греків не було багато риби (Кулинарные шедевры мира. Греческая кухня 2013: 218). Крім того, греки як ортодоксальний народ дотримувалися релігійних звичаїв, отже, через пости вживали рибу доволі рідко (Dalby A., Dalby R. 2017:224). Тому можемо стверджувати, що у давнину **риба (ψάρι)** була цінним продуктом, за своєю цінністю еквівалентним м'ясу у англомовній картині світу, що відобразилося на грецькій фразеології, де риба виступає символом успіху, якого, втім, може бути важко досягти: *Πιάνω μεγάλο ψάρι (випрягнути велику рибу) – имеет большой успех, добитесь большой удачи.*

В українській фразеології позитивна конотація фразеологізмів з компонентом **риба**, можливо, пов'язана з тим, що саме рибна юшка була дуже популярною серед козаків. Її варили в мідних казанах і розливали по «ваганкам», невеликим дерев'яним коритам (Альхабаш 2013:13): *Як риба з водою; і риби наловити, і ніг не змочити.*

Що стосується компоненту **salt (сінь)**, то вже за фразеологізмом *above the salt – (сидіти)* на чільному, почесному місці за столом (буквально «над сіллю»), можемо зробити висновок, що у харчуванні англійського народу сіль грала велику роль, що відобразилося як на житті загалом, так і у фразеології. Сіль в англійських фразеологізмах є символом розуму, кмітливості, здорового глузду: *To be worth one's salt – бути здібним, корисним, виправдати себе; добре працювати.*

В українській культурі цінність солі відображена у поєднанні з культурним кодом хлібу. Про значення хліба та солі у традиціях українців мова піде у пункті, що стосується лексичної групи «випічка». Оскільки сіль широко використовувалася у народній медицині та у якості оберегу, у фразеологічній свідомості українців відображено магичні властивості солі: *сінь тобі в оці; сіль тобі на язик; як сіль в оці; як сіль у воді (зникнути).* Крім того, в українській фразеології відбито негативну конотацію солі як чогось пригнічуючого. Це може бути пов'язано як із солоністю сліз (*сінь в очах*), пекучості солі при контакті зі ураженою шкірою (*насіпати на хвіст солі, сіпати сіль на рану*), більш яскравим (позитивна конотація фразеологізму) або пересоленим (негативна конотація) смаком, що виникає при додаванні солі до їжі (*додати*

солі, але відважити солі, пуд солі з'їсти). Останній варіант мотивованості паремій яскраво підкреслює приказка «Недосол на столі, пересол на голові» – пересолена страва вважалася більш невдалою, ніж недосолена.

У грецькій фразеології компонент **αλάτι (сіть)** може виступати певного роду мірилом у чомусь: дружбі (*φάγαμε μαζί ψωμί κι αλάτι (ми з ним разом хліб з сіллю їли)*), людських якостях (*δεν φοβάται ο παστουρμάς τ' αλάτι (він не боїться бастурми з сіллю)* – *он пройшов огонь, воду и медные трубы*). Таке семантичне значення, на нашу думку, пояснюється тим, що продукти, консервовані в солі, можуть довше зберігатися, сіль сповільнює розвиток бактерій у їжі та подовшує її термін придатності. У фразеології така здатність солі переосмислилася, і ситуація, яку описує фразеологізм з даним компонентом, набула значення чогось, що вже пройшло перевірку. Відомо також, що з вищезгаданої причини греки консервували у солі рибу для продажу (Кулинарные шедевры мира. Греческая кухня 2013 :18).

Представленими складниками у фразеологізмах з харчовим компонентом є **meat (м'ясо) та mustard (гірчиця)**. До «м'ясних» компонентів зараховуємо *meat, beef, mutton, bacon*. У проаналізованих нами англійських фразеологізмах у більшості випадків ці образи символізують щастя, успіх, щось необхідне або доцільне. Пов'язуємо це з тим, що вже в кінці XIII ст. м'ясо почало асоціюватися з фізичною силою, згодом ставши невід'ємною складовою раціону аристократів (Mason 2004:10). Тож м'ясо у англійській культурі не є їжею простого народу – бідні селяни не споживали його : *Carry meat in one's mouth – бути джерелом прибутку; Cry roast meat – розказати всім про своє щастя; Bring home the bacon – досягти великих успіхів*. В українській фразеології та культурі більш популярним продуктом тваринного походження є сало. Фразеологічні одиниці з компонентом **сало** мають позитивну конотацію, вказуючи на щось приємне та бажане (*як кіт на сало; як салом мастити; як салом по губах*).

Що стосується гірчиці, то компонент **mustard** у англійських фразеологізмах застосовується по відношенню до чогось доречного або до кмітливої людини, яка знає свою справу: *Be all to the mustard – бути важливою персоною, «цяцею»*. Абсолютно протилежне відображення знаходить гірчиця у свідомості українського народу. Українці перш за все звертають увагу на гіркоту цього продукту, що, як наслідок, відбивається у фразеологічних одиницях з негативною конотацією: *Пахне гірчицею; Гірш гіркої гірчиці*.

Образ, виражений англійською лексемою **cheese (сир)** часто зустрічається у фразеологізмах, що позначають бідність (*bread-and-cheese marriage – одруження з бідняком*). Це пов'язано з тим, що сир раніше виготовляли майже у кожній оселі по всій Англії. Сир був типовою їжею фермерів, шахтарів, солдат та будівельників упродовж декількох століть (Smith 2006:60). В українській культурі, навпаки, фразеологізми з компонентом **сир** (*як сир у маслі жити*) містять у семантиці символічний смисл достатку. Низка прислів'їв, у яких фігурують компоненти *cheese* та *chalk*, вказують на наявність або відсутність вміння оцінювати те, що відбувається: *Be able to tell cheese from chalk – децю тямити; Chalk for cheese – дуже низька ціна за гарну річ*.

Наступним образним компонентом є слово **butter (масло)**. Як в англійських, так і в українських фразеологізмах цей образ має позитивну конотацію та асоціюється з добробутом, розкішшю: *Butter one's bread on both sides – дозволяти собі надмірні розкоші;*

Have one's bread buttered for life – жити в достатку. Купатися як свир у маслі; Як маслом по душі.

Ідентичну семантику в українській мові має компонент **мед**. Він також символізує щось бажане, приємне (*медові дні; липнути як бджоли до меду*), і, так само, як і компонент *butter* у англійській мові, у негативному значенні слово «мед» вказує на надмірність, надмірні розкоші: *Як мед, то й ложкою; Передавати куті меду*. Як і в українській фразеології, харчовий компонент **μέλι (мед)** означає щось приємне, бажане, або, подібно до семантики компоненту *sweet*, люб'язність чи улесливість залежно від семантики. Цей компонент у фразеології грецької мови часто зустрічається з компонентами **γάλα (молоко)** та **καρύδι (горіх)**: *Περνώ καρύδι και μέλι (проводити час за горіхами та медом – жить как у Христа за пазухой)*. Поєднання меду та горіхів є типовим для грецьких святкових десертів, таких, наприклад, як різдвяне печиво меломакарона (Кулинарные шедевры мира. Греческая кухня 2013:12). Сам мед ще з часів Давньої Греції вважався священним продуктом та використовувався не лише як їжа та жертва богам, а й медичний та косметичний засіб (Schinkel 2013:39).

Розглянемо лінгвокультурологічні особливості символічного компоненту **apple (яблуко)**. Серед видів їжі він не дарма є одним з найпредставленіших: відомо, що існує більше трьох тисяч сортів англійських яблук, а у 1990 році у Великобританії засновано День яблука, що свідчить про те, що Англія – яблучний край (Quick 2013:219). Оскільки нами було проаналізовано дві третини фразеологізмів з харчовим компонентом, представлених у словнику К.Т. Баранцева, підтвердження цій тезі у проаналізованому проміжку не знаходимо, що уможлиблює подальші дослідження стосовно даного аспекту. У шести випадках цей образ бере свій початок з Біблії та міфології і у п'яти випадках, усі з яких відносяться до фразеологізмів з міфологічною та біблійною етимологією, має негативну конотацію: *Apple of discord – яблуко розбрату; Apple of Sodom – оманливий успіх*. Для української та грецької культур яблуко не є характерним культурним кодом, оскільки кількість фразеологізмів з цим компонентом зовсім невелика.

2. Наступною за обсягом групою є група харчових компонентів на позначення **дій з годування, готування та поїдання їжі**. В англійській фразеології велика кількість фразеологізмів, харчовий компонент яких позначає дії з поїдання їжі, позначають дії, що стосуються процесу мислення: *To be eaten up with – аж палати (із заздощів, цікавості тощо); To bite into something – зарубати щось собі на носі; Swallow an insult – проковтнути, стерпіти образ*. В українських фразеологізмах дія поїдання пов'язана з переживанням певного досвіду, частіше негативного, що підтверджує думку дослідників щодо метафоричного зв'язка на сомато-вегетативному рівні при поїданні їжі та переживаннями, коли людина використовує для опису свого життєвого досвіду метафору поїдання (*За сім верст киселю їсти; їсти біду; наїстися*

дрижаків; їсти мордачі; серце їсти; сором їсть очі). У грецькій фразеології переживання негативного досвіду теж превалює у семантичному полі компоненту *τρῶω (їсти)*. Велика частина грецьких фразеологізмів з цим компонентом має значення «бути побитим, покараним»: *Τρῶω τις φάπτες (скуштувати ляпасів) – быть за дело избитым*.

Суттєва різниця між англійським та українським світоглядом простежується у харчових компонентах *to feed* та *годувати*. Якщо в англійській лінгвокультурі дієслово *to feed* показує наповнення людини певними емоціями (*to feed one's vanity – мішити чиеь самолюбство*), то в українській фразеології майже всі фразеологізми з компонентом *годувати* мають значення «бити кого небудь»: *Годувати буханцями; Годувати лящами; Нагодувати цибулькою*.

У англійській мові також широко представлені фразеологізми з компонентом *drink*: *To drink hob a nob – цокатися; To drink one's fill – напиться донесхочу; To drink till all is blue – допитися до білої гарячки, до «зеленого змія»*. Так само, як у англійській, в українській мові існує велика кількість фразеологізмів, пов'язаних зі вживанням алкоголю, що вказує на схильність до вживання алкоголю обома народами: *з кругу спитися; пити без просипу; пити запоєм; пити мирову*. Проте, не зважаючи на розповсюдженість культури пиття серед обох народів, необхідно зазначити різне ставлення до кількості випитого. Наприклад, англійський фразеологізм *to drink as a lord* посилає на звичай випити як можна більше алкогольного напою, що побутував серед аристократів наприкінці XVIII – на початку XIX ст., а отже, звичка багато пити могла асоціюватися із вищим класом суспільства. У той самий час в українській пареміології існує приказка *Чоловік – не свиня: більше відра не вип'є*, яка вказує на те, що схильність до надмірного пиття засуджувалася народом. Це судження підтверджує і широкий спектр фразеологізмів, що описують наслідки алкогольного сп'яніння (*допитися до білої гарячки; допитися до зеленого (блакитного) змія; допитися до собачого паліччя*). Але англійська мова більш багата на фразеологізми, пов'язані з культурою вживання алкогольних напоїв загалом.

3. Не лише серед *випічки*, наступної за обсягом групи, але й серед усіх образів, найчастотнішим є харчовий компонент *bread*. Як зазначається, хліб – це «вид їжі, що важко добувається; ця ознака була переосмислена у категоріях цінності, що зробила хліб найбільш шанованим видом їжі» (Ковшова 2012: 271). Підтвердження цьому знаходимо у таких фразеологізмах як *as I live by bread – слово честі, клянусь життям; daily bread – насущний хліб* у англійській мові. Так само і в українських фразеологізмах відбито цінність цього продукту, пов'язана з тяжким трудом його добування. Праця та хліб тісно пов'язані в українській фразеології: *великий хліб, відбивати хліб, легкий хліб, тяжкий хліб, недосипати ночей та недоїдати хліба*. У свідомості українців на хліб заслуговують ті, хто важко для цього працює, ледарювання засуджується, а жебрацтва соромляться: *хліб переводити, жити на чужих хлібах, даром хліб їсти*. Важливим для українців є поєднання двох продуктів: хліба і солі. Зустрічати хлібом-сіллю дорогих гостей – звичай, що символізує добрі наміри, має глибоке коріння та дійшов

до нашого часу. З цією традицією пов'язана низка фразеологізмів та приказок: *хліб та сіль, водити хліб-сіль, хліб-сіль забувати*. Функція формули «хліб-сіль» постає не лише у якості запрошення, обряду включення, метою якого є забезпечити «свій» світ від «чужинця», зробивши його «своїм», але і у якості побажання благ (Капелюшник 2011:29). В образі хліба (*ψωμί, ἄρτος*) в грецькій лінгвокультурі втілювалися уявлення про життєво необхідні речі, їжу та рівень достатку загалом, часто він є еталоном найнеобхіднішого: *Αυτί η δουλειά έχει ψωμί (ця робота має хліб) – это хлебная должность; Κάλλιο ψωμί και στή ἀχέρα παρά ψάρι και στη θάλασσα (краще хліб, та на сіні, ніж риба, та у морі) – лучше мало, да тихо, чем много, да лихо*. Ідентичну семантику має цей компонент і в українській та англійській лінгвокультурі: *bread and butter –насущний хліб; bread and circuses – хліба і видовищ; butter one's bread on both sides – дозволяти собі надмірні розкоші*.

Проте серед випічки не лише хліб шанується англійцями. Більшість англійців не вважатиме прийом їжі завершеним без пудингу (Майол, 2001: 40), що підтверджує частотність представлення цього компоненту у нашому дослідженні. Компонент *pudding (пудинг)* позначає нагороду, ціннішу за слова подяки, або результат праці (втім не завжди задовольняючий): *Praise is not pudding – соловей піснями не ситий; Scornful dogs eat dirty puddings – прийде коза до воза*. Цей компонент, крім вищесказаного, є основоположним для компонентів *butter* та *egg* як власне інгредієнтів пудингу. «Сільські мешканці втрачали старі навички, переїжджаючи до міст; через бідність їм доводилося віддавати перевагу радше маргарину, аніж маслу, та кукурудзяному крохмалю замість яєць» (Smith 2006:205]. З цього уривку можемо зробити висновок про цінність масла та яєць як продуктів на столах англійців, що пояснює і позитивну конотацію двох компонентів. Втім, мається на увазі як пудинг у його класичному розумінні, так і пироги з різноманітними начинками. Фразеологізми з харчовим компонентом *cake* дають підстави зробити припущення про те, що англійці приділяли увагу смаковим якостям пирога (пиріг з ніжною начинкою є «янгольським», але пиріг, що складається переважно з тіста, оцінюється як невдалий):

Angel cake – торт з кремом з кокосових горіхів; Bad custom is like a good cake, better broken than kept – бійся поганої звички, як ворога; Cake is dough – надії не здійснилися.

Показовими є також фразеологізми з компонентом *pie (пиріг)*. У англійській та українській культурах простежується зв'язок цього образу з якоюсь справою: *Cut a pie – втручатися у щось; Finger in the pie – причетність до якоїсь справи*. Метафоричність цих образів зумовлена уявленнями про готування пирога як достатньо тривалий, але звичний, повсякденний процес, що характерно для будь-якої справи загалом.

4. З проаналізованих нами харчових компонентів на позначення **посуду** у англійській мові представленим є компонент *cup (чашка)*. В основному у фразеологізмах він позначає певний стан людини, а у біблеїзмах, що є еквівалентними для англійської та української фразеології, є символом долі: *Be a cup too low – бути не в своїй тарілці; Bitter cup – гірка чаша, чаша страждань [етим. бібл.]; Cup was full – чаша переповнилася, щастя було безмежним [етим. бібл.]*.

5. До компонентів, що позначають **фізичні якості та категоріальні ознаки їжі**, відносяться компоненти **hot, cold, sweet, bitter, sour**. О.О. Селіванова стверджує, що серед українських фразем сфера смакових відчуттів є найбільш представленою, причому оцінна опозиція позитивного пов'язана з солодким, а негативного – з гірким, кислим, солоним (Селіванова 2012:189): *Солодити душу; Гірка година; Аж молоко кисне; Кисла міна*. Фразеологізми з компонентами приємного смаку можуть також позначати нещирість, улесливість (Там само:189): *Обливати солодким медом; Цукор медович*. Відмітимо, що у багатьох випадках розуміння харчового коду такого типу в українській мові співпадає з їх розумінням в англійській мові. Наприклад, під час дослідження компоненту **bitter** нами не було виявлено позитивної конотації цієї лексеми взагалі: *Bitter as wormwood – гіркий як полин; Bitter pill – гірка пілюля, образа, приниження, з яким треба змиритися; Bitter tears – гіркі сльози; Bitter truth – гірка правда*. У англійській та грецькій фразеології «солодкість» також вказує на улесливість або нещирість у негативному контексті (*weet as honey and bitter as gall – на язичі мед, а на серці отрута; sweet nothings – компліменти, лестощі; κάνω та ὑλικά μάτια (робити солодкі очі) – строить глазки; το ὑλικό στόμα (солодкий рот) – сладкоречивый человек*).

6. Наступною за обсягом групою є **напої**. Серед напоїв як харчових компонентів у складі фразеологічних зворотів фігурують переважно спиртні напої. Серед англійських образів спиртних напоїв найчастіше зустрічаються **ale, wine, cider**, серед українських, звичайно, **горілка**. Причому тут бачимо суттєву різницю в сприйнятті народами образів: якщо у англійців спиртні напої асоціюються з веселощами, то в українців горілка у фразеологізмах фігурує в яскраво негативній конотації: *Adam's ale – жарм. вода; All ale and skittles – безперервні розваги, безтурботне, дозвільне життя; Cakes and ale – веселе життя; В горілці киснути; Заливати лихо горілкою; Затоплювати розум у горілці*.

Греція здавна вважається країною виноробства. Грецька міфологія навіть відома тим, що має бога виноробства та плодючості, Діоніса, а з вином у греків пов'язано безліч традицій. Греки додавали до вина мед, прянощі, оливкову олію. **Вино (красі)** зберігали у шкіряних бурдюках, де воно після випаровування води згущувалося до консистенції меду. При вживанні таке вино доводилося розбавляти водою. Такий метод виноробства відобразився у фразеології: вода тут метафорично показує або «розбавлення», заспокоєння накалу емоцій, або «втручання» у чужі справи: *Βάζω νερό στο κρασί (доливати воду у вино) – охладить свой пыл; Σε ξενό κρασί, νερό μη βάζεις (у чуже вино воду не доливай) – не суй свой нос куда не следует*.

У грецькій фразеології, як і в англійській та українській, **вода (water, νερό)** є образом базового компоненту; у англійській та українській фразеології навіть надто доступного, щоб увібрати в себе ознаки «привілейованості» символу: *Bread and water – хліб і вода (малопоживна їжа); Πίνω πηγαδίσιο νερό (пити криничну воду) – довольствоваться малым*. Однак грецька мова пропонує ще й таку семантику компоненту **νερό**, яка позначає щось,

чого небагато та що необхідно цінувати. Можливо, це пов'язано зі спекотним кліматом країни, який і сприяв надаванню більшої цінності воді як засобу життя та відповідно як символу: *Διψά η αυλή σου για νερό και συ το ρίχνεις έξω (твій двір від спраги потерпає, а ти воду на вулицю виливаєш)* – чого немножко, того не мечи в окошко. Крім того, грецький фразеологізм на позначення жіночої вроди *σαν το κρύο νερό (як холодна вода)* перегукується з українським фразеологізмом *кров з молоком* та англійським *milk and roses*. Не лише в українській мові, а і у решті досліджуваних мов компонент **молоко (milk, γάλα)** взагалі часто посилається на юність та засвоєння нового: *Milk for babes – щось легке для розуміння; Suck in with one's mother's milk, – всмоктати з молоком матері; Το στόμα του μυρίζει ακόμα γάλα (у нього рот ще пахне молоком) – у него ещё молоко на губах не обсохло*. В грецькій фразеології компонент **γάλα**, особливо в поєднанні з компонентом **μέλι (мед)** символізує ще й успіх: *Όλα πάνε μέλι-γάλα (усе йде як мед з молоком) – всё идёт как по маслу*.

7. Серед фізичних процесів під час приготування їжі найбільш представленими у англійській фразеології є компонент **boil** та компоненти, що позначають процес термічної обробки продуктів **roast, bake**. У ряді випадків вони позначають ставлення до погодних умов: *To be roasted alive – знемагати від спеки, «жаритися»; Baking weather – спека, дуже жарка погода*. Частотність лексеми **boil** підтверджує кулінарну традицію англійців варити овочі тривалий час, доки вони не втратять смак, колір та текстуру. Власне, вода з варених овочей цінується більше, ніж самі овочі (Quick 2013:225). В силу зовнішніх характеристик, таких як змішаність інгредієнтів, в'язкість, відсутність форми, образ вареної їжі часто пов'язаний з негативною конотацією, оскільки «їжа позбавляється смаку, так само як і щось, чого стосується фразеологізм, втрачає свої чіткі, яскраві характеристики» (Капелюшник 2011:47): *Boiled eye – невиразний, застиглий погляд; Feel like a boiled rag, to – почуватися слабким, кволим; Варитися у власному соку*.

В українській фразеології компонент **варити** часто пов'язаний із доріканнями, певною провокацією стосовно людини, яка починає відчувати яскраві неприємні емоції, подібно до того, як скипає бульйон при варінні овочів, або ж потраплянні людини у скрутну ситуацію, так само як овочі попадають у киплячу воду при варінні: *Без вогню варити когось; Виварювати воду з когось; Заварити кашу; Поваритися в котлі*. У грецькій фразеології компонент **βράζω (варити, кипіти)** за семантикою позначає динамічний перебіг подій, переживання певної ситуації: *Βράζω στο ζουμί μου (варитися у своєму бульйоні) – переживати про себя; Σ' ένα καζάνι βράζουμε (в одному казані варимось) – варимся в одном котле*. Компонент **βράζω** зустрічається й у фразеологізмах з різко негативною конотацією (*να σε βράσω! (щоб ти зварився) – да сгори ты совсем!*).

Таким чином, проаналізувавши кожну з виділених нами лексичних груп на позначення харчових компонентів та надавши лінгвокультурологічні коментарі до них, можемо підбити підсумок у вигляді таблиць, що включають в себе дані про лексичні групи харчових компонентів та найчастотніші харчові компоненти у фразеологізмах досліджуваних мов.

Таблиця 1

Лексичні групи на позначення харчових компонентів у англійських фразеологізмах

Лексична група	%
Види їжі	40,8
Дії з готування, годування і поїдання	16,9
Випічка	9,1
Посуд	8,7
Напої	8,7
Якості та категоріальні ознаки	7,7
Інше	5,8
Фізичні процеси приготування їжі	2,3
Всього	100

Таблиця 2

Лексичні групи на позначення харчових компонентів в українських фразеологізмах

Лексична група	%
Види їжі	34,7
Дії з готування, годування і поїдання	24
Напої	13
Посуд	9,1
Випічка	8
Якості та категоріальні ознаки	5,8
Фізичні процеси приготування їжі	2,8
Інше	2,6
Всього	100

Таблиця 3

Лексичні групи на позначення харчових компонентів у грецьких фразеологізмах

Лексична група	%
Види їжі	33
Дії з готування, годування і поїдання	30,8
Випічка	11
Посуд	8,2
Напої	7,3
Інше	4,7
Якості та категоріальні ознаки	3,2
Фізичні процеси приготування їжі	1,8
Всього	100

Висновки

Опрацювавши вибірку маємо наступні висновки. Найбільш частотним харчовим компонентом серед досліджуваних нами **англійських** фразеологізмів є дієслово **to eat**, що становить 5,8 відсотків. Наступними за частотою є лексеми *bread* (4%), *egg* (3,6%), *sweet* (3,1%), *fish* (2,7%), *salt* (2,7%), *meat* (2,2%), *cheese* (2,1%), *pot* (2,1%), *to drink* (2%), *water* (1,9%), *butter* (1,8%), *cup* (1,7%), *milk* (1,7%), *pie* (1,7%), *apple* (1,6%), *hot* (1,6%), *nut* (1,6%). Серед **українських** фразеологізмів найчастотнішим харчовим компонентом є також дієслово **їсти**, що становить 8,9 відсотки. Наступними за частотою є *хліб* (6,27%), *вода* (6,1%), *мед* (4,1%), *сіль* (2,8%), *молоко* (2,47%), *годувати* (2,3%), *риба* (2,3%), *питу* (2,15%), *мак* (1,98%), *каша* (1,8%), *кипіти* (1,8%), *перець* (1,8%), *горіх* (1,65%), *сало* (1,65%). Серед **грецьких** фразеологізмів найчастотнішим харчовим компонентом є дієслово **τρῶω** (*їсти*), що становить 17,6 відсотків. Наступними за частотою є *ψωμί, ἄρτος* (*хліб*) (5,6%), *νερό* (*вода*) (3,4%), *ψάρι* (*риба*) (3,2%), *μέλι* (*мед*) (2,8%), *πίνω* (*питу*) (2,5%), *αυγό* (*яйце*) (2,1%), *γάλα* (*молоко*) (2,1%), *γλυκός* (*солодкий*) (1,9%), *καρύδι* (*горіх*) (1,9%), *αλάτι, ἄλας* (*сіль*) (1,9%), *λάδι* (*олія*) (1,7%), *βράζω* (*варити*) (1,7%), *μεθύσι* (*сп'яніння*) (1,5%), *πίτα* (*пиріг*) (1,5%). Їх частотність так чи інакше є мотивованою та пояснюється у лінгвокультурологічних коментарях.

Загалом при аналізі перших 18 харчових компонентів з найчастотніших у англійській мові та перших 15 в українській та грецькій мовах виявлено 8 харчових компонентів, що мають приблизно однаковий рівень частотності у досліджуваних мовах. Це такі компоненти, як **to eat** (*їсти, τρῶω*), **bread** (*хліб, ψωμί / ἄρτος*), **fish** (*риба, ψάρι*), **salt** (*сіль, αλάτι / ἄλας*), **to drink** (*питу, πίνω*), **water** (*вода, νερό*), **milk** (*молоко, γάλα*), **nut** (*горіх, καρύδι*). Деякі найчастотніші компоненти співпадають лише у двох мовах; це такі як *egg* (*αυγό*), *sweet* (*γλυκός*), *pie* (*πίτα*) та *мед* (*μέλι*), *кипіти* (*βράζω*). Частотність інших харчових компонентів суттєво відрізняється, особливо це стосується таких компонентів, як *meat, cheese, pot, butter, cup, apple, hot, годувати, мак, каша, перець, сало, λάδι* (*олія*), *μεθύσι* (*сп'яніння*). У даних випадках ми можемо розглядати ці харчові компоненти, особливо ті, що належать до видів їжі як компоненти культурно-специфічних фразеологізмів, характерних для мови певної національності.

У фразеологізмах досліджуваних мов найчастотнішим є компонент *to eat, їсти, τρῶω*. Проте семантика та конотативність цього харчового компоненту у народів відрізняється. Якщо у англійській фразеології відношення позитивної конотації до негативної приблизно співпадає, то в українській та грецькій превалює негативна конотація. Дещо відрізняється семантика харчових компонентів у мовах, проте у трьох випадках значення «переживати, здобувати досвід» займає значну частину семантичного ряду. У досліджуваних лінгвокультурах *хліб*, другий за частотністю компонент, є символом добробуту, їжі загалом, проте в українській фразеології лексема *хліб* тісно пов'язана з працею. Досліджувані лінгвокультури представлені широким різноманіттям епітетів та порівнянь, пов'язаних зі ступенем сп'яніння та процесом вживання алкоголю, з чого можна судити про те, що

це було характерно для повсякденного життя народів. Попри те, що компонент *apple* у досліджених нами англійських фразеологізмах переважно відбиває негативне значення, хоча Англія є яблучною країною, вважаємо, що це пов'язано з великою кількістю біблеїзмів з цією лексемою, що не дає у повній мірі оцінити особливості суто англійських фразеологізмів з цим компонентом.

Підтвердженням тези про схильність англійської кухні до ситних страв є частотність компонентів *butter, meat* (в усіх проявах), *cream, salt, mustard*, які переважно використовуються у фразеологізмах з позитивним значенням. Так само теза про схильність англійської кухні до переварення овочів підкреслюється частотністю компоненту *boil*, у якого, втім, переважає негативна оцінка. Пояснюємо це смаковими враженнями, отриманими від споживання даних продуктів. Слід також зазначити, що харчові компоненти у складі фразеологізмів описують власне харчову тему, характеризують людину зовні, внутрішньо, описують її діяльність та поведінку, описують ситуацію або позначають неістоту. При цьому найчастіше лексеми, пов'язані з їдою характеризують саме діяльність людини.

В цілому найчастотніші образи на позначення видів їжі у фразеологізмах співпадають з переліченими у працях з країнознавства, що дає нам підстави вважати, що фразеологізми з харчовими компонентами дійсно відбивають особливості національної кухні та культури. Вищерозглянутий та проаналізований матеріал також показав, що базові компоненти у англійській, українській та грецькій мовах співпадають, отже, лінгвокультурний світогляд народів, незважаючи на природну та зрозумілу наявність певних розбіжностей, має спільні риси та цінності.

Список літератури

- Гаврилович О. Г. Зооморфный код культуры во фразеологии белорусского, русского и английского языков: сравнительно-сопоставительный анализ // Филологичні трактати. Т. 4. № 1. 2012. С. 23-28.
- Киреева И.И. Структурно-семантические и прагматические характеристики английского лингвокультурного кода «флора»: Автореф. дисс.... канд. филол. наук: 10.02.04. германские языки. Самара, 2008. 22 с.
- Ковшова М.Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 456 с.
- Краснобаєва-Чорна Ж.В. Лінгвофраземна аксіологія: парадигмально-категорійний вимір: монографія. 2-е вид., випр. і доп. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 416 с.
- Майол Э. и Милстед Д. Эти странные англичане. Пер. с англ. И. Тогоевой. М.: Эгмонт Россия Лтд., 2001. 72 с.
- Матузкова Е.П. Идентичность и лингвокультура: методология изучения: монографія. Одесса: Издательство КП ОГТ, 2014. 333 с.
- Савченко Л. В. Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови: етимологічний та етнолінгвістичний аспекти : монографія. Сімферополь: Доля, 2013.
- Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
- Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови: Посібник для студентів філологічних факультетів вищих навчальних закладів. Луганськ: Альма-матер, 2005. 400 с.
- Устинова Н.А. Пищевой код как символизация пищевой традиции (на материале говоров Среднего Приобья) // Вестник Томского государственного университета. № 333. 2010. С. 28–31.

Чибор І.С. Репрезентація міфологічного етнокоду культури в українській фразеології: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01. українська мова. Чернівці, 2016. 20 с.

Dalby A., Dalby R. *Gifts of the Gods: A history of food in Greece*. London, Reaktion Books Ltd, 2017. 296 p.

Mason L. *Food culture in Great Britain*. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 2004. 264 p.

O'Driscoll J. *Britain for learners of English*. Oxford: Oxford University Press, 2009. 224p.

Quick A. *102 English things to do*. Puddington: Old Street Publishing, 2013. 256 p.

Schinkel L. *Exploring international cuisine: Reference book*. Canada: Saskatchewan 4-H Council, 2013. 66 p.

Smith G. *The English companion: An idiosyncratic A-Z of England and Englishness*. UK: Old House Books, 2006. 283 p.

Szerszunowicz J. *The Linguo-cultural Analyses of European Phraseological Units in a Contrastive Perspective*. // *Phraseology, Corpus Linguistics and Lexicography*. Japan: Kwansei Gakuin University Press, 2009. P. 115-132.

Словники

Англо-український фразеологічний словник. / Уклад. К.Т. Баранцев. 2-ге вид., випр. К.: Т-во "Знання", КОО, 2005. 1056 с.

Івченко А.О. Тлумачний словник української мови. 4-те вид. Харків: Фоліо, 2002. 540 с.

Иллюстрированная энциклопедия «Кулинарные шедевры мира. Греческая кухня». Том 15. Москва: ЗАО «Издательский дом «Медиа Инфо Групп», 2013. 95 с.

Культурология. Энциклопедия. В 2-х т. Том 1 / Главный редактор и автор проекта С.Я. Левит. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2007. 1392 с.

Фразеологічний словник української мови / Уклад.: В.М. Білоноженко та ін. К.: Наук. думка, 1993. 984 с.

Πατρουνόβα Ο.Β. Σύνομο ελληνωρωσσικό λεξικό ιδιωματικών εκφράσεων. Αθήνα: Επτάλοφος, 1998. 366 σ.

References

Havrylovych, O. H. (2012). Zoomorfnyi kod kultury vo frazeolohyy beloruskoho, russkoho y anhlyiskoho yazykov: sravnytelno-sopostavytelnyi analiz. In *Filolohichni traktaty*. T. 4. № 1, 23-28.

Kyreeva, Y.Y. (2008). *Strukturno-semanticheskiye y prahmatycheskiye kharakterystyky anhlyiskoho lnhvokulturnoho koda «flora»*: Avtoref. dyss.... kand. fylol. nauk: 10.02.04. hermanskiye yazyky. Samara.

Kovshova, M.L. (2012). *Lnhvokulturolohycheskyi metod vo frazeolohyy: Kody kultury*. M.: Knyzhnyi dom «LYBROKOM».

Krasnobaieva-Chorna, Zh.V. (2016). *Linhvofrazemna aksiolohiia: paradyhmalno-katehoriinyi vymir: monohrafiia*. 2-e vyd., vypr. i dop. Vinnytsia: TOV «Nilan-LTD».

Maiol, E.. y Mylsted, D. (2001). *Ety strannye anhlychane*. Per. s anhly. Y. Tohoevoi. M.: Эһmont Rossyia Ltd..

Matuzkova, E.P. (2014). *Ydentychnost y lnhvokultura: metodolohyia yzuchenyia: monohrafiia*. Odessa: Yzdatelstvo KP OHT.

Savchenko, L. V. (2013). *Fenomen etnokodiv dukhovnoi kultury u frazeolohii ukrainskoi movy: etymolohichni ta etnolnhvistychnyi aspekty: monohrafiia*. Simferopol: Dolia.

Telyia, V.N. (1996). *Ruskaia frazeolohyia. Semanticheskyi, prahmatycheskyi y lnhvokulturolohycheskyi aspekty*. M.: Shkola «lazyky russkoi kultury».

Uzhchenko, V. D., Uzhchenko, D. V. (2005). *Frazeolohiia suchasnoi ukrainskoi movy: Posibnyk dlia studentiv filolohichnykh fakultetiv vshchyykh navchalnykh zakladiv*. Luhansk: Alma-mater.

Ustynova, N.A. (2010). Pyshevoi kod kak symvolyzatsyia pyshevoi tradytsyy (na materyale hovorov Sredneho Pryobia). In *Vestnyk Tomskoho hosudarstvennoho unyversyteta*. № 333, 28–31.

Chybor, I.S. (2016). *Reprezentatsiia mifolohichnoho etnokodu kultury v ukrainskii frazeolohii*: Avtoref. dys.... kand. filol. nauk: 10.02.01. ukrainska moва. Chernivtsi.

Dalby, A., Dalby, R. (2017). *Gifts of the Gods: A history of food in Greece*. London, Reaktion Books Ltd.

Mason, L. (2004). *Food culture in Great Britain*. Westport, Connecticut: Greenwood Press.

ODriscoll, J. (2009). *Britain for learners of English*. Oxford: Oxford University Press.

- Quick, A. (2013). 102 English things to do. Puddington: Old Street Publishing.
- Schinkel, L. (2013). Exploring international cuisine: Reference book. Canada: Saskatchewan 4-H Council.
- Smith, G. (2006). The English companion: An idiosyncratic A-Z of England and Englishness. UK: Old House Books.
- Szszunowicz, J. (2009). The Linguo-cultural Analyses of European Phraseological Units in a Contrastive Perspective. In Phraseology, Corpus Linguistics and Lexicography. Japan: Kwansei Gakuin University Press, 115-132.
- Anhlo-ukrainskyi frazeolohichnyi slovnyk. / Uklad. K.T. Barantsev. 2-he vyd., vypr. K.: T-vo "Znannia", KOO, 2005.
- Ivchenko, A.O. (2002). Tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy. 4-te vyd. Kharkiv: Folio.
- Yllustruvannaia entsyklopedyia «Kulynarnye shedevry myra. Hrechenskaia kukhnia». Tom 15. Moskva: ZAO «Yzdatelskyi dom «Medya Ynfo Hrapp», 2013.
- Kulturolohyia. Entsyklopedyia. V 2-kh t. Tom 1. M.: «Rosyiskaia polytycheskaia entsyklopedyia» (ROSSPЭN), 2007.
- Frazeolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy / Uklad.: V.M. Bilozhenko ta in. K.: Nauk, dumka, 1993.
- Πατρουνόβα, Ο.Β. (1998). Σύντομο ελληνορωσσικό λεξικό ιδιωματικών εκφράσεων. Αθήνα: Επτάλοφος.

Стаття надійшла до редакції 29.10.2019 року