

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ**

**Кваліфікаційна робота  
магістра**

**на тему КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ТА  
ПАРЕМІЙ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ З КОМПОНЕНТОМ FOOD**

Виконала: студентка 2 курсу,  
групи 8.0351-1а-з  
спеціальності 035 Філологія  
спеціалізації 035.041 Германські мови  
та літератури (переклад включно),  
перша – англійська  
освітньо-професійної програми  
Мова і література (англійська)  
**Денєжна Ксенія Олександрівна**

Керівник д.ф.н., проф. Галуцьких І. А.  
Рецензент к.ф.н. доц. Надточій Н. О.

**Запоріжжя – 2022**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології та лінгводидактики

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),  
перша – англійська

Освітня програма Мова і література (англійська)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В.о. завідувача кафедри

Надточій Н. О.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

ДЕНЕЖНОЇ КСЕНІЇ ОЛЕКСАНДРІВНИ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Концептуальний аналіз  
фразеологізмів та паремій англійської мови з компонентом food»

керівник кваліфікаційної роботи (проекту): Галуцьких Ірина Анатоліївна,  
д.філол.н., проф

затверджені наказом ЗНУ від «24» травня 2022 року № 571-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту): 30 листопада  
2022 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту): теоретико-методологічні  
засади когнітивної лінгвістики та концептуального аналізу, словники  
фразеологізмів та паремій англійської мови.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно  
розробити): 1) вивчення когнітивно-семантичного підходу до аналізу мовних  
явищ; 2) специфіка вербалізації понятійного і образного складника концепту  
FOOD в англійських фразеології і пареміях.

## 5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Галуцьких І.А., д. філ. н., проф.	25.05.2022	25.05.2022
Розділ 1	Галуцьких І.А., д. філ. н., проф.	24.06.2022	24.06.2022
Розділ 2	Галуцьких І.А., д. філ. н., проф.	07.09.2022	07.09.2022
Висновки	Галуцьких І.А., д. філ. н., проф.	19.11.2022	19.11.2022

6. Дата видачі завдання: 25.05.2022 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз;	травень 2022	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	червень 2022	виконано
3.	Написання вступу	червень 2022	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	липень 2022	виконано
5.	Написання практичного розділу	серпень 2022	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2022	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	листопад 2022	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	листопад 2022	виконано
9.	Захист	грудень 2022	виконано

**Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)**

**Магістрант**

\_\_\_\_\_ К. О. Денєжна  
( підпис )

**Керівник роботи (проєкту)**

\_\_\_\_\_ І. А. Галуцьких  
( підпис )

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер**

\_\_\_\_\_ Е. О. Веремчук  
( підпис )

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 75 стор., 78 джерел.

**Об'єкт дослідження:** фразеологічні та паремійні одиниці з компонентом FOOD в англійській мові.

**Мета роботи** полягає в розкритті специфіки концептосфери FOOD / ЇЖА у взаємозв'язку з іншим складовими концептопростору носія англійської мови, що на лінгвальному рівні фіксують фразеологічні одиниці і паремії з відповідним компонентом в своєму складі.

**Теоретико-методологічні засади:** ключові положення фразеології, когнітивної лінгвістики, концептології, фразеології і пареміології теорії когнітивної метафори (Дж. Лакофф, М. Джонсон).

**Отримані результати:** в ході роботи була проведена систематизація відібраних одиниць, їх семантичний аналіз та їх кореляція з відповідними концептами як одиницями ментального досвіду, що дозволило здійснити комплексний опис спектру концептів, що корелюють на рівні образно-понятійного прошарку з концептом FOOD, вербалізованих засобами англійської мови, зокрема, засобами фразеології та паремій з відповідним компонентом.

Спектр і діапазон метафоризації при утворенні паремійних та фразеологічних одиниць виявився досить широким, що сприяло утворенню додаткових конотацій, що виявили національно-культурну специфіку фразеологічного і паремійного фонду сучасної англійської мови.

**Ключові слова:** когнітивна лінгвістика, концепт, метафора, метонімія, когнітивна метафора, конотація, фразеологізм, паремія, food

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1 КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ МОВНИХ ЯВИЩ</b> .....	7
1.1 Когнітивні дослідження в сучасній лінгвістиці та їх методологія .....	7
1.2 Концепт як категорія лінгвістики, його структура, типологія .....	12
1.2.1 Проблема визначення концепту .....	12
1.2.2 Підходи до дослідження концептів.....	14
1.2.3 Типологія концептів .....	20
1.2.4 Засоби вербалізації концепту.....	25
1.2.5 Ознаки та структура концепту.....	31
1.2.6 Методи та прийоми аналізу концепту. Концептуальний аналіз.....	35
<b>РОЗДІЛ 2 СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ПОНЯТІЙНОГО І ОБРАЗНОГО СКЛАДНИКА КОНЦЕПТУ <i>FOOD</i> В АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЇ І ПАРЕМІЯХ</b> .....	40
2.1 Етапи когнітивно-семантичного аналізу фразеологічних і паремійних одиниць із компонентом <i>food</i> в англійській мові .....	40
2.2 Концептуальний простір фразеологічних і паремійних одиниць із компонентом <i>food</i> в англійській мові.....	43
2.3 Образна концептуалізація назв їжі в складі англійських фразеологізмів і паремій.....	52
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	63
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	68

## ВСТУП

В лінгвістиці сьогодення значні досягнення в галузі сучасних лінгвістичних пошуків свідчать про підвищення інтересу і очевидні намагання дослідників вивчати різноманітні мовні явища в екстралінгвістичному контексті, що передбачає фокусування уваги не лише суто мовних, але й екстралінгвальних феноменів. В наслідок цього, очевидною є потреба розуміння поряд із основними рівнями та категоріями мов відображеної в них лінгвокультурної інформації про специфіку ментальних процесів, сприйняття світу, психічного складу, поведінки, звичаїв, традицій, притаманної системи цінностей, характерних для носіїв цих мов. Всі перелічені аспекти мови, тісно пов'язаної з культурою вивчає лінгвокультурологія, до понятійного апарату якої входить термін «концепт», «когнітивний» або «концептуальний» аналіз як основа методології досліджень такого напрямку.

Роботи в галузі концептології (когнітивно-семантичних, когнітивно-семіотичних, лінгвокогнітивних досліджень), присвячені аналізу взаємодії мови та мислення, відповідають одному з найактуальніших в сучасній лінгвістиці, про що свідчить значний обсяг публікацій, які з'явилися і продовжують з'являтися за останнє двадцятиріччя. Їх проблематика охоплює теоретичні і емпіричні роботи з вивчення закономірностей категоризації та концептуалізації дійсності, результатом яких було формулювання теорії прототипів та концептуальної метафори [2008; Lakoff, Johnson 1980; Rosch 1986], теорії семантичних примітивів А [Wierzbicka 1992], розробка методів концептуального аналізу [Jackendorf 2018; Воробйова 2008, 2018; Белехова 2011].

У центрі уваги багатьох дослідників у зв'язку з розвитком когнітивного напрямку сучасних лінгвістичних досліджень опиняється концепт. Вивчення концептів та їх взаємозв'язків дає вихід за межі дефініційно-понятійного

аналізу, оскільки дозволяє вивчити широку асоціативну зону смислів, ціннісну складову, які не завжди вербалізовані за допомогою мовних засобів, а також їх національно-культурну специфіку, що обумовлює актуальність досліджень, виконаних в цьому напрямку.

Результатом інтересу до всебічного вивчення концепту є формування низки підходів до концептуального аналізу, де вирізняються, зокрема, підтипи, зокрема, когнітивно-дискурсивний, що розглядає концепт як одиницю індивідуальної свідомості, яка представлена через актуалізацію концепту в дискурсі [Морозова 2006; Чорновол-Ткаченко 2006], когнітивно-семіотичний, що займається специфікою вербалізації (позначення за допомогою мовних знаків) мисленнєвих структур, притаманних тій чи іншій мовній культурі [Волкова 2015], а також когнітивно-семантичний, що фокусує увагу на когнітивних аспектах формування семантики мовних одиниць [Talmy 2000].

В цій роботі використовується лінгвокультурологічний підхід до дослідження концепту, який розуміється як одиниця свідомості мовної спільноти, що має національно-культурну специфіку, асоціативну та оцінну складові, притаманні для певної лінгвокультури.

Поряд із значною кількістю концептів, що вже підлягали вивченню в рамках лінгвокогнітивного аналізу із застосуванням якоїсь із названих методик аналізу на матеріалі різних мов, серед яких значне місце посідають універсальні концепти як ДОБРО, ЛЮБОВ, СВОБОДА, СТРАХ, ЩАСТЯ, КРАСА, РАДІСТЬ, БРЕХНЯ, а також концепти, що узагальнюють знання про конкретні явища ЖІНКА, ЧОЛОВІК, ДІМ, СІМ'Я, ВОДА, ЛУНА, СЕРЦЕ [Адонина 2008; Алещенко 2008; Довгополая 2008; Заглядкина 2008; Пантелей 2006; Скакун 2018; Федянина 2008; Шишигина 2008], чи ті, які становлять специфіку кожної з мов – ДУША, ДОЛЯ, ТОСКА, СТРАХ, УСПІХ та ін. [Вежбицкая 2001; Григорьева 2018; Ермолаева 2008; Заика 2008; Сусименко 2018].

Деякі дослідники йдуть від способу вербалізації, що пов'язується із сукупністю концептів як узагальнювачів ментального досвіду, пов'язаного із певним колом мовного матеріалу. Саме такий підхід застосовано в цій роботі, де вивченню підлягає пласт фразеології та паремій англійської мови з компонентом FOOD в ракурсі когнітивно-семантичного аналізу, що і визначає **актуальність** цієї роботи. Актуальність дослідження підкріплюється також значущістю їжі в будь-якій лінгвокультурі, і в англо-саксонській, зокрема, що отримує в ній різноманітне і варіативне мовне позначення, особливо позначене національно-культурною специфікою – засобами фразеології та паремій.

Отже, **об'єктом** дослідження в роботі є фразеологічні та паремійні одиниці з компонентом FOOD в англійській мові.

**Предметом** дослідження є фрагменти концептуального простору англофонів, вербалізовані засобами англійських фразеологічних та паремійних одиниць з компонентом FOOD.

**Мета** роботи полягає в розкритті специфіки концептосфери FOOD / ЇЖА у взаємозв'язку з іншим складовими концептопростору носія англійської мови, що на лінгвальному рівні фіксують фразеологічні одиниці і паремії з відповідним компонентом в своєму складі.

У відповідності до поставленої мети в роботі вирішуються наступні **завдання**:

- розгляд історії формування когнітивного напрямку лінгвістичних досліджень і когнітивного аналізу як їх методології;
- уточнення поняття концепту, підходів до його вивчення, типології, його структури та методик дослідження концептів;
- відбір мовних фразеологічних та паремійних одиниць з компонентом FOOD;
- систематизація відібраних одиниць, їх семантичний аналіз та їх кореляція з відповідними концептами як одиницями ментального досвіду;



- комплексний опис спектру концептів, що корелюють на рівні образно-понятійного прошарку з концептом FOOD, вербалізованих засобами англійської мови, зокрема, засобами фразеології та паремій з відповідним компонентом.

**Методи дослідження** включають метод суцільної вибірки, метод етимологічного аналізу, аналізу словникових дефініцій, елементи компонентного аналізу, методи концептуального аналізу, метод кількісного аналізу, порівняльний метод, інструментарій теорії концептуальної метафори, методики когнітивної інтерпретації значення.

**Матеріалом** дослідження виступили 317 фразеологічних одиниць і паремій (приказок і прислів'їв) англійською мовою з компонентом FOOD, відібрані з наступних лексикографічних джерел: Oxford Dictionary of Proverbs, Dictionary of Proverbs and Their Origins, Dictionary of Proverbs, тощо [DP; DPTO; ODP; LDCE].

**Наукова новизна** роботи полягає у визначенні понятійних та інтерпретативних ознак концепту FOOD, вербалізованої лексичними, фразеологічними та паремійними засобами англійської мови, а також кола концептів, що пов'язані з ними на рівні мисленнєвих процесів, а отже, виявленні комплексу національних стереотипів, уявлень, які сформувались навколо цього поняття у англо-саксонської нації.

**Практичне значення** роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані при підготовці до семінарських, практичних занять з лексикології англійської мови, лінгвокраїнознавства, спецкурсів з когнітивної лінгвістики, у лексикографічній практиці.

Специфіка дослідження обумовила **структуру** роботи, яка складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліків використаних джерел (74 позиції) та фактичного матеріалу (4 позиції). Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки.

# РОЗДІЛ 1

## КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ МОВНИХ ЯВИЩ

### 1.1 Когнітивні дослідження в сучасній лінгвістиці та їх методологія

Кожна нова парадигма наукового знання характеризується власною моделлю постановки проблем і способів їх розв'язання. Новизна наукової моделі визначається не лише відмінним від попередніх ракурсом розгляду об'єкта дослідження, а й включає висунення нових цілей, завдань, а також нової методології.

Однією з таких тенденцій, що мала місце наприкінці минулого століття, є зміна системно-структурної і статистичної парадигми, де мова інтерпретувалася як суворо організована система, на антропоцентричну, функціональну, когнітивну і динамічну, котра розглядає мову не як «систему в самій собі і для самої себе», а повертає людині статус «міри всіх речей» і повертає її в центр всесвіту [Пантелей 2006, с. 64]. Стає зрозумілим, що без людини виникнення й функціонування цієї системи було б неможливим.

Отже, іншими словами, можна сказати, що антропоцентрична парадигма – це перемикання інтересів дослідника з об'єктів пізнання на суб'єкт, тобто аналізується людина в мові і мова в людині. У зв'язку з цим, все більш популярним стає когнітивізм.

У науці когнітивізм розглядається як погляд, згідно якого людина повинна вивчатися як система переробки інформації, а поведінка людини повинна описуватися і пояснюватися в термінах її внутрішніх станів. Ці стани фізично проявлені, спостережувані і інтерпретуються як отримання, переробка, зберігання, а потім і мобілізація інформації для раціонального вирішення розумно сформульованих завдань [Воробйова 2011]. Оскільки

вирішення цих завдань безпосередньо зв'язане з використанням мови, бо саме мова забезпечує найбільш природний доступ до свідомості і розумових процесів, цілком природно, що мова опинилася в центрі уваги когнітивістів, таким чином починає розвиватися когнітивна наука.

Термін «когнітивна наука» включає певний круг наукових дисциплін, що об'єдналися для сумісного вивчення процесів, пов'язаних з отриманням і обробкою зберіганням і використанням, організацією і накопиченням структур знання, а також з формуванням цих структур в мозку [Воробйова 2011, с. 7].

Складовою частиною когнітивної науки виступає і когнітивна лінгвістика.

Зародження когнітивної лінгвістики відносять до середини 1970-х років, коли в статтях Дж. Лакоффа, Е. Рош, Ч. Філлмора [цит. за: Bergen 2018] та інших вперше позначився новий напрям досліджень, і вони поставили питання про зв'язок між мовою і людським мисленням [Ракина 2018]. Звичайно, сама по собі постановка питання не була абсолютно новою для наукового і філософського знання. Проте запропоновані цими авторами дослідницькі програми і результати їх реалізації виявилися не просто цікавими, але багато в чому революційними. Дослідження, що проводилися, були пов'язані з вивченням того, як людина пізнає і усвідомлює світ навколо себе.

Отже, когнітивну лінгвістику можна розглядати і як частину когнітивної науки, і як частину лінгвістики. Цей напрям зародився в США, потім почав розвиватися і в Європі, а пізніше – в Росії і країнах Східної Азії [About 2018]. Починаючи з кінця 1980-х років активно йде інституалізація когнітивної лінгвістики як інтелектуальної течії і наукової дисципліни.

Сьогодні, вчені дають наступне визначення когнітивної лінгвістики: когнітивна лінгвістика – галузь мовознавства, яка вивчає мову як засіб отримання, зберігання, обробки, переробки й використання знань, спрямована на дослідження способів концептуалізації й категоризації певною мовою світу дійсності та внутрішнього рефлексивного досвіду [Кочерган 2006, с. 425].

Найважливішою методологічною посилкою когнітивної лінгвістики є те, що мова відображає розумові процеси. За лінгвістичними даними можна зрозуміти, як людина працює з інформацією: як вона її сприймає, обробляє, зберігає і використовує в процесі своєї взаємодії з навколишнім середовищем. З погляду когнітивної лінгвістики інформація, яку отримує людина, перетворюється в досвід, а досвід закріплюється в мові.

Вивчення та дослідження способів концептуалізації й категоризації світу є визначальним, адже відомим є той факт, що людські знання про світ організовані і категоризуються за допомогою певних структур – когнітивних моделей. Ці моделі складаються з ментальних блоків, що в когнітивній науці називаються концептами, а концепти в свою чергу структуруються в концептуальну модель світу [Цуцкиридзе 2017].

Своєрідність популярного нині когнітивного підходу до вивчення мови і мовних явищ, як нової парадигми лінгвістичного знання, полягає у принципово новій постановці проблеми співвідношення свідомості і мови. Дослідження мови в її когнітивній функції, тобто як засобу організації, обробки та передання інформації, передбачає її розгляд як когнітивної властивості людини, яка, разом з іншими властивостями, утворює в людській свідомості певну єдину інфраструктуру [Сусов 2004, с. 45].

Нова парадигма, яка пов'язана насамперед з визнанням особливої ролі людини у процесах пізнання та мовленнєвій діяльності, має і нову методологію. Разом із цим, сьогодні когнітивна лінгвістика не має єдиної стрункої концепції з чітко визначеним термінологічним апаратом. Так, дослідники розрізняють когнітивну лінгвістику «у стилі Ленекера», когнітивну лінгвістику «у стилі Телмі», а також просторову граматику, що включає різні підходи на зразок реалізованих Ч. Філлмором та А. Голдбергом та ін. [цит. за: Кудрявцева 2013, с. 66].

Визнаючи її емпіричний потенціал, деякі автори вважають, що в аспекті методології когнітивна лінгвістика характеризується скоріше різноманітністю теоретичних концепцій, ніж оригінальністю методів експериментального

характеру [Кудрявцева 2013, с. 66]. Окрім за це, те, що когнітивні дослідження концентруються насамперед навколо питань семантики, звідки і з'являється поняття «когнітивна семантика». Застосування когнітивного підходу до аналізу мовних явищ, пов'язуючи лінгвістику з іншими когнітивними науками, які вивчають людський розум, привело до формування низки класичних когнітивних «методикам» дослідження мовних значень, серед яких слід згадати теорію образно-схематичних моделей Р. Ленекера [Langacker 1990], теорію семантики фреймів Ч. Філлмора [Fillmore 2002], теорію прототипів Е. Рош [Rosch 1980] і теорію когнітивної метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона [Lakoff, Johnson 1980].

Зосередившись на дослідженні процесів концептуалізації в їх мовному відображенні, автори теорії образно-схематичних моделей, теорії когнітивної метафори і теорії фреймів пропонують доволі широке визначення зазначеного явища як системи нових знань та усталених концептів, чуттєвого досвіду та знань різних контекстів (природного, соціального, лінгвістичного, наукового). Якщо когнітивна граматика Р. Ленекера, фреймова семантика Ч. Філлмора та когнітивна семантика Дж. Лакоффа і М. Джонсона основну увагу приділяють вивченню концептуалізації, то теорія прототипів Е. Рош пов'язана з розглядом процесів категоризації об'єктів навколишнього світу й одиниць мови та відображенням цих процесів у структурі мовних значень і категорій.

Теорія прототипів передбачає розгляд низки семантичних явищ, як розпливчасті межі лексичних категорій, виявлення типових членів категорії, гнучку і динамічну природу значень слів, важливість метафори та метонімії як підґрунтя цієї гнучкості, що інтуїтивно відчуються як предмет розгляду семантики, проте здебільшого ігнорувалися її структурним напрямом.

Подальші кроки в спробах аналізу семантики когнітивними методами зроблені Дж. Лакоффом, і продовжено в роботі з М. Джонсоном, якими був запропонований новий рівень методологічного аналізу, спрямований на з'ясування різних типів когнітивних моделей, що становлять підґрунтя прототипних ефектів. Ними були визначені *базисні когнітивні моделі* як

підґрунтя найпростіших мисленнєвих прототипних процесів, а також, відзначивши часте поєднання базисних моделей, іншим джерелом прототипних моделей були визнані *моделі експеренційних кластерів* (від англ. experience — «досвід»), а також *метонімічні моделі*. [Lakoff, Johnson 1980].

Головна ідея концепції Дж. Лакоффа полягає в тому, що наше знання організовується за допомогою структур, які називаються *когнітивними моделями*. Дослідивши джерела прототипних ефектів, він визнав когнітивні моделі складним цілим, певними гештальтами, структурованими за чотирма принципами: пропозиційною структурою, подібною до фреймів Ч. Філлмора, образно-схематичною структурою, метафоричним та метонімічним мапуванням. Тож Н. С. Кудрявцева виділяє моделі, що можуть бути використані для опису процесу категоризації: 1) *пропозиційні моделі*, які виокремлюють елементи, надають їм характеристики та вказують на зв'язки між ними; 2) *образно-схематичні моделі*, що являють собою специфічні схематичні зображення образів; 3) *метафоричні моделі*, які становлять моделі переходу від пропозиційних або схематичних моделей однієї сфери до відповідної структури іншої сфери; 4) *метонімічні моделі*, що є моделями одного чи кількох згаданих вище типів, доповнені визначенням функцій, здійснюваних одним елементом щодо іншого [Кудрявцева 2013, с. 69].

Стверджуючи, що когнітивні моделі опосередковують сприйняття й осмислення людиною певного її досвіду, Дж. Лакофф визнає, що саме досвід і є єдиним джерелом будь-яких когнітивних структур, як, власне, і всього нашого знання про навколишній світ і вказує на залежність концептуальної системи від нашого фізичного та культурного досвіду [Lakoff 2003].

В цілому, при розмаїтті підходів до когнітивного (когнітивно-семантичного, лінгвокогнітивного, когнітивно-семіотичного, когнітивно-дискурсивного тощо) аналізу, дослідники так чи інакше звертаються в ході аналізу до терміну «концепт», розуміння якого в сучасній лінгвістиці розглянемо в наступному підрозділі роботи.

## 1.2 Концепт як лінгвістична категорія, його структура, типологія, аналіз

1.2.1 Проблема визначення концепту. В цьому розділі роботи розглянемо досвід визначення розуміння терміну «концепт», особливостей його структури, типології та базових ознак як складових національно-культурної картини світу, а також засобів його вербалізації, з окремим акцентом на розумінні концептуального аналізу.

В сучасних дослідженнях термін «концепт» застосовується часто, проте численні згадування цього поняття не призвели до його чітко визначеного та однозначного тлумачення. Зважаючи на те, що дискусія стосовно проблеми концепту ще точиться в серед сучасних лінгвістів, щоб визначитись із трактовкою терміну «концепт», розглянемо підходи до його розуміння.

Тлумачення терміну «концепт» корелює з даними стосовно його етимології, адже своє походження він бере від латинського *conceptus*, що означає «поняття», від дієслова *concipere* «зачинати». Сьогодні термін «концепт» широко застосовується в різних наукових дисциплінах, що призвело до багатостороннього його розуміння, на сьогодні досить чітко розмежувавшись із терміном «поняття» [Вежбицкая 1999; Воробйова 2013; Лебедева 2008; Рожкова 2008; Приходько 2008].

Термін «концепт», застосовуючись в багатьох сучасних лінгвістичних дослідженнях, існує на перетині лінгвістики, літературознавства, культурології, етнопсихології і багатьох інших наук, насамперед когнітивної психології і когнітивної лінгвістики, а також лінгвокультурології.

У кожній з них він визначається і уточнюється. Так, в когнітології концепт – це базова аксіоматична категорія, яка використовується зі суміжними термінами як гіперонім поняття, уявлення, схеми, фрейму, сценарію, гештальту та ін. [Рожкова 2008, с. 72-74]. Концепт вважають дискретною, змістовною одиницею колективної свідомості, яка відображає предмет реального або ідеального світу та зберігається в

національній пам'яті носіїв мови у вигляді пізнаного субстрату [Приходько 2008, с. 19-21]. Поняття концепту відповідає уявленню про сукупність смислів, якими оперує людина в процесі мислення і які відображують зміст досвіду та знання, зміст усієї людської діяльності і процесів пізнання світу у вигляді «квантів» знання [Пименова 2008], як «глобальну розумову одиницю, яка являє собою квант структурованого знання» [Ермолаєва 2018, с. 325] або посередники між словами та екстралінгвістичною дійсністю [Сусименко 2018, с. 27].

Розуміння концепту добре прослідкувати у його порівнянні із терміном «поняття», що є значно більш розповсюдженим в тому числі і в повсякденному вжитку. Тож пояснимо що таке концепт на тлі розуміння терміну «поняття».

Огляд літератури і ознайомлення з багатьма роботами, де досліджується концепт, дозволив зробити висновок, що концепт є семантично, змістовно глибшим і багатшим за поняття. До розрізнення термінів «концепт» і «поняття»: «якщо поняття – це сукупність пізнаних істотних ознак об'єкту, то концепт – ментальне національно-специфічне утворення, планом змісту якого є вся сукупність знань щодо даного об'єкту, а планом вираження – сукупність різноманітних мовних засобів (лексичних, фразеологічних, паремійних, тощо)». Окрім за це, «концепти – це не будь-які поняття, а лише найбільш складні і важливі з них, без яких важко уявити собі певну культуру» [Приходько 2005, с. 27].

Дослідники вважають, що в структурі поняття переважає змістовна складова, а концепт є оточеним емоційним, експресивним, оцінним ореолом..., концепт - це «предмет емоцій, симпатій та антипатій, а іноді і зіткнення суперечливих думок» [Рожкова 2007, с. 43], що робить «концепт» ширшим за «поняття».

Наголошуючи на культурній значущості концепту, вчені акцентують увагу на тому, що концепт є наближеним до ментального світу людини, а значить, до культури і історії, тому має специфічний характер: «концепти є колективний спадок в свідомості народу, його духовна культура» [Сусименко



2008, с. 422]. Концепт розширяє значення слова, що дає можливість домислювати, фантазувати, говорити про емоційну ауру слова. Під «концептом» розуміють певну «універсалію», «загальну ідею», яка є закріпленою в ментальності, психіці, мові та утворює картину світу і стереотипи поведінки представників того чи іншого етносу [Четирешнікова 2006, с. 67]. Поняття або дія стають концептом лише в процесі комунікації, оскільки комунікація приводить до дії «пучок» уявлень, асоціацій, переживань, який супроводжує це поняття [Алещенко 2018, с. 126], що доводить його комунікативне значення.

Взагалі, розуміння терміну «концепт» залежить від підходу до його аналізу. То ж, зважаючи на різницю у розумінні концепту в залежності від підходу, застосованого дослідником, розглянемо підходи до вивчення концептів, які використовуються в сучасній концептології.

1.2.2 Підходи до дослідження концептів. Наразі в сучасній лінгвістиці вирізняються три основні напрями, в яких концепт досліджується як лінгвокогнітивне, психолінгвістичне та лінгвокультурологічне явище.

Як лінгвокогнітивне явище його визначають як одиницю «ментальних або психічних ресурсів нашої свідомості і тієї інформаційної структури, що відображає знання та досвід людини, оперативну змістовну одиницю пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи і мови мозку (*lingua mentalis*), всієї картини світу, віддзеркаленої в людській психіці» [Вардзелашвили 2004, с. 40], «елемент свідомості, автономний від мови, фіксований у свідомості смисл» [Адолина 2008, с. 510], що відразу відсилає нас до когнітивного підходу. Як бачимо, зосереджуючи увагу на когнітивній складовій концепту, автори вказують на його кореляцію із мовою.

Психолінгвістичний підхід визначає концепт як «базове перцептивно-когнітивно-афективне утворення динамічного характеру, що спонтанним чином функціонує в пізнавальній і комунікативній діяльності індивіда, та є підпорядкованим закономірностям психічного життя людини» [Довгополая 2008, с. 452]. Цікаво, що в цьому підході акцентується увага на невербальній

природі концепту, або ж його кореляція з вербальною складовою людського спілкування взагалі замовчується.

В лінгвокультурологічному напрямі досліджень, який виник на межі лінгвістики і культурології та вивчає прояви культури народу, які віддзеркалюються та закріплюються в мові, концепт вивчається як об'єкт формування етно-культурними особливостями носіїв мови, що організують певним чином процеси мислення мовної особистості, та природу ментальних структур, що у неї формуються [Ермолаєва 2008, с. 19], з відповідним акцентом саме не його культурологічній специфіці та значущості.

З точки зору лінгвокультурології концепт – головний осередок культури в ментальному світі людини, його базова одиниця [Ингнатова 2007, с. 229], причому це є «багатовимірне змістовне формування», в якому виділяється ціннісна, образна та понятійна сторони [Кравцова 2007, с. 170].

Центральна значущість серед феноменів культури надається концепту внаслідок того, що концепти виникають у свідомості людини насамперед на основі особистого та народного культурно-історичного досвіду, і чим багатшим є цей досвід, тим ширше кордони концепту, тим ширшими є можливості для виникнення емоційної аури слова, в якій знаходять своє відображення всі сторони концепту [Молчанова 2008].

Саме ця особливість дозволяє визначити концепт як «згусток культури у свідомості людини; те, в вигляді чого культура входить до ментального світу людини... те, через що людина сама входить в культуру, а в деяких випадках і впливає на неї» [Петрухіна 2007, с. 90]. Він вважає, що до змісту концепту включається все, що робить його фактом культури – початкова форма (етимологія), сучасні асоціації, оцінки, тощо [Пантелей 2006]. Концепти в цьому розумінні часто співвідносяться з наївною картиною світу, яка протиставляється науковій картині світу.

Досить багато інших представників цього підходу підтримують зазначену вище думку. Такий тип концепту, в якому культурно значуща інформація є незмінно прикріпленою до понятійного ядра [Морозова

2006, с. 15]. Відмічають соціальну цінність культурного концепту, основою утворення якого є явище життя, що має цінність і стає об'єктом оцінки [Морозова 2014, с. 116].

Зв'язок культурного концепту з цінностями суспільства є неминучою, оскільки сама культура базується на цінностях і формується ними. Виходячи з цього, культурний концепт трактується як частина ціннісної картини світу [Попова 2009], причому де оцінний елемент – аксіологічна складова концепту – в культурних концептах не просто присутня, а є домінуючою [Сидорова 2008], в чому і полягає відмінність їх бачення концепту від прибічників інших концепцій.

Є і більш конкретизовані точки зору. Вважається, що можна говорити про концепт національної культури в тому випадку, якщо при перекладі на іншу мову в ньому немає дослівного еквіваленту відповідного концепту, тобто лексикон, на матеріалі якого варто скласти перелік фундаментальних національно-культурних концептів, включає безеквівалентну лексику [Сергеев 2018, с. 630]. І дійсно, така точка зору є досить цікавою та перспективною для визначення констант певної культури.

Існують навіть виокремлені національні типи концептів. Національний концепт – це «найбільш загальна, максимально абстрагована, але конкретно репрезентована свідомості, ідея «предмета», яка підлягає когнітивній обробці, в сукупності всіх валентних зв'язків, відмічених національно-культурною специфікою» [Сидорова 2018, с. 701]. Як бачимо, це може співвідноситися із розумінням терміну культурний концепт, адже автор вказує на можливість формування такого типу концептів в результаті вибору певних векторів з усього набору потенційно можливих асоціацій, який здійснюється представниками певної культури відповідно до національно-культурних стереотипів.

Потрібно також підкреслити, що, в рамках лінгвокультурного підходу до дослідження концепту, розглядається вектор впливу від культури до індивідуальної свідомості. Адже концепт – це «те, через що культура входить

в ментальний світ людини, і, з іншої сторони, через що звичайна пересічна людина сама входить в культуру» [Федянина 2008, с. 61].

Не дивлячись на різноманітність тлумачення концепту, дослідники єдині в думці, що концепт – це умовна ментальна структура. Він має чисто когнітивний статус і не існує поза мисленням. Складність концепту полягає в наявності двостороннього зв'язку між мовою і свідомістю, оскільки категорії свідомості реалізуються в мовних категоріях і одночасно детермінуються ними; культура детермінує концепт (тобто концепт – ментальна проекція елементів культури) [Вардзелашвили 2004, с. 42]. Співвідношення феноменів «мова» і «культура» украй складне, оскільки мова є одночасно і частиною культури, і зовнішнім для культури чинником; мова і культура – сфери, в яких концепт отримує предметний образ.

Зважаючи на різноманітність існуючих визначень концепту, можна виділити в них ще одну загальну рису: у них завжди підкреслюється актуальна для сучасної лінгвістики ідея комплексного вивчення мови, свідомості і культури.

Ми в нашому дослідженні будемо розглядати концепти в світлі лінгвокультурного підходу, тобто концепт буде нами представлений, як явище і мови і культури, адже на нашу думку мова виступає найважливішим засобом вивчення культури, тому що, саме через мову реалізуються явища культури і саме мова бере участь в формуванні культурних концептів.

Лінгвокультурний концепт відрізняється від інших ментальних одиниць, використовуваних в різних галузях науки (наприклад, когнітивний концепт, фрейм, сценарій, скрипт, поняття, образ, архетип), акцентуацією ціннісного елементу [Точилина 2008, с. 197]. Центром концепту завжди є цінність, оскільки концепт служить дослідженню культури, а в основі культури лежить саме ціннісний принцип.

Концепти зображають світ у свідомості людини, і утворюють концептуальну систему, а знаки людської мови кодують у слові зміст цієї

системи. Культура в різному ступені обов'язково виявляється в граматиці, лексиці і дискурсі.

В нашому дослідженні під концептом будемо розуміти дискретну змістовну одиницю колективної свідомості, що зберігається в національній пам'яті носія мови у вербально позначеному вигляді та володіє екстралінгвістичною, прагматичною, тобто позамовною інформацією.

Слід також сказати, що проблема концепту в сучасній лінгвістиці виявилася настільки масштабною, що наприкінці 90-х рр. ХХ ст. у складі когнітивної лінгвістики виокремилася нова галузь – лінгвоконцептологія, метою якої став опис концептів і мовних засобів їхньої репрезентації. Факт існування концепту як компоненту культури пояснюється глибинними процесами, які лежать в основі утворення і формування концептів. Адже концепти утворюються в результаті процесів концептуалізації.

Концептуалізація як головне поняття лінгвоконцептології є одним із процесів пізнавальної діяльності людини, що полягає в осмисленні й упорядкуванні результатів внутрішнього рефлексивного досвіду людини й уявлень, про об'єкти, явища дійсності та їхні ознаки; понятійна класифікація, «один з найважливіших процесів пізнавальної діяльності людини, що полягає в осмисленні отримуваної нею інформації, яка надходить з різних каналів і приводить до творення концептів, концептуальних структур і всієї концептуальної системи в мозку людини» [Селиванова 2008, с. 235].

Концептуалізація поряд із категоризацією є ключовим поняттям когнітивної лінгвістики, адже фіксація певного концепту за мовним знаком є базою формування семантичного простору мови. Збереження та трансляція концептосистеми відбувається переважно за рахунок вербалізації концептів.

Результатом концептуалізації є формування концептуальної системи – системи концептів у свідомості людини або колективній свідомості етносу, що відтворює у вигляді структурованих й упорядкованих знань уявлення про світ, дійсність і результати внутрішнього рефлексивного досвіду. В процесі концептуалізації і категоризації відбувається впорядкування людських знань і

досвіду, внаслідок чого виникають різні типи структурованого знання [Селіванова 2008, с. 249]. До таких типів належить і концепт.

Концептуалізація – це вирізнення мінімальних одиниць людського досвіду [Черданцева 2014, с. 90]. Це – осмислення інформації, що поступає до людини, мислене конструювання предметів і явищ, що призводить до формування певних уявлень про світ у вигляді концептів. Концепти виступають ідеальними абстрактними одиницями, фіксованими у свідомості смислами, якими оперує людина в процесі мислення. Вони відображають зміст отриманих знань, досвіду, результати всієї діяльності людини і пізнання ним оточуючого світу у вигляді певних «квантів» знання [Чурсина 2010, с. 17]. Як справедливо зазначають лінгвісти, «найважливіша функція мови полягає у збереженні культури та її передачі з покоління до покоління, саме тому мова відіграє таку значну роль в формуванні особистості, національного характеру, етнічного суспільства, народу, нації» [Шмидт 2021]. Саме тому концепт розглядають як засіб трансляції культури.

З вище сказаного можна зробити висновок, що антропоцентрична парадигма, що зараз орієнтує дослідників у галузі філологічних наук на поглиблене вивчення вербальних структур, мовних явищ і процесів у тісному зв'язку з конкретними суспільними процесами, з конкретною людиною, колективом, суспільством, вимагає нових підходів до вивчення мовних явищ. Поява в лінгвістиці поняття і терміна концепт, позначила новий рівень у збагненні способів, закономірностей і особливостей взаємодії мови, свідомості і культури, але також спричинила появу дискусійних питань, таких як відсутність єдиного визначення концепту.

Слід зазначити, що відсутність єдиного визначення також пов'язана з тим, що концепт має складну, багатовимірну структуру, що включає окрім понятійної основи соціо-психо-культурну частину, яка не стільки мислиться носієм мови, скільки переживається ним, вона включає асоціації, емоції, оцінки, національні образи і конотації, властиві певній культурі.

Таким чином, стає очевидним, що для розуміння такого явища як «концепт» необхідно вивчити його типи і структуру, до чого ми і переходимо в наступних підрозділах.

Отже, аналітичний розгляд наданих лінгвістами підходів до розуміння концепту дозволив зробити деякі узагальнення. Саме в рамках лінгвокультурного підходу виконане й наше дослідження. Ми в цьому дослідженні використовуватимемо наступне узагальнене визначення концепту, згідно з яким концепт розуміється як ментальне національно-специфічне утворення, планом змісту якого є вся сукупність знань про даний об'єкт, а планом мовного вираження – сукупність лексичних, паремічних, фразеологічних одиниць, що номінують та описують цей об'єкт» [Адонова 2008, с. 34]. Це визначення є робочим у нашому дослідженні.

В цій роботі концепт розглядається в рамках лінгвокультурологічного напрямку як згусток культури в свідомості людини; те, у вигляді чого культура входить в ментальний світ людини і те, через що людина сама входить в культуру. Отже, концепт розуміємо як ментальне утворення, складову національної концептосфери мовця, яка є фіксацією колективного досвіду та знань про оточуючий світ, які перетворюються на індивідуальне надбання кожного. Саме таку трактовку терміну «концепт» покладено в основу аналізу концептів, вербалізованих за допомогою фразеології та паремій з компонентом FOOD.

Зважаючи на багатогранність концепту як одиниці мислення, а також на різницю в підходах до аналізу концепту, виділяють різні типи концептів.

1.2.3 Типи концептів. Оскільки концептологія є галуззю лінгвістичної науки, що розвивається, а також завдяки багатогранності концепту як ментальної одиниці, яка не представлена дослідникам у безпосередньому спостереженні, питання типологізації концептів також залишається досить складним і спроби класифікувати концепти, по суті, є експериментальними, тому в даний час не існує єдиної загальноприйнятої класифікації концептів.

Слід зазначити, що автори беруть як параметри класифікації концептів різні підстави, що значно утрудняє створення єдиної універсальної класифікації, тому у сучасній лінгвістиці існують різні класифікації концептів, як загальні, так і вузькоспеціальні. Типи концептів вельми різноманітні і за змістом, і за структурою. Розрізняють ряд параметрів для класифікації концептів, узагальнені О. О. Селівановою [Селіванова 2008, с. 258], які ми розглянемо нижче, серед них, між іншим, розрізнення за способом концептуалізації, за об'єктом та предметом концептуалізації тощо.

Так, за способом концептуалізації дослідники виокремлюють такі типи концептів: уявлення як узагальнені чуттєво-наочні образи, що розглядаються як ядро концепту; схеми як абстрактні конфігурації образів; поняття як найбільш істотні його ознаки; фрейми як способи представлення стандартних знань [Селіванова 2008].

Залежно від ролі концепту у структурі свідомості вони диференціюються на культурні, ментальні, міфологічні, ідеологічні, філософські. Більш за це, один й той самий концепт може розглядатись у кожному із представлених типів.

На підставі параметра об'єкта концептуалізації виокремлюються антропоконцепти, натурфакти, артефакти, культурні, ідеологічні, емоційні та концепти-архетипи. Параметр суб'єкта концептуалізації дає змогу виділити загальні (універсальні), етноконцепти, групові та ідеоконцепти.

В залежності від того, який підхід використовується у дослідженні – когнітивний або лінгвокультурний – розрізняють поняття культурного і когнітивного концепту. Когнітивний концепт, на відміну від культурного, може і не мати ціннісної окраски, в той час коли культурний концепт обов'язково її має [Brandt 2015, с. 115].

Можна виокремити наступні принципи визначення типів концептів: за ступенем конкретності / абстрактності змісту, за вираженістю / невираженістю в мові, за ступенем стійкості, за частотою і регулярністю актуалізації, за структурою, за способом мовного виразу, за номінативною



щільністю, за стандартизацією, за способом жанрової фіксації, за змістом і ступенем абстракції.

Слід зауважити, що за одним і тим же принципом дослідники пропонують різні назви типів концептів. Так наприклад, по характеру спостережуваності для людини виділяють вербалізовані і невербалізовані концепти [Хайруліна 2010, с. 218], в той час як використовують в цьому сенсі також терміни «стійкі» і «нестійкі» концепти [Черновол-Ткаченко 2016, с. 4].

Можна говорити про три структурних типи концептів– однорівневі, багаторівневі і сегментні концепти.

Однорівневий концепт включає тільки чуттєве ядро, фактично – один базовий шар. Такі концепти – наочні образи, деякі концепти-уявлення. Наприклад, такі концепти як «жовтий», «зелений», «солоний», концепти типу «ложка», «чашка», «тарілка». Таку структуру мають багато концептів в свідомості дитини, а також концепти в свідомості інтелектуально нерозвиненої особи. У свідомості більшості людей концепти складніші. Концепт може бути багаторівневим – включати декілька когнітивних шарів, що розрізняються за рівнем абстракції, і що послідовно нашаровуються на базовий шар.

Нарешті, концепт може бути сегментним, бути базовим чуттєвим шаром, оточеним декількома сегментами, рівноправними за ступенем абстракції.

Для лінгвокогнітивного аналізу істотною виявляється типологія концептів за характером їх «спостережуваності» для людини. Так вони бувають вербалізовані і невербалізовані (або приховані). В цьому сенсі використовують терміни «стійкі» (які мають закріплені за ними мовні засоби репрезентації) і «нестійкі» (глибоко особистісні, практично зовсім не вербалізовані) [Семенова 2008]. За ступенем «конкретності – абстрактності» концепти підрозділяються на конкретні (будинок, людина) і абстрактні (дружба, краса).

Можна представити тричленну класифікацію концептів, створюючих концептуальну систему, способом актуалізації якої, у свою чергу, виступає

мова. Всі концепти, так або інакше що об'єктивувалися в мові, можуть бути розподілені по трьом понятійним (категоріальним) класам [Пименова 2007, с. 237]:

1) Базові концепти. До цього розряду можна віднести ті концепти, які складають фундамент мови і всієї картини світу, серед них:

– космічні концепти. Клас космічних концептів включає субкласи: а) метеорологічні концепти; б) біологічні концепти, побудовані на понятійних опозиціях, харчові, соматичні, перцептивні, в) ландшафтні концепти, г) наочні концепти, включаючи артефактні концепти;

– соціальні концепти. Клас соціальних концептів утворюють: а) концепти країн, б) концепти соціального статусу, в) концепти національності, г) концепти влади і управління, д) концепти інтерперсональних стосунків, е) моральні (етичні) концепти, е) концепти занять, ж) релігійні концепти;

– психічні (духовні) концепти. Клас психічних (духовних) концептів формують концепти внутрішнього світу: а) концепти характеру, б) концепти емоцій, в) ментальні концепти.

2) Концепти-дескриптори, які кваліфікують базові концепти, серед них:

– діменсіональні концепти, під якими розуміються різного роду вимірювання;

– квалітативні концепти, що виражають якість;

– квантитативні концепти, що виражають кількість;

3) Концепти-релятиви, що реалізують типи стосунків, серед них:

– концепти-оцінки;

– концепти-позиції;

– концепти-привативи.

Слід пам'ятати, що межі між класами концептів розмиті. До того ж, концепти підрозділяються за ознакою появи на одвічні і запозичені; за розвитком структури концепту – на ті, що розвиваються і застигли [Пименова 2007, с. 238].

Концепти, що розвиваються, – активно використовуються в національній концептосфері, поповнюючи свою структуру новими ознаками.

Застиглими вважаються такі концепти, структури яких перестали поповнюватися новими ознаками; звичайне таке явище пов'язано із зникненням реалій, пов'язаних з цим концептом, процесом переходу слова-репрезентанта концепту з активного словарного запасу в пасивний (це так звані архаїзми і історизми).

За ознакою актуальності концепти діляться на провідні і другорядні. Провідні концепти ще називають ключовими. До них належать такі концепти, які широко представлені в пареміологічному фонді, фольклорі, художній літературі. Другорядні концепти знаходяться на периферії, вони вторинні, менш актуальні, їх репрезентанти менш частотні. У цій же класифікації виділяються постійно актуальні, неактуальні і змінні («плаваючі») концепти. Постійно актуальні є провідні (ключові) концепти, неактуальні – другорядні концепти, змінні («плаваючі») – це ті, що періодично стають актуальними і неактуальними [Морозова 2006].

За ознакою первинності концепти поділяються на первинні і похідні.

За способом мовного виразу лексичні, фразеологічні, граматичні, синтаксичні; виділяють прості (представлені одним словом) і складні концепти (представлені в словосполученнях і реченнях) [Хайруллина 2010, с. 218].

У основі спроби класифікувати концепти лежить бажання, перш за все, в черговий раз конкретизувати поняття концепту, а також полегшити процес опису конкретних концептів за допомогою віднесення їх до якого-небудь типу або класифікаційної групи.

Зважаючи на надзвичайний інтерес на сучасному етапі до вивчення і опису різних концептів, їх місця і ролі в національній концептосфері, можна з упевненістю стверджувати, що формування як найповнішої наукової типології концептів є в даний час одним з найбільш актуальних дослідницьких завдань.

Концепт FOOD, який ми збираємося досліджувати належить до базових концептів. За характером «спостережуваності» для людини обраний нами концепт належить до вербалізованих концептів, за ступенем конкретності – абстрактності – до конкретних, за ознакою актуальності – до провідних, за способом мовного виразу – до лексичних, простих, та фразеолого-паремійних, складних.

Оскільки ми досліджуємо даний концепт в лінгвокультурному світлі, ми вважаємо, що структура концепту FOOD багатокомпонентна, вона представлена понятійним, ціннісним та образним прошарками.

Розглянувши типологію та підходи до вивчення концептів, сконцентруємося на особливостях співвідношення концепту і мовного знаку.

1.2.4 Засоби вербалізації концепту. Ставлячи питання про одиницю вербалізації концепту, знаходимо різноманітні відповіді на нього в сучасних лінгвістичних дослідженнях.

Вчені задаються питанням чи відповідає концепт слову. І якщо ні, то виникає питання про те, які мовні одиниці можуть виступати засобами вербалізації концепту.

Оскільки концепт є полімерним явищем, в якому понятійне іство збагачене сукупністю етнолінгвокультурних асоціацій, конотацій та оцінок, що робить його значно об'ємніше за поняття, це визначає різницю у способах вербалізації: тоді як поняття прив'язано до слова, концепт є «розсіяним у мовних знаках» [Манаенко 2007, с. 332], що відповідає дійсності.

Розглянемо, що лінгвісти зауважують з приводу співвідношення концепту і мовного відповідника. Представником концепту в мові є мовний знак, який найбільш адекватно передає його зміст. Це «ім'я концепту» [Лебедева 2018]. Але оскільки концепт в більшості випадків співвідноситься більш ніж з однією мовною одиницею, під його «ім'ям» може бути не лише одне слово, але й сукупність різнорідних синонімічних засобів, які використовуються для його опису в мові.

Вербалізована частина концепту є планом змісту мовного знаку, але не рівнозначна поняттю. Поняття відображує найбільш загальні, логічно сконструйовані ознаки об'єкту, в той час як концепт може увібрати в себе декілька різних, в тому числі і не найістотніших [Вежбицкая 1999, с. 24]. Основна частина концептів закріплена в мові значеннями конкретних слів, що забезпечує збереження і передачу знань від людини людині і від покоління до покоління [Вежбицкая 1999, с. 22-23].

Насправді мова зовсім не є обов'язковою для формування та існування концептів. Вона потрібна для обміну концептами, і взагалі, саме мова дозволяє доступ до когнітивного світу людини, до структур його свідомості [38]. Тобто, мова є засобом доступу до концептів, і для цього концепти повинні бути вербалізованими – словами і словосполученнями, фразеологічними одиницями, реченнями і цілими текстами.

З одної сторони, до засобів вербалізації концепту включають все, що належить до структури поняття, з іншої – в структуру концепту входить все те, що й робить його фактом культури – початкова форма (етимологія); стисла до основних ознак змісту історія; сучасні асоціації, оцінки, та ін. [Сусименко 2008]. Окрім того, важливим є те, що вербалізація концепту може по суті представляти не лише процес його лексикалізації, але і фразеологізації, тощо.

Причому структура концепту може бути складною, не лише з точки зору його семантичного або змістовного аспекту, але і з позиції вербалізуючих його одиниць, оскільки концепт може корелювати з певним поняттям, але бути вербалізованим не однією мовною або мовленнєвою одиницею, а цілою їх сукупністю, які, до того, ж можуть мати неоднорідний характер (лексеми, їх похідні, синоніми, фразеологізми, прислів'я, приказки, жарти, байки, та ін.).

Серед одиниць національної мови, що вербалізують ключові концепти певної культури, найбільш культурно-навантаженими, є фразеологічний та паремічний фонди лексики. Це підтверджено в дослідженнях багатьох авторів, що розсіяність концепту в мовних знаках, і що потребує, таким чином, комплексного вивчення різномірних одиниць.

Отже, концепт як одиниця концептосфери може мати словесний вираз, а може і не мати його. Слід зауважити, що існують різні терміни для позначення мовного виразу концепту: мовна апеляція, вхід в концепт, також об'єктивування або репрезентація концепту в мові, вербалізація. В нашому дослідженні, ми використовуємо термін «вербалізація», під яким розуміємо всі процеси, засоби і механізми використання мови для номінації і структурації різних одиниць людського досвіду.

Комунікативно затребувані концепти, тобто такі, про які люди хочуть говорити, отримують мовні номінації, вербалізуються. Інакше кажучи, вони представлені акустичними знаками, які можна вимовити і почути. Те, що такими знаками є лексеми (фонетичні реалізації слів), не викликає сумнівів, як здається, ні у одного когнітолога. Мовні засоби за допомогою яких концепт отримує мовний вираз, виступають як засоби вербалізації концепту [Попова 2009, с. 57].

Як правило, представництво концепту в мові приписується слову. Слово є засобом доступу до концептуального знання, і отримавши через слово цей доступ, ми можемо підключити до розумової діяльності і інші концептуальні ознаки, даним словом безпосередньо не названі (що існують в значенні як периферійні, приховані, імовірнісні, асоціативні семи). Слово, таким чином, як і будь-яка номінація – це ключ, що «відкриває» для людини концепт як одиницю розумової діяльності і що робить можливим скористатися їм в розумовій діяльності. Мовний знак можна також уподібнити вмикачу – він включає концепт в нашій свідомості, активізує його в цілому і «запускає» його в процес мислення [Левин-Штайнманн 2004].

Слово-номінатор отримує статус імені концепту – мовного знаку, який передає загальний зміст концепту найконкретніше, концентровано і адекватно. Концепт є одиницею абстрактнішою і об'ємнішою, ніж слово, таким чином ми можемо говорити, що слово представляє концепт не повністю – воно своїм значенням передає декілька основних концептуальних ознак, релевантних для повідомлення, передача яких є завданням того, хто говорить,

входить в його інтенції [Калмикова 2011]. Весь концепт у всьому багатстві свого змісту теоретично може бути виражений тільки сукупністю засобів мови і, кожне з яких розкриває лише його частину, тобто мовні засоби, передають лише частину концепту, що підтверджується існуванням численних синонімів, різних дефініцій і описів одного і того ж концепту. Значення слова – «це спроба дати загальне уявлення про зміст концепту, обкреслити відомі його межі, представити його окремі характеристики даним словом» [Харькова 2006, с. 27].

Мовна репрезентація концепту здійснюється на різних рівнях мови і за допомогою цілої парадигми засобів. Це можуть бути готові лексеми і фразеологічні сполучення; вільні словосполучення; структурні і позиційні схеми речень, що несуть типові пропозиції (синтаксичні концепти); тексти і сукупності текстів (при необхідності експлікації або обговорення змісту складних, абстрактних або індивідуально-авторських концептів) [Ерофеева 2016, с. 80].

Саме через це, у дослідженні специфіки мовного виразу концепту використовується аналіз лексем, фразеологічних сполучень, словосполучень і інших мовних одиниць більш високого рівня.

Принципово важливим при описі онтології концептів є питання про форми їх репрезентації: чи кожен концепт вербалізується? Більшість дослідників вважають, що концепти не обов'язково виражені мовою. Стверджується, що вони, як правило, вербалізовані, але їх вербалізація не облігаторна. Так наприклад, дослідники підкреслюють вербалізовану форму існування концепту, акцентуючи увагу при цьому на його національно-культурну маркерованність і виключають обов'язкове лексичне представлення концепту, аж до підкреслення принципово невербальної природи останнього [Голованова 2008, с. 365]. Ми розділяємо точку зору, згідно якої концепти частково мають мовне вираження, частково – образне, представлене іншими ментальними репрезентаціями [Волкова 2013, с. 176].

Оскільки, ми в даному дослідженні розглядаємо концепт у лінгвокультурному світлі, вважаємо потрібним представити деякі положення стосовно способів мовної репрезентації лінгвокультурного концепту:

- впродовж існування концепту сукупність способів його мовного виразу може в різному ступені мінятися;
- способи апеляції до одного концепту в різних культурах різні;
- чим різноманітніший потенціал знакового виразу концепту, тим більш стародавнім є цей концепт і тим вище його ціннісна значущість в рамках даного мовного колективу [Архипов 2007, с. 40].

Не дивлячись на те, що когнітивна інформація є прихованою, вважається, що кращий доступ до опису і визначення природи концепту забезпечує мова, оскільки найважливіші концепти кодуються саме в мові. Концепт репрезентується в мові лексемами і словосполученнями, одиницями фразеологізмів, структурними і позиційними схемами пропозицій, що несуть типові пропозиції, і цілими текстами. При цьому існування слова розглядається як «доказ того факту, що позначений цим словом концепт складає частину ментального лексикону того хто говорить і належить його свідомості» [Адодина 2008, с. 510].

Менш одностайні лінгвісти-когнітологи у визнанні знаками, що репрезентують концепт, фразеосполучень, хоча для деяких їх типів (фразеологізми, ідіоми) робиться виключення [Довгополая 2008, с. 452]. Визнання концептів фразеологізмів, що відрізняються від лексичних способів їх вербалізації (тобто одним словом або поєднанням декількох слів), обґрунтовується в роботі низки інших лінгвістів [Ермолаева 2008, с. 19]. Довгий час нічого не мовилося про синтаксичні способи виразу концептів. Лише в кінці ХХ століття синтаксичні конструкції почали цікавити лінгвістів як знаки. Цю ідею розкрили на великому конкретному матеріалі з позицій когнітивної лінгвістики, розробивши теорію синтаксичних концептів. І вже на початку ХХІ століття з'явилися роботи про існування концептів, що



морфологічно репрезентувалися. Таким чином, в даний час залежно від способу вербалізації концепту когнітологи мають справу з термінами:

- лексичні концепти;
- концепти фразеологізмів;
- синтаксичні (або синтаксично орієнтовані) концепти;
- морфологічні (або що морфологічно репрезентуються) концепти.

Представимо інформацію про розробку цих видів вербалізації концептів детальніше. Вивчаючи словарні визначення і контекстні вживання різноманітних слів, продемонстровано, що в концептосфері людей лексичні концепти існують у вигляді дуже різних образів. Це можуть бути просто узагальнені розумові картинки.

Вивчення типів концептів-фразеологізмів представляється більш складним, ніж вивчення типів лексичних концептів, оскільки в цьому випадку необхідно відштовхуватися від денотативного значення початкового фразеосполучення, а потім враховувати і значення фразеологізму поєднання лексем, що вивчається. Саме воно і є єдиним значенням, але образ, що знаходиться в його основі, визначає тип концепту, що стоїть за ним. Синтаксичні концепти – це образи ситуацій, які осмисленні людьми і вербалізовані синтаксичними структурами.

Матеріал різних мов показав, що синтаксичні концепти напрацьовуються для тих ситуацій, які часто виникають в житті народу і мають для нього комунікативну значущість. Вони можуть бути еквівалентними у різних народів, але можуть бути і національно специфічними. Синтаксичні концептів порівняно небагато, але вони продовжують створюватися [Змієва 2004, с. 141].

За способом вербалізації розрізняють стійкі і нестійкі концепти. Стійкими є концепти, що мають закріплені за ними мовні засоби вербалізації і регулярно вербалізуються. Нестійкими називають концепти які:

- не мають закріплених за ними засобів вербалізації;
- є нестабільними;

- глибоко особовими;
- рідко або практично зовсім не вербалізуються [Заглядкіна 2008, с. 233-235].

Вивчення системи мовних знаків в світлі концептів дозволяє краще зрозуміти і систему мови, і концептосферу народу. А це дуже важливо для вивчення іноземних мов і міжкультурної комунікації.

Отже, вербалізація концептів є досить цікавою проблемою для дослідників, для вирішення цієї проблеми та і вивчення концептів взагалі, необхідно володіти та знати методи та прийоми дослідження концептів ознайомлення з якими завдання наступного параграфу.

1.2.5 Ознаки та структура концепту. Не меншу кількість суперечок ніж визначення самого поняття терміну «концепт» та вербалізуючих його мовних одиниць викликають питання сукупності ознак, що характеризують концепт, та підходів до визначення його структури.

Наприклад, безсумнівними лінгвістам вважаються феноменологічні ознаки концепту, які криються в таких його атрибутах, як «ментальність», «знання», «культура», «оцінка» [Семенова 2008, с. 21]. Іншими словами, вони свідчать про ментальні витoki концепту, зв'язки з уявленнями стосовно тих смислів, якими оперує представник певного лінгвокультурного колективу в процесі своєї мовленнєвої діяльності у вигляді стереотипізованих квантів знань.

Отже, серед названих ознак концепту очевидно виділяються його ментальність, епістемічність, національно-культурна специфічність та аксіологічність [Семенова 2008, с. 21-25]. Хоча перші дві ознаки – ментальність та епістемічність – притаманні також і «поняттю», наведені ознаки дозволяють диференціювати термін «концепт» від «поняття», адже очевидною є денотативна та універсальна природа поняття та інтерпретативна і національно-специфічна – концепту.

Вищезгадане може бути узагальнене у вигляді ще однієї ознаки концепту – його складної структури, адже вивчення літератури

продемонструвало, що в сучасних дослідженнях культурні концепти визначаються зазвичай як багатовимірні змістовні конструкти в колективній свідомості, які є вербалізованими мовними засобами, але в яких понятійне начало поєднується з лінгвокультурним та оцінним.

Бачення структури концепту залежить від вибору дослідниками підходу до його вивчення. Багатьма лінгвістами структура концепту вбачається такою, що складається з трьох прошарків. Вважають, що концепт складається з таких трьох шарів: 1) «основна, актуальна» ознака; 2) додаткова або декілька додаткових, «пасивних» ознак, які вже не є актуальними, «історичними»; 3) внутрішня форма, часто не усвідомлювана, але віддзеркалена у зовнішній, словесній формі» [Черданцева 2014, с. 90].

Запропоновано також інший підхід до трьохвимірної структури концепту, з чим погоджується А. М. Приходько. Згідно з нею, концепт вбачається як ментальне утворення, в якому вирізняється понятійна, образно-перцептивна та ціннісна або валоративна складові [Приходько 2006, с. 21].

Образно-перцептивна складова – це знання, образи та асоціації, що впливають у свідомості у зв'язку із тим чи іншим денотатом.

Ціннісна (валоративна) складова, за думкою лінгвістів, є самою головною, оскільки перші дві складові можуть характеризувати також поняття, а про концепт може йти мова тільки за умов наявності ціннісних конотацій індивідуального або етнокультурного порядку, які нашаровуються на дві попередні складові. Валоративна складова спирається на сукупність імпульсів та асоціацій, притаманних певному етнокультурному суспільству, які входять до колективної свідомості через знаковий мовний та культурний код та перетворюються на глибоко інтеріоризовані знання кожного представника лінгвокультурного колективу [Приходько 2006, с. 21]. Результатом наявності таких асоціацій деякі поняття набувають символічні ознаки в певній мовній картині світу, підкріплюючись фольклорною, пісенною, т.п. традиціями.

Таким чином, концепт входить до оцінного фонду лінгвокультури, він є таким полімерним феноменом, в якому понятійне начало, пройшовши через «сито асоціацій та етнопсихологічної оцінки, органічно поєднується з лінгвокультурним» [Змієва 2004, с. 702]. Тому концепт значно ширше та об'ємніше за поняття.

Взагалі, це, хоча і найбільш вичерпний, але не єдиний підхід до структурування змістовної сторони концепту. Його багатовимірність, яка полягає у наявності декількох складових, не викликає сумнівів у лінгвістів. Вони лише розходяться у кількості та характері семантичних компонентів. Так, є думка, що концепт формується у взаємодії поняття, образу та дії, інша – що він складається з образу, поняття та символу, або виділяють понятійну та емоційну складові, а також «все те, що робить його фактом культури – етимологію, сучасні асоціації, оцінки» [Черданцева 2014]. Виділяють в семантичному складі лінгвоконцепту понятійну (ту, що відображає його ознакову та дефініційну структуру), образну (ту, що фіксує когнітивні метафори) та значущу (яка визначається місцем, що займає ім'я концепту в мовній системі) складові [Черновол-Ткаченко 2016, с. 45]. Саме цей підхід вважається нам таким, що підходить для обраного аналізу структури концепту.

Очевидно, що лінгвісти пропонують різноманітні бачення структури концепту. Хоча більшість з них обов'язково вказують на існування понятійної та оцінної складових.

Оскільки структурні компоненти концепту за будь-якого підходу явно є неоднорідними, стає питання про домінуючу частину його структури. Прояснити це питання нам вважається можливим, якщо застосувати інший підхід до структурування концепту. Один із таких підходів передбачав залучення для опису структури концепту розділяє її на складові згідно з ядрено-периферійним підходом. Він вважає, що концепт складається із базового прошарку, додаткових когнітивних ознак, а також інтерпретаційного поля, або периферії, або ядро, приядерну зону, а також периферію [Glynn 2013].

Взагалі, аналізуючи структуру концепту, вказану на можливість розгляду не лише його мікроструктури, а й макроструктури [Brandt 2015].

Він вважає, що макроструктура концепту складається із змістовних типів знань (інформації), які представлені в концепті. До макрокомпонентів концепту він відносить наступні: образний компонент, який розглядає як суму перцептивного та когнітивного образів предмету, енциклопедичне поле та інтерпретативне поле [Glynn 2018].

Зрозуміло, що кожний мовне суспільство володіє своїми концептуальними цінностями, які можуть виявлятися у різних сферах буття – особливостях соціального устрою, побуту, організації праці, відпочинку, національних символів, тощо, та ставленні представників культури до всього цього. Отже, сукупність концептів, специфічних для певної нації складають національну концептосферу, яка відрізняється від концептосфер носіїв інших мов та представників інших культур.

Формування концептосфери цілком залежить від володіння людиною мовним та культурним кодом. Концептосфера кожної мови може включати базисні концепти, які можуть розумітись як загальнолюдські, універсальні концепти або семантичні примітиви, виділені А. Вежбицькою [Вежбицька 2001], а також як певні ціннісні орієнтири етносу, його «константи» [Nuys 2013]. Але звичайно, концептосфера лінгвокультури не може обмежуватись лише базовими одиницями.

Не менш значущими, за словами А. М. Приходько, для неї можуть бути конфесійні, світкові, географічні, ландшафтні поняття, національна, партійна символіка, культові письменники [Приходько 2006, с. 23].

Отже, кожна культура формує свої стереотипи свідомості та поведінки, але навіть універсальні концепти набувають особливого змісту в кожній нації.

Набір таких стереотипів, які асоціюються з певним народом, є джерелом, що надає об'єктивні відомості про його національний характер. Найбільш популярним джерелом стереотипних уявлень є наступні види мовної творчості: 1) анекдоти та жарти; 2) національна класична та художня

література; 3) фольклор, усна народна творчість; 4) національна мова [Wierzbicka 1992].

І дійсно, досить часто саме ці форми мовленнєвої діяльності є об'єктами концептуальних досліджень, саме вони є засобами вербалізації найбільш значущих концептів культури або контекстами їх вивчення.

1.2.6 Методи і прийоми дослідження концептів. Концептуальний аналіз. Як вже було зазначено, концепт має багат шарову [Glynn 2018]) будову, а різні шари пов'язані з культурним життям різних епох, що створює необхідність залучення різних методів в процесі аналізу. Крім цього, основний метод когнітивної науки полягає в інтеграції даних з різних наукових областей. Так в когнітивній лінгвістиці використовуються підходи психології, нейролінгвістики, лінгво-культурології.

На сьогодні дослідниками розроблено багато методик описання та дослідження концептів. Оскільки в лінгвістичній науці немає жодного загальноприйнятого методу аналізу концепту, всі існуючі методики дослідження можна розділити на два підходи.

Перший передбачає початок дослідження з вибраного концепту, до якого підбираються всі можливі мовні засоби його вербалізації, які аналізуються.

Другий напрям передбачає, що дослідження починається з якогось ключового слова, до якого підбираються різноманітні контексти його вживання. Це дозволяє вивчити семантику даного слова, виявити набір семантичних ознак, які воно здатне представити в процесі вживання. По цьому набору семантичних ознак реконструюється відповідний лексичний або фразеологічний концепт. Розглянувши всю сукупність мовних засобів виразу концепту, а також тексти, в яких розкривається зміст концепту, можна отримати уявлення про зміст концепту в свідомості носіїв мови. Але це завжди буде лише частина цього концепту, тому що жоден концепт не виражається в мові повністю, оскільки:

– концепт – результат індивідуального пізнання, узагальнення,

категоризації, а індивідуальне завжди вимагає комплексу засобів для свого повного вираження;

– концепт є не жорстко структурованою об'ємною одиницею, цілком її виразити просто неможливо;

– жоден дослідник і жоден лінгвістичний аналіз не може виявити і зафіксувати, а потім проаналізувати повністю всі засоби мовної репрезентації концепту в мові, завжди щось залишається не зафіксованим і, отже, неврахованим [Селіванова 2007, с. 96].

До теперішнього часу дослідниками розроблено декілька методик вивчення і опису концептів. Слід зауважити, що під описом концепту [Evans], розуміємо спеціальні дослідницькі процедури тлумачення значення його імені і найближчих позначень. Описання концепту можна представити наступною схемою: 1) дефінування; 2) контекстуальний аналіз; 3) етимологічний аналіз; 4) пареміологічний аналіз; 5) інтерв'ювання, анкетування, коментування [Glynn 2018].

Як нам вже відомо, концепт – складне утворення, що включає різні характеристики: оцінні, образні, асоціативні, і всі вони мають бути враховані в процесі аналізу. В деяких роботах застосовано комплексний підхід, де зауважується, що для встановлення смислового обсягу концепту необхідно: на основі текстових матеріалів визначити референтну ситуацію, з якою співвідноситься даний концепт; встановити місце концепту в мовній картині світу і національній мовній свідомості через звернення до енциклопедичних і лінгвістичних словників (шляхом аналізу словарних дефініцій визначається ядро концепту); врахувати особливості етимології слова; повернути до аналізу різноманітні контексти (поетичні, наукові, публіцистичні, філософські) з метою виявлення периферичних ознак концепту; зіставляючи отримані результати з аналізом асоціативних ядерних зв'язків, зробити висновки про смисловий зв'язок даного концепту з іншими; проінтерпретувати концепт в різних видах мистецтва [About Cognitive 2018].

На думку Л. Вітгенштейна, зміст будь-якого концепту, може бути описаним за допомогою парадигми вживання слова, що позначає його. Так, щоб зрозуміти або пояснити концепт, слід шукати не яку-небудь конкретну або абстрактну суть, яка визначається цим концептом, а звернутися до вживання слова, що позначає його. При цьому під вживанням розуміється не просто безліч конкретних випадків використання того або іншого слова, а певні способи правильного вживання, відповідного лінгвістичним стандартам, прийнятим в даному суспільстві [цит за: Шмидт 2014].

Бачимо, що в обох приведених випадках, дослідники єдині в думці, що концепт необхідно вивчати та аналізувати в контексті, в мовному вираженні, а не шукати якусь абстрактну суть.

Проаналізувавши матеріал з даної проблеми, ми зробили висновок, що найбільш популярними є наступні методики дослідження концепту:

- виявлення семного складу ключового слова: аналізуються тлумачення базової лексичної репрезентації концепту в різних тлумачних словниках. Нерідко дослідники звертаються також до діахронічного аналізу: повертають етимологічні дані, відомості про розвиток і становлення значення ключової лексеми;

- аналіз лексичних парадигм різного об'єму і типу, що вербалізують той або інший концепт. Наприклад аналіз синонімічного ряду ключового слова, такий аналіз дозволяє акцентувати диференціальні ознаки концепту, що виявляються в зіставленні ключової лексичної репрезентації з близькими за значенням словами, або аналіз лексико-семантичного, лексико-фразеологічного, асоціативно-семантичного поля ключового слова, або поля деривату ключового слова;

- аналіз можливостей дериватів ключової лексеми, що реалізовує концепт, і семантики виявлених дериватів також дозволяє виявити ряд додаткових когнітивних ознак досліджуваного концепту. Цей метод припускає підбір не тільки синонімів, але і антонімів ключового слова,



виявлення ядра і периферії поля [Вардзелашвили 2004, с. 41], що надасть уявлення про польову структуру концепту;

– аналіз матеріалу паремій і афоризмів. Автори, що спираються на цю методику при дослідженні концептосфери мови, зазвичай говорять про національно-культурну своєрідність відповідних концептів, про специфіку їх змісту в концептосфері носія тієї або іншої культури;

– аналіз лексичної сполучуваності слів-репрезентантів концепту. Даний аналіз проводиться зазвичай на матеріалі художніх і публіцистичних текстів і дозволяє, зокрема, виявити такі ознаки у складі концепту, які придбали символічний сенс [Деева 2008, с. 372].

Окрім згаданих методик, доцільно також звернути увагу на концептуальний аналіз, який сьогодні є найпопулярнішим, оскільки він дозволяє з'єднати в собі мовну і культурну семантику слова, розмежовану в прикладній лінгвістиці у зв'язку з діленням на мовну і концептуальну картини світу. Синтез цих двох підходів приведе до об'єктивного, повного логічного аналізу концептів природної мови.

Виділяють декілька напрямів концептуального аналізу, який, по-перше, може мати позамовну спрямованість, коли досліджуються конкретні фрагменти дійсності, відображені в концептах і репрезентовані конкретними іменниками, по-друге, концептуальний аналіз може мати й мовну спрямованість, коли перевага віддається дослідженню способів мовного вираження концептів. Часто використовується поєднання як мовних, так і позамовних даних.

Концептуальний аналіз реалізується в певному порядку. Аналіз мовної семантики проводиться в такій послідовності: розкриття етимології слова; виявлення всіх можливих значень і способів вживання; встановлення частотності; визначення словотворчого гнізда; дослідження парадигматичних і синтагматичних стосунків даного концепту з іншими словами.

Культурна семантика, в свою чергу визначається наданням історичної довідки про дане явище та визначення місця і ролі концепту в прислів'ях, фразеологізмах, художній літературі та інших видах дискурсу.

Також об'єднуючою ланкою між мовною і культурною семантикою може вважатися психолінгвістичний експеримент, при якому виявляються асоціативні зв'язки, концептосферичні поля, а також частотність і сполучуваність аналізованого поняття.

Додаткові можливості для опису змісту концептів надають експериментальні методики. Словники різних типів, безумовно, відображають багато сторін змісту концепту, проте часто важлива для розуміння змісту концепту інформація емоційного і оцінного плану залишається за межами словарної статті. Результати психолінгвістичних експериментів дозволяють доповнити уявлення про зміст концепту, що склалося при вивченні матеріалів лексикографічних джерел, текстового матеріалу, а також конкретизувати це уявлення щодо певної групи носіїв мови.

Не менш популярним є дискурсивний підхід до вивченні концептів. Цінність дискурсивного підходу до дослідження концептів визначається самою природою дискурсу, оскільки дискурс виявляється одночасно і «місцем існування», і «засобом реалізації концептів», і впливає на їх зміну і розвиток [Игнатова 2007, с. 229].

Метод концептуального аналізу, в якому акцент робиться на образній складовій концепту, розроблено Дж. Лакоффом та М. Джонсоном, які використовують поняття концептуальної метафори. Цей метод полягає у реконструюванні концептуальних метафор та метонімій в певному виді тексту [Lakoff, Johnson 1980].

Вибір матеріалу і методики для опису змісту концепту не може бути довільним. Наступний розділ роботи присвячено опису методики дослідження та висвітленню результатів когнітивно-семантичного аналізу фразеології та паремій з компонентом FOOD в англійській мові.

## РОЗДІЛ 2

### СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ПОНЯТІЙНОГО ТА ОБРАЗНОГО СКЛАДНИКІВ КОНЦЕПТУ *FOOD* В АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЇ І ПАРЕМІЯХ

2.1 Етапи когнітивно-семантичного аналізу фразеологічних і паремійних одиниць із компонентом *food* в англійській мові

Цей розділ роботи присвячено опису результатів аналізу концепту FOOD у стосунках з іншими складовими концептопростору англійської мови шляхом вивчення англійської фразеології і паремій з компонентом *food*.

Оскільки мова є соціокультурним феноменом, що відбиває певні стандартом поведінки та образу життя, вона є явищем, що змінюється в часі, відображає ідею прогресу та інтегрує преференції смаку представників різних культур.

Отже, і уявлення про навіть базові феномени, до яких належить їжа, що є явищем, відомим людині від початку часів, можуть змінюватися від епохи до епохи, що виражається в тому числі на рівні конотацій мовних одиниць.

Поставлена в роботі мета дослідження передбачає аналіз мовних одиниць різних рівнів – лексичних, що вербалізують концепт FOOD, а також фразеологічних і паремійних, які містять їх в якості структурних компонентів, як цілісних одиниць методом концептуального аналізу.

Це зумовило формулювання низки етапів дослідження.

**Першим** етапом аналізу є систематизація лексичних одиниць, що вербалізують концепт FOOD в англійській мові, які на наступному етапі аналізу виконуватимуть функцію сигналів при здійсненні вибірки безпосереднього матеріалу - фразеологічних та паремійних одиниць.

Їх вибірка та систематизація здійснювалась на принципом синонімічних та інших семантичних параметрів, в результаті чого відібрано:

1) компоненти синонімічного ряду лексеми **food**, до яких належать такі одиниці:

- *bread, chow, chuck, comestibles, cooking, cuisine, drink, eatables, eats, edibles, feed, foodstuff, meal, meat, snack, aliment, bite, board, cheer, chow, comestible, cookery, diet, dish, eatable, eats, fodder, goodies, grit, groceries, grub, handout, keep, larder, menu, mess, nourishment, nutriment, nutrition, pabulum, plate, provender, provision, ration, refreshment, serving, slop, store, subsistence, supplies, support, sustenance, table, tuck, viand, victual, entrée, fast food, home cooking, moveable feast, take out, vittles* тощо;

2) компоненти антонімічного ряду лексеми **food**, до яких належать лексичні одиниці

- *starvation, beverage, bane, poison, toxin, venom, candy, fluff, pap, pablum, bane, poison, toxin, venom* тощо;

3) структурні і семантичні похідні від лексеми **food** та її синонімів: *foodstuff, feeding, cat food, dog food, fast food, food chain, food fight, food pyramid, food stamp, junk food, rabbit food, whole food, wholemeal* тощо;

4) компоненти тематичної групи Food, що є найбільшою кількісно і досить розгалуженою.

Вона включає підгрупи, до яких наведені приклади одиниць, що до них входять. Серед таких груп:

1) “Fruit and berries” (*apple, orange, pear, plum, strawberry, lemon, currant, peach, etc.*),

2) “Vegetables and greens” (*tomato, potato, mushroom, zucchini, aubergine, onion, beans, garlic, parsley, dill, lettuce, spinach*),

3) “Grains/Cereals and Nuts” (*rice, buckwheat, oats, almond, hazel nut, pistachio*),

4) “Protein food” (*meat, pork, mutton, goose, turkey, lamb, veal, fish, salmon, cod, chicken, liver*),

5) “Dairy” (*sour cream, yoghurt, milk, cream, cheese, cottage cheese, kefir, parmesan*),

6) “Meals” (*lasagna, soup, French fries, pie, chips, pasta, pizza, sandwich, hamburger, steak, pancake*),

7) “Beverages” (*lemonade, beer, water, wine, tea, coffee, alcohol, drink, juice, whiskey, cocktail*),

8) “Sweets/Desserts” (*cake, icecream, pie, candy, chockolate, sweets, tiramisu*),

9) “Cooking and eating process” (*bake, boil, fry, roast, grill, stew, grind, mix, eat, swallow, sip, chew*).

**Другий** етап аналізу передбачав відбір методом суцільної вибірки фразеологізмів і паремій з лексичною одиницею, з систематизованих вище груп, що вербалізує концепт FOOD в англійській мові, з інтернет-словників, а також друкованих лексикографічних джерел: Oxford Dictionary of Proverbs, Dictionary of Proverbs and Their Origins, Dictionary of Proverbs.

Загальний обсяг відібраних і проаналізованих фразеологізмів і паремій – 487 одиниць (*be the apple of one’s eye, to be a lemon, to go bananas, in apple-pie order, to eat the cake and still have it, to be nuts, bread and butter, a bad egg, to have a finger in every pie* тощо).

**Третій** етап дослідження передбачав аналіз семантики відібраних одиниць та співвіднесення їх з концептами – складовими концептопростору носіїв англійської мови, що їх вербалізують, а також вивчення їх понятійно-образного аспекту шляхом залучення методики реконструкції концептуальних метафор [Lakoff, Johnson 1980], та інших когнітивних процесів, узагальнених за допомогою концептуальних моделей типу концептуальна метонімія [Koevesces 2002] або концептуальний оксиморон [Gibbs 2006].

Концептуальні моделі, що таким чином виводяться, узагальнюючи ментальні процеси такі як тотожність / аналогія (за метафоричною моделлю SOMETHING IS SOMETHING), асоціація (за метонімічною моделлю

SOMETHING stands for SOMETHING) та контрастування (за моделлю оксиморона SOMETHING VS SOMETHING).

**Четвертий** етап дослідження полягав у систематизації отриманих результатів та визначенні тенденцій стосовно переважного напрямку когнітивних процесів та спектру корелятивів в ході образної концептуалізації.

Отже, в наступному підрозділі роботи розглянемо діапазон концептів, вербалізованих за допомогою фразеологізмів і паремій з компонентом *food*, а також які понятійні складові концепту є вербалізованими в англійських пареміях та фразеологізмах, щоб з'ясувати на яких характеристиках акцентується увага колективної свідомості носіїв англійської мови, найчастіше шляхом образного переосмислення.

## 2.2 Концептуальний простір фразеологічних і паремійних одиниць із компонентом *food* в англійській мові

Цей підрозділ роботи присвячено дослідженню семантики фразеологічних та паремійних одиниць з компонентом *food*.

Відібрані з названих лексикографічних джерел фразеологічні і паремійні одиниці систематизовані за складовим фрагментом концептуального простору, який вони вербалізують.

Відповідно до результатів кількісного аналізу, домінуюча частина фразеологічних та паремійних одиниць англійської мови з компонентом *food* застосовуються для номінації людини у різних її проявах та характеристиках, а також її дій і поведінки.

Так, людину описують, зокрема, наступні одиниці, в яких на когнітивному рівні відбувається поєднання двох концептосфер FOOD та HUMAN BEING внаслідок переосмислення за аналогією і активовано

концептуальну метафору HUMAN BEING IS FOOD або концептуальну модель метонімії на основі асоціації – FOOD stands for A HUMAN BEING.

Наприклад, це ілюструють фразеологізми **a bad egg** «*a person who is bad, dishonest, or unreliable*», **a good egg** «*a person who is good, honest, or reliable*», **a big cheese** «*an influential or important person*», **the apple of one's eye** «*someone very precious or dear*», **the apple never falls far from the tree** «*used to say that children are usually similar to their parents*», **the fruit(s) of one's loins** «*(humorous) one's child, children, or descendants*» та багато інших.

При цьому з аксіологічної точки зору вони позначають:

1) позитивні ознаки людини – «надійний, добрий, гарний, чесний, впливовий»:

- **the best thing since sliced bread** “*to be an excellent person*”,
- **a good egg** “*a person who is good, honest, or reliable*”,
- **to be a peach** “*a very nice person*”,
- **top banana** “*the most powerful or important person in a group or organization*”, а також

2) негативні ознаки людини – «дивакуватий, з поганими особистісними якостями, важкий у спілкуванні, ненадійний, злий, слабкий»:

- **a hard/tough nut to crack** “*a person who is difficult to understand*”,
- **a bad egg** “*a person who is bad, dishonest, or unreliable*”,
- **small potatoes / small beer** “*somebody who does not seem important when compared to somebody else*”,
- **a hot potato** “*a controversial person who is difficult to deal with*”,
- **a bad apple/rotten apple** «*someone who does bad things and influences other people so that they do bad things too*»,
- **to be a fruitcake** “*a crazy or eccentric person*»,
- **low hanging fruit** “*a person that can be won, obtained, or persuaded with little effort*”,
- **a pea brain** “*a person who watches a lot of television and does not have an active life*”,

- **a couch potato** “*a person who watches a lot of television and does not have an active life*”.

Причому переважно в ролі джерел образного переосмислення слугують складові тематичної групи «Овочі та Фрукти», одиниці яких вербалізують складові лексико-семантичних груп “Fruit” та “Vegetables”.

Деякі з них набувають певних метафоричних ознак завдяки епітетам, як, наприклад, **good egg, bad egg, bad / rotten apple**, переважна ж кількість з них мають певні конотації чогось позитивного – як **to be a peach, top banana**, або метафоричне розуміння складного, важкого або дивакуватого характеру - **to be a nut hard to crack, a couch potato, to be a fruitcake**.

До них долучаються також фразеологічні і паремійні одиниці, які характеризують поведінку людини.

Фразеологізми і паремії цієї групи позначають дії та характеризують їх з боку ознак, відповідності соціальним або особистісним нормам чи ні, ефективності чи ні, власним очікуванням тощо. Сюди належать такі приклади фразеологічних одиниць, як:

- **to bring home the bacon** “*to earn for a living*” – заробляти гроші, де бекон асоціативно позначає хліб – будь-яку їжу в цілому (BACON stands for FOOD),

- **to cry over spilt milk**, що означає “*be upset, sad or complain over something bad that has happened in the past*”, де молоко, що збігло, переосмислюється як асоціація до *минулих подій*, що не можна повернути і що не варто згадки (SPILT MILK stand for PAST EVENT);

- фразеологізм **to have a finger in every pie** “*to be involved in or have influence over a lot of different activities or enterprises*”, – сунути свій ніс у будь-яку справу, де *пиріг (pie)* переосмислюється як *справа* (PIE stands for SOMEBODY’S MATTERS), причому справи будь-якої пересічної людини, оскільки пиріг не є чимось святковим, а простою і буденною їжею.

Поведінку людини описують і низка наступних фразеологізмів, як



- *to make mincemeat (out) of someone* “to easily defeat someone in an argument, competition or fight”, що означає «зробити м’ясний фарш з когось», де *фарш* означає стан *безладу* (MINCEMEAT stands for a MESS);

- *to make a meal (out) of something* – “to spend too much time or energy on something” – витратити забагато часу на щось, же блюдо асоціативно позначає якийсь енергозатратний процес, в якому складно отримати результат (MEAL stands for a COMPLICATED RESULT).

Процес поїдання їжі, її пережовування, та перетравлення часто переосмислюються порівняно з процесом розуміння. Розумові процеси також вважаються схжими, адже ми говоримо «переварювати інформацію, пережовувати її», тощо, та й інші ментальні процеси, як вірити, вважати, думати, часто уподібнюються до поїдання. Це, зокрема, ілюструє фразеологічна одиниця *to eat something up* “to believe something”, де EATING IS BELIEVING.

Продовжує тенденцію переосмислення процесу їжі як мисленнєвого процесу та його результату фразеологізм *food for thought*, що означає “something that makes you think carefully”, тобто те, що стимулює ваші думки і мізки до роботи. В цьому випадку *food* – це стимул, як і їжа, що провокує процеси енерговироблення в організмі, без якого він не зможе функціонувати або ж уповільнює свою роботу, так і певні ідеї, поради, факти, інформація, що потрапляють в голову, і визивають інтенсивний хід думок, вироблення нових ідей тощо.

Такий напрям переосмислення часто розповсюджується і на більш широке коло дій людини, що ілюструє фразеологізм *to bite off more than one can chew* “to try to do something that is too big or difficult to do”, або *to have a lot/enough on one's plate* – “to be too busy”.

Тут, як бачимо, процес їжі концептуалізується як процес будь-якої дії (CHEWING IS ACTING), а сама їжа на тарілці – як справи, що потребують, щоб їх зробили (FOOD ON THE PLATE TO EAT stands for THINGS TO DO).

Потреба є в чомусь часто образно позначається як потреба в їжі, голод (HUNGER stands for NECESSITY), що бачимо на прикладі фразеологічної одиниці *to be hungry for something* “*to have a strong desire for something*”.

Тенденцію виступати засобами вербалізації поведінки людини підтримують і фразеологічні одиниці *to have egg on one's face* “*to be embarrassed or appear stupid because of something that you have done*”, *to put all of one's eggs in one basket* “*to depend completely on a single person or plan of action, usually at the risk of losing everything if that person or plan is not successful*”, хоча і з різним значенням, якого набуває лексема *egg* в них обох – в першій вона означає ситуацію, що спричиняє зникнення, а в другому – асоціативно пов’язується із здобутками, або результатом роботи.

Фразеологізм *to have one's own cake and eat it* зі значенням “*to want more than someone can handle or deserves, try to have two incompatible things at once*” вербалізує поведінку людини, яка намагається отримати неможливе, і демонструє активацію концептуальної метафори CAKE stands for SOME REWARDS/BENEFIT OF LIFE, або ідіома *to take something with a grain/pinch of salt* “*to understand that something may not be completely true or accurate*” із вказівкою на те, що не все є можливим або вірним, правдивим.

Їжа, до речі, досить часто виступає «мірилом» успіху, що йде, ймовірно, ще з прадавніх часів, коли головне було - «вбити мамонта» і нагодувати представників племені і для чоловіка в цьому складалась його головна задача і його головний успіх – принести додому їжу. Саме тому, метафорично, образ їжі взагалі і образи конкретних блюд або їстівних явищ виступають асоціативним представником успіху або здобутку, результату праці, або способом оцінки.

Таку оцінку важливості справи, що передбачається, спостерігаємо на прикладі фразеологічної одиниці *have a bigger fish to fry* “*to have more important things to do*”, що передається вербально через образ більшої за розміром риби, яку доведеться пожарити та поїсти.

Закономірно, у зв'язку із цим, виходячи з розцінення їжі як власності, образне представлення неуспіху або програшу як її відсутності, або її полишення кимось, хто вас переміг. Звідси йде метафора перемоги – з'їсти чийсь ланч, що означає «перемогти». Це ілюструє, наприклад, фразеологічна одиниця *eat someone's lunch* – “*to defeat someone thoroughly*”.

Аспекти людської поведінки фразеологічно описують і наступні ідіоматичні вирази, де кожна назва їжі обумовлює значення, що утворюється у фразеологічній одиниці як єдиного цілого: *cut the mustard*, що означає “*do something adequately*” - робити щось відповідно до ситуації, в дусі часу, де добір образу гірчиці (*mustard*) як пікантної добавки, гострої приправи до їжі, що додає особливого яскравого смаку, пояснюється тим, що мається на увазі поведінка на піці, на гострині вимог часу, актуальна до ситуації.

Також фразеологічна одиниця *to eat a humble pie*, що означає “*to admit defeat or error, to accept humiliation*” – «визнавати те, що ти переможений або принижений». Образ *пирога (pie)* є епітетом «скромний» (*humble*) тут імплікує, на наш погляд, завдаки звичайності цього типу їжі в англійській культурі, щось звичайне, непримітне, що програє на фоні інших, більш виразних форм їжі (а розуміємо, людей та їх проявів).

Цікава семантика є у лексеми *вишня (cherry)*, що асоціюється із першим досвідом людини в будь-чому, що спостерігаємо на прикладі фразеологічної одиниці *to pop (one's) cherry* “*to do something for the first time*”.

Паремії переважно позначають певні поради поведінки, як, наприклад, **When life gives you lemons, make lemonade** “*(proverbial) focus on the good in a bad situation and take action accordingly - or make the most of a bad situation*” із вказаним значенням щодо того, що треба вижати з ситуації все можливе задля виходу з неї, і ще й найпозитивнішим способом.

Тут лимон метафорично переосмислюється як щось неприємне шляхом активації концептуальної метонімії LEMON stands for UNPLEASANT SITUATION / ЛИМОН замість НЕПРИЄМНОЇ СИТУАЦІЇ.

Такий напрям переосмислення базується на тому, що дії і оцінки людини пов'язані з тілесним досвідом, а оскільки кисле на смак сприймається у нас далеким від задоволення, концептуалізуючись крізь призму концептуальної метафори **SOUR IS UNPLEASANT**, стимулюючи прояв наступної ланки переосмислення – **SOUR stands for SOMETHING UNPLEASANT**.

Паремія **One bad apple spoils the (whole) bunch**, зі значенням “*it only takes one bad person, thing, policy, etc, to ruin an entire group, project, situation, etc.*”, що акцентує увагу на поведінці людини, частіше негативного порядку, що зумовлює відповідне поводження людей в його оточенні, віжбувається за допомогою активації концептуальної метонімії **APPLE stands for a HUMAN BEING**.

Алегорично паремія **One's eyes are bigger than their stomach**, що означає “*one has taken more food than one can eat (humorous)*”, може також розповсюджуватись на будь-які справи людини, коли вона бере на себе більше, ніж те, з чим може справитись (**FOOD stands for ONE'S MATTERS**).

Окреме коло фразеологічних і паремійних одиниць мають семантику характеристичності, застосовуючись в ролі епітетів для широкого спектру явищ.

Так, ролі епітетів набувають наступні одиниці, які містять лексему на позначення їжі або належить до тематичної групи **FOOD**, які є результатом семантичного переосмислення.

Так, зокрема, характеристика **half-baked**, що застосовується, наприклад, як ознака думки або ідеї, що не є визрілою і не є обдуманною належним чином (“*a half baked idea has not been properly thought out (adjective)*”), що супроводжується активацією концептуальної метафори **BAKED IS THOUGHT OVER**.

Лексичні одиниці, що позначають назву їжі, як **bananas** та **nuts**, в складі фразеологічних одиниць **to go bananas** “*to become crazy, extremely angry or excited*” або **to go nuts** “*to become crazy, insane*” виконують предикативну функцію, набувають ад'єктивізації та виконують роль епітетів в ході

характеризації поведінки людини, що не відповідає здоровому глузду. Тут активується концептуальна метафора BANANAS / NUTS IS CRAZY.

Такий самий напрям переосмислення за асоціацією спостерігаємо на прикладі фразеологічної одиниці *a few sandwiches short of a picnic*, що означає “*abnormally stupid, not really sane*” - «ненормальний або дурний».

Аналогічним є механізм утворення функції характеристизації в ідіомі *to cherry-pick* – “*to select the best or most desirable*”, де *cherry* набуває значення «найкращий» (CHERRY IS DESIRABLE).

Функції епітета може набувати ціла фраза ідіоматичного типу, як, наприклад, *sour grapes*, що означає «незаслужовано охарактеризований поганим або недостойним», що супроводжується активацією концептуальної метонімії SOUR GRAPES stands for UNDESERVEDLY BAD.

Метонімічний зв'язок тут сформовано на основі асоціації, оскільки цей фразеологізм виник з байки Езопа про лисицю і виноград, не діставши якого, вона визнала незрілим і кислим.

Якісні показники явищ дійсності описує також фразеологічна одиниця *icing on the cake* “*a bonus; something that makes a good situation even better*”, що означає найвищий показник задоволення від чогось або найвищу ознаку чи похвалу чогось, свого роду «вишенька на торті», що відбувається за допомогою активації концептуальної метафори ICING ON THE CAKE stands for SOMETHING THE BEST.

Не лише якісні, але й кількісні показники можуть позначатись засобами англійських фразеологізмів і паремій.

Наприклад, найбільшу кількість чогось позначають фразеологічні одиниці *more than you have had hot dinners* (“*very many / much*”), що означає «дуже багато» та *all the tea in China* “*great wealth, a large payment*”, що імплікує кількісну вказівку велику плату за щось або велике багатство, порівняно із тим, скільки їжі (*dinners*) людина з’їдає за життя, якщо брати до уваги перший фразеологізм, і скільки чаю випивають в Китаї, - якщо йдеться про другий.

Втім, обидва застосовуються для образної інтерпретації великої кількості.

Іноді ці кількісні показники можна позначити за допомогою фразеологічної одиниці *from soup to nuts*, що означає все, з початку і до кінця (“*everything, from the beginning to the end*”).

Отже, фразеологічні одиниці, семантика яких сягає тематичної групи «Кількість», також мають різноманітний характер, і позначають різні аспекти кількісних характеристик – від обсягів і глибини до спектру явищ, що мають на увазі в тому чи іншому контексті.

В цілому, підсумовуючи отримані в ході аналізу дані та роблячи висновки стосовно широти концептуального простору фразеологічних та паремійних одиниць з компонентом *food*, впадає до фокусу уваги помітне і явне домінування антропологізації цих одиниць лексичного складу мови, оскільки напрям переосмислення цих фразових одиниць в основному відбувається в напрямку опису людини (у 34 % випадків) та поведінки людини (у 57% випадків), що передбачає перенесення до концептосфери HUMAN BEING / ЛЮДИНА.

Також незначна кількість одиниць застосовується для позначення абстрактних явищ, серед яких базові філософські категорії як БУТТЯ, ПРОСТРІ, ЧАС, КІЛЬКІСТЬ, а також якості цих категорій і явищ дійсності, а також людини та її проявів.

Серед когнітивних процесів переважає помітно концептуальна метонімія, оскільки часто функція назв їжі є цілком символічною, тож має лише асоціативний зв'язок з названим явищем, символізуючи його, а не апелюючи до сходства. На другому місці серед когнітивних процесів за продуктивністю є аналогія і концептуальна метафора, що свідчить про схожість зовнішню або функціональну.

Оскільки в цьому розділі аналізу підлягала цілісна семантика фразеологічних одиниць та паремій, що набуває певних значень як комплексні одиниці, а значення назви їжі не набували систематизації, а лише попутного

опису, в наступному підрозділі роботи ми сконцентруємо увагу на саме образній інтерпретації назв їжі та спробуємо вивести домінуючі тенденції в аспекті образної концептуалізації лексем, що позначають їжу в складі фразеологічних і паремійних одиниць, в аспекті діапазону і спектру корелятивів і джерел переосмислення, що беруть у цьому участь.

Таким чином можна також встановити спектр когнітивних зв'язків концепту FOOD з іншими складовими концептопростору носія англійської мови, що встановлюються в ході образного перенесення між структурами ментального рівня і проявляються на вербальному рівні.

### 2.3 Образна концептуалізація назв їжі в складі англійських фразеологізмів і паремій

Цей підрозділ роботи присвячено висвітленню результатів дослідження семантики назв їжі в англійській мові в ракурсі їх образного переосмислення в складі фразеологічних і паремійних одиниць англійської мови.

В цьому підрозділі роботи визначено домінуючі тенденції в аспекті образної концептуалізації лексем, що позначають їжу в аспекті діапазону і спектру корелятивів і джерел переосмислення, що беруть у цьому участь.

Таким чином, встановлено спектр когнітивних зв'язків концепту FOOD з іншими складовими концептопростору носія англійської мови, що встановлюються в ході образного перенесення між структурами ментального рівня і проявляються на вербальному рівні.

Як продемонструвало виконане дослідження, що проводилось із залучення методики реконструкції концептуальних метафор [Lakoff, Johnson, 1980; Kovesces 2002], концепт (концептосфера) FOOD встановлює зв'язки на ментальному рівні з такими концептами / концептосферами як HUMAN BEING / ЛЮДИНА (28 %), ABSTRACT PHENOMENA / АБСТРАКТНІ

ЯВИЩА – 64 % (QUANTITY / КІЛЬКІСТЬ, QUALITY / ЯКІСТЬ, EMOTIONS AND FEELINGS / ЕМОЦІЇ ТА ПОЧУТТЯ, SPACE / ПРОСТІР, TIME / ЧАС та інші), ARTEFACTS / АРТЕФАКТИ – 8 %.

Домінування концептосфери HUMAN BEING / ЛЮДИНА як домену-мети и ході образної концептуалізації предметів їжі, а також концептів, що є складовими концептосфер, образними корелятами яких виступають явища їжі, таких як ABSTRACT PHENOMENA / АБСТРАКТНІ ЯВИЩА – (QUANTITY / КІЛЬКІСТЬ, QUALITY / ЯКІСТЬ, EMOTIONS AND FEELINGS / ЕМОЦІЇ ТА ПОЧУТТЯ, SPACE / ПРОСТІР, TIME / ЧАС та інші) та ARTEFACTS / АРТЕФАКТИ, що є щільно пов'язаними з концептосферою HUMAN BEING / ЛЮДИНА, оскільки позначають людські стосунки, характеризують їхб простір існування людини, а також рукотворні явища, створені людиною, відбивають тенденцію антропоцентризма в мові.

Антропоцентризм – різновид телеології, філософське бачення дійсності, за яким людина є центром Всесвіту і метою всіх подій, які в ньому відбуваються, що вона створена Богом «за своїм образом і подобою». Антропоцентризм — це принцип, відповідно до якого людина є завершенням еволюції світобудови. Сам термін був вперше вжитий в добу Відродження. Суть його полягає в тому, що центр Всесвіту переноситься від проблем світобачення до конкретних проблем людини.

На матеріалі нашого дослідження, що спостерігаємо в ході аналізу вербальних засобів англійської мови на прикладі фразеологізмів і паремій, в цій роботі антропоцентризм проявляється в тому, що напрям образного переосмислення добирається таким чином, що образними корелятами їжі виступають концепти / концептосфери, безпосередньо або опосередковано пов'язані з людиною, її діяльністю та її результатами. Тож ця тенденція є цілком закономірною, характеризуючи мову і мислення.

Домінуючі тенденції відбиває діаграма 2.1.

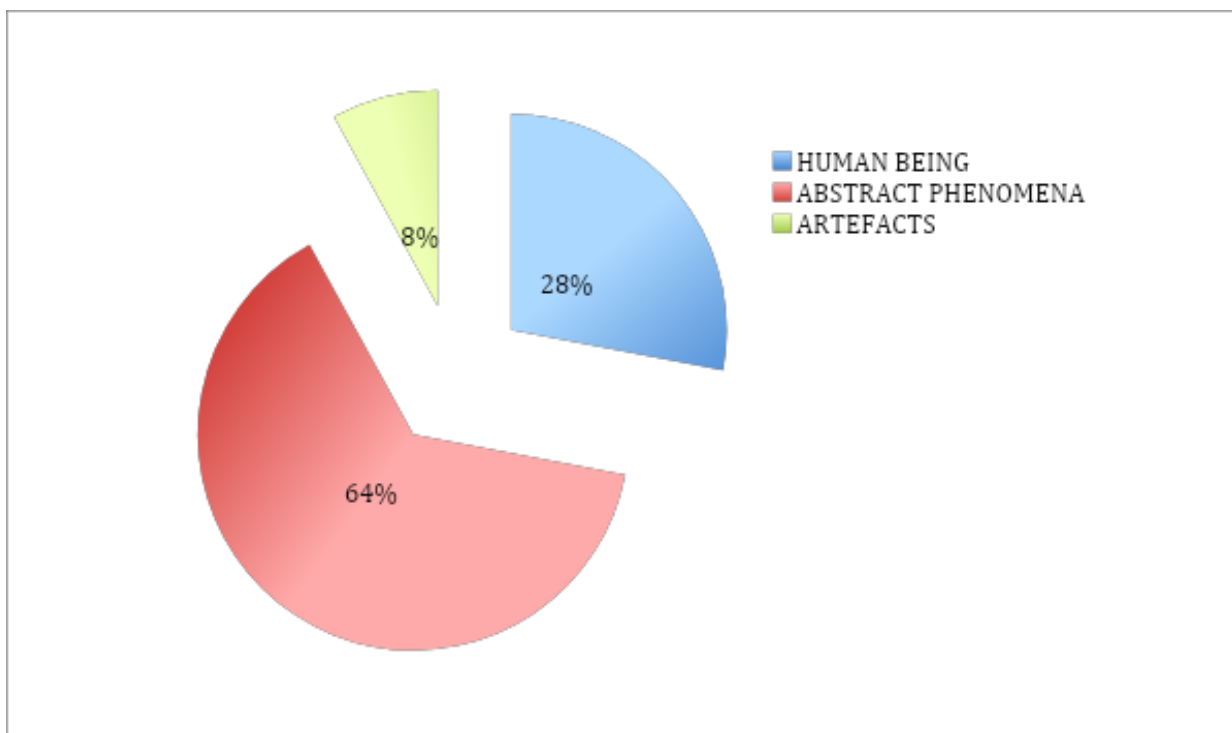
Наприклад, проілюструємо зазначені тенденції фразеологізмами або пареміями англійської мови з компонентом *food*.



Так, активацію концептуальної метонімії FOOD stands for a HUMAN BEING ілюструють наступні фразеологізми, що алегорично або символічно позначають людину в той час як на вербальному рівні йдеться про їжу: *to be like chalk and cheese* “people who are very different and have nothing in common”, *an apple of someone’s eye* “someone very precious or dear”, *a bad egg* “a person who is bad, dishonest, or unreliable”, *a good egg* “a person who is good, honest, or reliable”, *a big cheese* “an influential or important person”, *a hard/tough nut to crack* “a person who is difficult to understand”, *the best thing since sliced bread* “to be an excellent person”, *small beer* “unimportant person who does not take decisions”, *tough cookie* “a very determined person” та багато інших.

Діаграма. 2.1

Домінуючі тенденції у виборі концептосфер-мети в ході образної концептуалізації концепту FOOD



В якості джерела переосмислення може бути будь-який образ, що входить до концептосфери FOOD, серед яких BREAD, CHEESE, EGG, NUT, BEER, POTATO, APPLE, COOKIE та інші, які асоціативно позначають людину.

Як бачимо, тут спостерігаємо явище алегорії, а алегорія є символічною за характером, саме тому найбільш розповсюдженим когнітивним процесом в ході переосмислення образів їжі є саме концептуальна метонімія, де відповідність залежить не від схожості явищ за зовнішністю, функціями, характеристиками та іншим, а носить умовний характер.

Алегорія (від грец. Allegoria – іносказання) – це перенесення властивостей та характеристик одного предмета чи явища на інший для кращого відображення образу. Таким чином утворюється переносне значення.

Саме таке явище спостерігається і в наведених прикладах фразеологізмів, коли йдеться не власне про їжу, а про інші речі – коли говорять про горішок, що не можна розколоти, про погане яблуко або яйце тощо, а мають на увазі людину та її характерні риси і ознаки, що проявляються в її поведінці.

Особливо яскраво і часто явище алегорії проявляється на рівні паремійного фонду, адже алегоричність притаманна їм як невід’ємна ознака і те, що в паремії відображено вербальними засобами, має інтерпретуватись значно ширше, адже йдеться про речі, що асоціативно або символічно пов’язані з ними і найчастіше ними виступає людина, стосунки людей, її ознаки характеру та прояви.

Наприклад, це спостерігаємо у паремії **The apple never falls far from the tree** (“*used to say that children are usually similar to their parents*”), де йдеться далеко не про яблуню та яблука, а про дітей та їх батьків, про яких іронічно або навіть в негативному контексті згадують, коли бачать подібність скоріше небажаного характеру, не схвалюючи поведінки дітей, і порівнюючи їх умовно до батьків, знаходячи корінь проблеми в тому, якими є батьки і констатації неможливості якихось очікувань від дітей бути кращим за батьків, приклад яких вони завжди бачили.

Окрім концептосфери HUMAN BEING / ЛЮДИНА, концепт FOOD / ЇЖА у 64 % випадків застосовується як вказівка на абстрактні явища,

вступаючи в зв'язки з концептосферою ABSTRACT PHENOMENA /АБСТРАКТНІ ЯВИЩА.

У царині філософії абстракція (від лат. abstractio – відвернення, виведення; введено як переклад грецького терміна, використаного Аристотелем) є однією з найважливіших операцій мислення. Як пише С. В. Воробйова, результати абстракції – образи реальності [Воробйова]. Для розрізнення результату абстракції і самого процесу абстракції останній іноді називають абстрагуванням. Абстракція передбачає відмову від фіксації одиничного, випадкового на користь виокремлення загального, необхідного для забезпечення істинного пізнання світу [Воробйова, с. 41].

В європейській філософії, логіці, лінгвістиці (Г. Давидова, А. Р. Лурія, М. Мамардашвілі, В. З. Панфілов, Т. А. ван Дейк, Р. І. Павільоніс) абстрактне трактується як спосіб поетапного мисленнєвого членування об'єкта, що продукує поняття, що утворюють більш загальні зображення реальності [Воробйова 2011, с. 42]. У філософії абстрактне і конкретне – це категорії, що означають ступені пізнання дійсності, вираженні у гносеологічному законі від абстрактного до конкретного. Абстрактне – це розумовий образ, отриманий шляхом абстрагування від тих чи інших не суттєвих властивостей чи відношень предмета з метою виділення його суттєвих ознак: теоретичне узагальнення, що дозволяє відобразити основні закономірності досліджуваних явищ, вивчати й прогнозувати нові, невідомі закономірності. При цьому абстрактними об'єктами виступають цілісні утворення, що складають безпосередній зміст людського мислення: поняття, судження, закони і т.ін. [Толчєєва 2011].

В лінгвістиці до абстрактних належать іменники на позначення:

- а) якостей і властивостей (щирість, чорнота, ясність, патріотизм);
- б) психічних і фізичних станів (сон, тиша, страх, любов, непритомність);
- в) дій і процесів (біг, хід, горіння, приїзд, перемовини);
- г) понять етикету (вітання, прощання);
- г) наукових понять (діалектика, функція, модальність, сюжет);

До логічного та лінгвістичного розуміння абстрактного поняття найбільш наближене психологічне. У розумінні психологів, абстракція визначається як когнітивний процес, в якому відбувається виділення з цілісного предмета його окремих властивостей [Толчєєва 2011, с. 13]. Абстракція є базою для процесів узагальнення й утворення понять. А головне – це те, що ця категорія становить необхідну умову категоризації, завдяки якій формуються узагальнені образи реальності, що дозволяють виділити важливі для певної діяльності зв'язки й відношення об'єктів.

При нехтуванні суттєвих ознак абстракція стає поверхневою і незмістовною; у цьому разі абстрактними називаються пусті, відірвані від реальності міркування і поняття. Критерієм істинності й продуктивності абстракції є практика.

Визначення абстрактного як лінгвістичної категорії має певну традицію. Ще Володимир Даль розглядав абстрактне в опозиції з конкретним. Абстрактне є загальним, відхиленням, ідеальним, розумовим, а конкретне, навпаки, – визначеним, точним, прямим, предметним [цит. за: Толчєєва 2011, с. 12-13].

Саме тому, виходячи з усього вище сказаного, і виникає проблема референції і номінації абстрактних явищ, і не лише лексичними засобами, а й більш експресивними засобами фразеології і паремій.

Серед абстрактних явищ, для вербалізації яких застосовуються фразеологічні і паремійні одиниці з компонентом *food* спостерігаємо і емоційно-почуттєві стани людини, і базові онтологічні категорії як простір, час, кількість, якість тощо.

Кількість та спектр їх є дуже широким, а їх кількісне домінування серед концептів / концептосфер мети в ході образної концептуалізації їжі пояснюється, на наш погляд тим, що абстрактні явища важко піддаються вербалізації, оскільки не мають конкретного характеру. Саме тому пояснити їх словами зазвичай буває вкрай важко. Особливо якщо це потребує експресивного і емоційного вираження, для чого найкраще підходять

фразеологізми та паремії з їх алегоричністю та здатністю передавати глибокий смисл найбільш багатогранним способом.

З усього фразеологічно-паремійного фонду англійської мови абстрактні явища часто виступають об'єктом опису, і одиниці з компонентом FOOD в складі не є виключенням. Вважаємо, що апеляція, навіть образним чином, до базових, давно зрозумілих і близьких понять, серед яких для кожної людини є їжа як базова потреба кожного дня, є одним із доступних способів найти відсилку до відомих явищ на рівні когнітивних (ментальних) структур як їх відповідників у світі конкретних речей, і, як наслідок, вербалізувати їх за допомогою одиниць, які позначають у їх прямому значенні конкретні явища, набуваючи конотацій і образного значення у складі фразеологізмів і паремій.

Це визначається загальною тенденцією процесів категоризації дійсності [Aitchison 2002; Rosch 1986], де абстрактне категоризується і усвідомлюється за допомогою конкретних явищ, відповідно до отриманого експерієнційного досвіду.

Проілюструємо це положення проаналізованими одиницями з фразеологічного і паремійного фонду англійської мови.

Наприклад, у відомій фразеологічній одиниці *to be someone's cup of tea* ("something is not to one's interests or tastes"), що застосовується для зазначення, що якась певна сфера інтересів або діяльності не відповідає його натурі або смаку, *чашка чаю* – CUP OF TEA виступає вказівкою на абстрактне INTEREST / CALLING / TASTE.

Алегоричною за своєю природою є фразеологічна одиниця *to compare apples and oranges* "to compare things that are very different", де APPLES та ORANGES співвідносяться з будь-яким об'єктом дійсності, в тому числі абстрактними для підкреслення їх різниці. При цьому яблука та помаранчі тут не порівнюються з явищами дійсності, а виступають їх асоціативними відповідними як види їжі, що є різними на смак та прототипні для різних культур – яблука для жителів середньої кліматичної полоси, помаранчі – для тропічного кліматичного поясу.

Цю тенденцію продовжує і фразеологічна одиниця *a bitter pill (to swallow)* “*something that is very unpleasant but must be accepted*”, де гірка пілюля (*bitter pill*) відповідає будь-яким неприємним, небажаним відчуттям або емоціям, чого людина зазвичай уникає, що супроводжується активацією концептуальної метонімії BITTER PILL stands for UNPLEASANT EMOTION / FEELING.

Кукурудза у фразеологічній одиниці *acknowledge the corn* “*admit to a mistake, especially a small one; point out one’s own shortcomings, or another’s*” постає як відповідник помилки або нестачі чогось, що на когнітивному рівні відбувається шляхом активації концептуальної метонімії CORN stands for MISTAKE / SHORTAGE. Вважаємо, що основі такого напрямку переосмислення – ідея про те, що у фразеологізмі йдеться про помилку що є природньою та чого не можна уникнути, це відбудеться так чи інакше, що ґрунтується на образі кукурудзи як чогось звичайного, буденного та повсякденного в англо-саксонській культурі.

Фразеологізм **red meat**, що означає “*political appeals designed to excite one’s core supporters; demagoguery*”, передбачає образну концептуалізацію червоного м’яса за моделлю метонімізації RED MEAT stands for DEMAGOGUERY.

Деякі види їжі, що в певній культурі, і в англо-саксонській, зокрема, обростають певними конотаціями, як пов’язані в тим чи іншим святом, як гуска або індичка, Відповідно, вони асоціюються і з якимись подіями – добрими чи ні, в культурному контексті. Так, наприклад, *гуска (goose)* асоціюється зі святковим обідом і святкуванням перемоги, тож в англійській мові сформувалась фразеологічна одиниця *to cook someone’s goose* “*to insure someone’s defeat, to frustrate someone’s plans*”, де імпліковано напрям переосмислення GOOSE stands for VICTORY, що також належить до абстрактних явищ.

Явища негативного порядку також набувають переосмислення крізь образи їжі. Наприклад, проблема або проблематична ситуація

переосмислюється крізь призму образу *gorixa (nut)*, який є нелегким для того, щоб його розкрити і дістати горішок, коли застосовують фразеологічну одиницю *hard nut to crack* “*a difficult problem or situation*”, говорячи про ситуацію, яку важко «розколоти» – вирішити.

Паремійна одиниця *too many cooks spoil the broth*, що означає “*a project works best if there is input from a limited number of people*”, базується на пересмисленні *бульону (broth)* як проекту, роботи, результату роботи (BROTH stands for RESULT OF WORK), який може лише зіпсуватись від великої кількості задіяних людей, але потребує більш пильної уваги однієї людини, яка була б відповідальна за це, так само як і з приготуванням супу – якщо його варитимуть більш ніж одна особа, скоріш за все результат не буде найкращий, адже люди будуть сподіватись одне на одного або навпаки – робити те саме багаторазово.

*Боби (beans)*, що, ймовірно, асоціюються зі звичайною їжею і життям небагатої родини у скруті, виступають образним корелятом сімейних секретів у фразеологічній одиниці *spill the beans* зі значенням “*reveal a secret*”, де розлити бобову страву означає “розкрити родинні секрети”.

Активация концептуальної метонімії BEANS stand for SECRET базується, на наш погляд, на проблематичності втрати розливої їжі для родини, яку нема чим більше годувати, з розкриттям тайни, що також може спричинити негативні наслідки і є небажаним.

Фразеологізм *bread and butter* “*an activity that provides one with a steady income*” також ґрунтується на переосмисленні хліба з маслом (*bread and butter*) виступає асоціативно відповідником діяльності, що приносить дохід, як базовий показник наявності доходу – найпростіша їжа, за метонімічною концептуальною моделлю BREAD AND BUTTER stands for PROFITABLE ACTIVITY як одному з абстрактних явищ.

Концептуальну метонімію PIE IN THE SKY stands for UNREALISTIC DREAM активовано у фразеологічній одиниці *pie in the sky* “*something that is*

*unrealistic or that cannot be achieved*”, що означає нереальні речі, який не можна досягти житті.

Цікаві фразеологічні утворення формуються в англійській мові для вербалізації ознак і якостей, що є атрибутивними або ад’єктивними за синтаксичною функцією, та ґрунтуються на транспозиціях – переході з однієї частини мови до іншої. Маючі в складі суто іменний состав, мають ад’єктивні ознаки за їх семантикою та виконують предикативну функцію характеристики за ознаками такі фразеологізми як:

- *a piece of cake* “*very easy*”, активуючи концептуальну метонімію PIECE OF CAKE stands for SOMETHING VERY EASY

- *small potatoes* “*unimportant, insignificant*”, активуючи концептуальну метонімію SMALL POTATOES stands for SOMETHING INSIGNIFICANT

- *bottom of the barrel* “*low-quality*”, активуючи концептуальну метонімію BOTTOM OF THE BARREL stands for SOMETHING LOW-QUALITY

- *sour grapes* “*spitefully bad*”, активуючи концептуальну метонімію SOUR GRAPES stands for SOMETHING SPITEFULLY BAD.

Наведені фразеологічні одиниці та інші фразеологізми такого типу передбачають напрям переосмислення, що узагальнює концептуальна метонімія FOOD stands for QUALITY.

Іноді, говорячи про ознаки та характеризуючи явище, застосовують фразеологічні одиниці, що базуються на порівнянні явища або людини з певним предметом їжі. Це ілюструють такі фразеологічні одиниці як *to be nutty as a fruitcake* “*crazy, idiotic, wacky*”, *to be cool as a cucumber* “*be reserved, unemotional*”, що є також дуже розповсюдженою тенденцією в ході переосмислення або надання певних епітетів.

Проаналізовані вище та інші фразеологічні і паремійні одиниці вписуються в тенденцію, визначену на початку цього підрозділу роботи стосовно значного кількісного превалювання саме абстрактних явищ в якості



концептосфери-мети образної концептуалізації їжі в контексті фразеологічних і паремічних одиниць.

Обрання в цій якості артефактів з відповідною концептуальною сферою є значно рідшим.

Останню тенденцію ілюструє, зокрема, фразеологічна одиниця *watering hole*, що означає бар – “*a place where alcoholic beverages are served, a bar*” як приклад рукотворних явищ, що також набувають асоціативних (метонімічних) корелятивів серед явищ їжі або пов’язаних з ними.

В цілому, визначені тенденції стосовно образного відображення їжі та застосування концептосфери FOOD як корелятивів інших явищ продемонстрували, по-перше, досить високу частоту апеляції до цієї концептосфери як джерела переосмислення і образної концептуалізації. По-друге, визначені тенденції щодо охопту концептуального простору підтвердили факт охоплення широкого коли концептів / концептосфер, серед яких основні - HUMAN BEING / ЛЮДИНА, ABSTRACT PHENOMENA / АБСТРАКТНІ ЯВИЩА, ARTEFACTS / АРТЕФАКТИ. Це загалом підкріплює і корелює із загальною тенденцією розвитку семантики лексичних одиниць, і в складі фразеологізмів і паремій – зокрема, в напрямку антропоцентризму, адже усі названі концептосфери так чи інакше – напряму чи опосередковано – пов’язані з людиною, її діяльністю та її внутрішнім світом.

## ВИСНОВКИ

Виходячи із лінгвокультурологічного розуміння концепту як ментального утворення, складової національної концептосфери мовця, яка є фіксацією колективного досвіду та знань про оточуючий світ, в даній роботі здійснено аналіз одного з соціальних і культурних феноменів, який є добре відомим усім нам – концепту FOOD / ЇЖА.

Мовний матеріал, який застосовано для дослідження, складався із фразеологічних одиниць і паремій (приказок і прислів'їв) англійською мовою з компонентом *food*.

Спостереження над корпусом відібраних одиниць продемонстрували, що їх переважна більшість, що є об'єктиваціями концепту FOOD, включають в якості компонента безпосередньо ім'я концепту *food*, а також його синонімічний і антонімічний ряд, похідні від лексеми *food*, складові відповідної тематичної групи, що номінують різні види їстівних явищ, що утворюють такі тематичні гурпи як “Fruit and berries”, “Vegetables and greens”, “Grains/Cereals and Nuts”, “Protein food”, “Dairy”, “Meals”, “Beverages”, “Sweets/Desserts”, “Cooking and eating process”.

Контекст корпусу відібраних фразеологічних і паремійних одиниць дозволив проаналізувати більш глибокий комплекс уявлень про такий феномен як ЇЖА / FOOD у англійців в насамперед понятійному, аксіологічному та образному аспектах, а також встановлених зв'язків із іншими концептами і концептосферами, завдяки тому, відбувається перехід шляхом образної концептуалізації у сфери іншого досвіду людини.

Це довів аналіз семантики відібраних одиниць та співвіднесення їх з концептами – складовими концептопростору носіїв англійської мови, що їх вербалізують, а також вивчення їх понятійно-образного аспекту шляхом залучення методики реконструкції концептуальних метафор, та інших когнітивних процесів, узагальнених за допомогою концептуальних моделей як

концептуальна метонімія. Концептуальні моделі, що таким чином виводяться, узагальнюючи ментальні процеси такі як тотожність / аналогія (за метафоричною моделлю SOMETHING IS SOMETHING), асоціація (за метонімічною моделлю SOMETHING stands for SOMETHING).

В ході систематизації отриманих результатів були визначені тенденції стосовно переважного напрямку когнітивних процесів та спектру корелятивів в ході образної концептуалізації.

Відібрані з названих лексикографічних джерел фразеологічні і паремійні одиниці були систематизовані за складовим фрагментом концептуального простору, який вони вербалізують, що довело домінування фразеологічних та паремійних одиниць англійської мови з компонентом *food*, що застосовуються для номінації людини у різних її проявах та характеристиках, а також її дій і поведінки. При цьому напрями концептуалізації на когнітивному рівні відбувається поєднання двох концептосфер FOOD та HUMAN BEING внаслідок переосмислення за аналогіє, що супроводжується активацією концептуальної метафори HUMAN BEING IS FOOD або концептуальної метонімії FOOD stands for A HUMAN BEING.

Переважно в ролі джерел образного переосмислення слугують складові тематичної групи «Овочі та Фрукти», одиниці яких вербалізують складові лексико-семантичних груп «Fruit» та «Vegetables».

До них долучаються також фразеологічні і паремійні одиниці, які характеризують.

Фразеологізми і паремії, що надають ознаки поведінки людини, позначають дії та характеризують їх з боку ознак, відповідності соціальним або особистісним нормам чи ні, ефективності чи ні, власним очікуванням тощо.

Процес поїдання їжі, її пережовування, та перетравлення часто переосмислюються порівняно з процесом розуміння. Розумові процеси також вважаються схожими, адже ми говоримо «переварювати інформацію, пережовувати її», тощо, та й інші ментальні процеси, як вірити, вважати,

думати, часто уподібнюються до поїдання. Це, зокрема, ілюструє напрям переосмислення за моделлю EATING IS BELIEVING.

Їжа досить часто виступає «мірилом» успіху, що йде, ймовірно, ще з прадавніх часів, коли головне було - «вбити мамонта» і нагодувати родину. Саме тому, метафорично, образ їжі взагалі і образи конкретних блюд або їстівних явищ виступають асоціативним представником успіху або здобутку, результату праці, або способом оцінки, що узагальнює концептуальна метафора FOOD stands for SUCCESS.

Окреме коло фразеологічних і паремійних одиниць мають семантику характеристизації, застосовуючись в ролі епітетів для широкого спектру явищ, серед яких і їх кількісні показники.

В цілому, роблячи висновки стосовно широти концептуального простору фразеологічних та паремійних одиниць з компонентом *food*, впадає до фокусу уваги помітне і явне домінування антропологізації цих одиниць лексичного складу мови, оскільки напрям переосмислення цих фразових одиниць в основному відбувається в напряму опису людини (у 34 % випадків) та поведінки людини (у 57% випадків), що передбачає перенесення до концептосфери HUMAN BEING / ЛЮДИНА.

Також незначна кількість одиниць застосовується для позначення абстрактних явищ, серед яких базові філософські категорії як БУТТЯ, ПРОСТРІ, ЧАС, КІЛЬКІСТЬ, а також якості цих категорій и явищ дійсності, а також людини та її проявів.

Серед когнітивних процесів переважає помітно концептуальна метонімія, оскільки часто функція назв їжі є цілком символічною, тож має лише асоціативний зв'язок з названим явищем, символізуючи його, а не апелюючи до подібності. На другому місці серед когнітивних процесів за продуктивністю є аналогія і концептуальна метафора, що свідчить про схожість зовнішню або функціональну.

Оскільки в цьому розділі аналізу підлягала цілісна семантика фразеологічних одиниць та паремій, що набуває певних значень як комплексні

одиниці, а значення назви їжі не набували систематизації, а лише попутного опису, окрему увагу було приділено саме образній інтерпретації назв їжі для виведення домінуючих тенденцій в аспекті образної концептуалізації лексем, що позначають їжу в складі фразеологічних і паремійних одиниць.

Таким чином, встановлено спектр когнітивних зв'язків концепту FOOD з іншими складовими концептопростору носія англійської мови, що встановлюються в ході образного перенесення між структурами ментального рівня і проявляються на вербальному рівні.

Як продемонструвало виконане дослідження, що проводилось із залучення методики реконструкції концептуальних метафор / метонімії, концепт FOOD встановлює зв'язки на ментальному рівні з такими концептами / концептосферами як HUMAN BEING / ЛЮДИНА (28 %), ABSTRACT PHENOMENA / АБСТРАКТНІ ЯВИЩА – 64 % (QUANTITY / КІЛЬКІСТЬ, QUALITY / ЯКІСТЬ, EMOTIONS AND FEELINGS / ЕМОЦІЇ ТА ПОЧУТТЯ, SPACE / ПРОСТІР, TIME / ЧАС та інші), ARTEFACTS / АРТЕФАКТИ – 8 %.

Домінування концептосфери HUMAN BEING / ЛЮДИНА як домену-мети и ході образної концептуалізації предметів їжі, а також концептів, що є складовими концептосфер, образними корелятами яких виступають явища їжі, таких як ABSTRACT PHENOMENA / АБСТРАКТНІ ЯВИЩА – (QUANTITY / КІЛЬКІСТЬ, QUALITY / ЯКІСТЬ, EMOTIONS AND FEELINGS / ЕМОЦІЇ ТА ПОЧУТТЯ, SPACE / ПРОСТІР, TIME / ЧАС та інші) та ARTEFACTS / АРТЕФАКТИ, що є щільно пов'язаними з концептсферою HUMAN BEING / ЛЮДИНА, оскільки позначають людські стосунки, характеризують їх, простір існування людини, а також рукотворні явища, створені людиною, відбивають тенденцію антропоцентризма в мові.

В якості джерела переосмислення може бути будь-який образ, що входить до концептосфери FOOD, серед яких BREAD, CHEESE, EGG, NUT, BEER, POTATO, APPLE, COOKIE та інші, які асоціативно позначають людину. Тут спостерігаємо явище алегорії, саме тому найбільш розповсюдженим когнітивним процесом в ході переосмислення образів їжі є

саме концептуальна метонімія, де відповідність залежить не від схожості явищ за зовнішністю, функціями, характеристиками та іншим, а носить умовний характер.

Серед абстрактних явищ, для вербалізації яких застосовуються фразеологічні і паремійні одиниці з компонентом *food* спостерігаємо і емоційно-почуттєві стани людини, і базові онтологічні категорії як простір, час, кількість, якість тощо.

В цілому, визначені тенденції стосовно образного відображення їжі та застосування концептосфери FOOD як корелятив інших явищ продемонстрували, по-перше, досить високу частоту апеляції до цієї концептосфери як джерела переосмислення і образної концептуалізації. По-друге, визначені тенденції щодо охопту концептуального простору підтвердили факт охоплення широкого колу концептів / концептосфер, що загалом корелює із загальною тенденцією розвитку семантики лексичних одиниць, і в складі фразеологізмів і паремій – зокрема, адже усі названі концептосфери так чи інакше – напряду чи опосередковано – пов'язані з людиною, її діяльністю та її внутрішнім світом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адонина Л. С. Лингвокогнитивный анализ концепта «женщина». *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч.тр. Харьков, 2008. С. 505—512.
2. Алещенко Е. И. БОГ как фольклорный концепт. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2018. С. 125—133.
3. Архипов И. К. Природа концепта и методы его изучения. *Концептуальный анализ языка: современные направления исследования* : сб. науч. тр. Харьков, 2007. С. 33—42.
4. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. 237 с.
5. Белєхова Л. І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. ... д-ра філол. наук. Київ, 2002. 34 с.
6. Вардзелашвили Ж. Концепт как лингвистическая категория – «конструктивная сущность». *Вестник Тбилисского государственного университета*. 2004. С. 39–45.
7. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. Москва : Школа, 1999. 780 с.
8. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. Москва, 2001. 272 с.
9. Волкова В. Б. Пространственно-временная модель концепта «Война» в «кавказской» прозе В. С. Маканина. *Филологический журнал*. 2013. № 2. с. 172–178.
10. Воробйова О. П. Художній текст : у пошуках метаметоду інтерпретації. *Англїстика та американїстика*. Дніпро, 2013. Вип. 10. С. 711.

11. Голованова Е. И. Концепт числа в языковой картине мира (на материале английского и русского языков). *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 364–370.
12. Деева Н. В. Концепт ЖИЗНЬ: объем и содержание. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч.тр. Харьков, 2008. С. 370–379.
13. Демьянков В. З. «Концепт» в философии языка и в когнитивной лингвистике. *Концептуальный анализ языка : современные направления исследования*. Киев, 2007. С. 26–33.
14. Довгополая Е. С. Концепт WASSER и его символы. *Труды по когнитивной лингвистике*. Кемерово, 2008. С. 450–454.
15. Дьяченко Т. Д. Особенности структуры концепта витальной сферы. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 454–460.
16. Ермолаева Е. Н. Понятийное измерение концепта как ядро его семантической структуры (на материале изучения англоязычного концепта Conflict). *Лингвистика. Герменевтика. Концептология* : сб. научн. тр. Харьков, 2008. С. 18–23.
17. Ерофеева И. В. Концепт «Война» в современном медиатексте : репрезентация традиционных моделей. *Учёные записки ЗабГУ. Филология, история, востоковедение*. 2015. №2 (61). С.72–82.
18. Заглядкина Т. Я. Метафорическая диффузность концепта «Студент» в немецкой и русской лингвокультурах. *Лингвистика. Герменевтика. Концептология*. Харьков, 2008. С. 231–239.
19. Змиева И. В. Концепт «Добро» в английской языковой картине мира. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2004. № 636. С. 136–40.
20. Игнатова И. В. Отражение концепта ВЛАСТЬ в английской и русской фразеологии. *Концептуальный анализ языка : современные направления исследования*. Киев, 2007. С. 223–230.
21. Кабакова С. В. Механизмы культурной интерпретации образного основания идиом: Результаты направленного ассоциативного эксперимента.



*Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках.* Москва, 2004. С. 77–85.

22. Калмыкова Е. Л. Понятийные признаки концепта «Война» и их вербализация в поговорках (на материале лексико-графических источников). *Вестник ЮУрГУ. Серия : Лингвистика.* 2011. №22 (239). С. 100–102.

23. Карасик В. И. Здравый смысл как лингвокультурный концепт. *Концептуальное пространство языка.* Харьков, 2005. С.184–203.

24. Кондратьева О. Н. Роль семантической деривации в формировании структуры концепта «Гнев». *Лингвистика. Герменевтика. Концептология.* Харьков, 2008. С. 178–184.

25. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ : Видавничий центр «Академія», 2003. С. 464.

26. Кравцова Н. М. Репрезентация концепта интеллектуальной одаренности личности средствами английского языка. *Типы знаний и их репрезентация языке.* Харьков, 2007. С.165–173.

27. Лебедева Т. Б. Понятийные признаки в структуре концепта ЧУВСТВО. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 605–612.

28. Левин-Штайнманн А. Лингвоспецифический компонент при оформлении концептов фразеологизмами. *Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках.* Харьков 2004. С. 60–68.

29. Манаенко Г. Н. Как значения языковых выражений «схватывают» концепт. *Проблемы представления (репрезентации) в языке. Типы и форматы знаний.* Донецк, 2007. С. 330–338.

30. Міщенко В., Дубик В. Метафора концепту «Війна» в сучасному франкомовному політичному дискурсі. *Вісник Львівського університету.* Серія : Іноземні мови. 2013. Вип. 21. С. 190–196.

31. Молчанова Г. Г., Тарбеева О. В. Лингвокультурные концепты и поговорочное моделирование. *Концептуальный анализ языка : современные направления исследования.* Донецк, 2007. С. 42–59.

32. Морозова Е. И. Концепт и концептуальная категория : к проблеме разграничения понятий. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2004. № 636. С.115–119.
33. Морозова Е. И. Активация концепта ЛОЖЬ в дискурсе. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2006. № 725. С. 13–16.
34. Пантелей М. В. Оцінка у структурі лінгвокультурного концепту ПОЛІТИК. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2006. № 725. С. 36–39.
35. Петрухина Е. В. Концептуальне анализ языка и семантические доминанты языковой картины мира. *Концептуальный анализ языка : современные направления исследования*. Донецк, 2007. С. 80–95.
36. Пименов Е. А. Концепт СЕРДЦЕ и некоторые народные представления о сердце. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 83–92.
37. Пименова М. В. Метафора как один из способов реализации концепта. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 92–100.
38. Пименова М. В. Символизм радуги: опыт концептуального анализа. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 688–700.
39. Попова З. Д. Способы вербализации концептов как проблема когнитивной лингвистики. *Respectus Philologicus*. 16 (21). 2009. С. 56–61.
40. Приходько А. Н. Концепт как трехмерное ментальное образование. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2006. № 726. С. 20–25.
41. Рожкова О. Е. Метафорическое представление концептов «война» и «терроризм» в политическом дискурсе. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2008. №1. С. 72–74.
42. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава, 2006. 716 с.

43. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми. Полтава, 2008. 712 с.
44. Семенова Н. В. Сопоставительный анализ русской и американской концептосфер (на примере ключевых понятий «душа» и «судьба»). *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 217–223.
45. Сергеев С. А., Бондарева Е. П. Динамический аспект концептов внутреннего мира человека (на примере анализа концептов *мысль* и *мечта*). *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч.тр. Харьков, 2008. С. 628–634.
46. Сидорова Н. П. Понятийные признаки концепта ЛУНА. *Труды по когнитивной лингвистике* : Сб. науч.тр. Харьков, 2008. С. 700–711.
47. Скакун Н. Л. СЕМЬЯ – важнейший концепт русской и немецкой культур. *Труды по когнитивной лингвистике* : Сб. науч.тр. Харьков, 2008. С. 559–564.
48. Сусименко Е. В. Когнитивно-культурологический анализ концепта «успех» в английских поговорках и идиоматических выражениях. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч. тр. Харьков, 2008. С. 422–426.
49. Сусов А. А., Сусов И. П. Размышления о концептах. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2006. № 726. С. 14–20.
50. Точилина Ю. Н. Корпус слов-репрезентантов немецкого концепта “Zeit”. *Лингвистика. Герменевтика. Концептология*. Харьков, 2008. С. 196–200.
51. Федянина Л. И. Методика лингвистического исследования концептов (на материале изучения немецкоязычного концепта Geld). *Лингвистика. Герменевтика. Концептология*. Харьков, 2008. С. 58–65.
52. Хайруллина Д. Д. К вопросу о типологии концептов. URL : <http://www.gramota.net/materials /2/ 2010/12/61.html>. (дата звернення 12.11.2018).

53. Цуцкиридзе Н. Реализация памяти в речевой деятельности с точки зрения когнитивной лингвистики. URL : <http://www.slavcenter.ge/art/?p=20050613-133654> (дата звернення 30.09.2022).
54. Черданцева Т. З. Эталоны и стереотипные ситуации во фразеологизмах различных типов. *Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках*. Харьков, 2014. С. 86–93.
55. Четирешнікова Л. В. Фразеологічні засоби номінації концепту СВОБОДА в англійській мовній картині світу. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2006. № 726. С. 64–68.
56. Чорновол-Ткаченко О. А. Психолого-соціологічні підстави інтерпретації понятійного складника концепту ВЛАД. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2016. № 725. С. 42–46.
57. Чурсина О. В. Лингвокультурный концепт МОДА в языковом сознании и коммуникативном поведении : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Харьков, 2010. 20 с.
58. Шамаева Ю. Ю. Методологические принципы исследования ядра и базового слоя эмоционального концепта (на примере концепта РАДОСТЬ). *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2016. № 725. С. 20–25.
59. Шмидт Н. С. Концепт «война» в английской языковой картине мира. URL: <http://www.greencross.by/ru/projects/2014-01-14-13-14-11/pereklichka-vekov-pervaya-mirovaya-vona-i-mir-segodnya/mezhdunarodnye-chteniya/materialy-chteni/435-kontsept-vona-v-anglisko-yazykovo-kartine-mira> (дата звернення 24.05.2022).
60. About Cognitive Linguistics. International cognitive linguistics association. URL : [www.cogling.org/cl.shtm](http://www.cogling.org/cl.shtm) (дата звернення 08.07.2022).
61. Aitchison J. *Words in the Mind : An Introduction to the Mental Lexicon*. Amsterdam, 2020. 396 p.
62. Brandt L. Cognitive Poetics and Imagery. *European Journal of English Studies*. 2015. 9 (2). P. 117–130.

63. Evans V. Bergen The Cognitive Linguistics Enterprise: An Overview.  
URL : <http://www.brighton.ac.uk/languages/research/vyvevans/CLoverview.pdf>  
(дата звернення 04.06.2022).
64. Gibbs R. W. The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language, and Understanding. Cambridge, 1994. 540 p.
65. Glynn D. Concepts in Context. *Труды по когнитивной лингвистике* : сб. науч.тр. Харьков, 2018. С. 116–124.
66. Jackendoff R. Languages of the Mind: Essays on Mental Representation. New York, 2002. 413 p.
67. Kövecses Z. Metaphor: A Practical Introduction. Oxford, 2012. 376 p.
68. Lakoff G. Metaphor and war: The metaphor system used to justify War in the Gulf. *Engulfed in War: Just War and the Persian Gulf*. Honolulu, 2003. P. 145–167.
69. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago, 1980. 357 p.
70. Nuyts J. Language and Conceptualization. Cambridge, 2013. 236 p.
71. Rosch E. The Dynamics of Concepts And Categories : Implications for the Nature of Human Mind. Berlin, 2000. 214 p.
72. Steen G. Identifying Metaphor in Language : A Cognitive Approach. *Style*. 2020. 36 (3). P. 386–407.
73. Turner M. The Literary Mind : The Origins of Thought and Language. Oxford, 2008. 208 p.
74. Wierzbicka A. Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations. Oxford, 1992. 376 p.

**СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ**

75. (DP) Dictionary of Proverbs / by M. H. Manser. London, 2003. 312 p.
76. (DPTO) Dictionary of Proverbs and Their Origins. L. Flavell. London. Kyle Cathie, 2008. 340 p.
77. (LDCE) Longman Dictionary of Contemporary English. Edinburgh : Longman, 2003. 674 p.
78. (ODP) Oxford Dictionary of Proverbs. Oxford, 2004. 376 p.

## SUMMARY

The paper presented focuses on the research of cognitive and semantic aspects of analysis of the English phraseology and paremia.

The object of this study is semantic and cognitive aspects of the English idioms and paremia with food component.

The thesis is aimed at the research of concept sphere of FOOD in correlation with other components of the conceptual sphere of English-language speakers, which are fixed on the language level by means of the English phraseological and paremiological units.

Based on the key assumptions of the theory of cognitive metaphor, shared with other types of tropes, as well as the achievements of cognitive semantics and the research applied the corresponding methodology for analysis. The methods applied included the methodology of conceptual analysis, semantic analysis, and reconstruction of cognitive metaphor.

The results obtained demonstrated that conceptualization and verbalization of natural phenomena are performed by means of conceptual tropes, among them the most frequent being metaphors.

The general spectre of correlates of FOOD conceptual sphere revealed was vast and covered many other components of conceptual sphere of the English language speakers, which are verbalized by means of the English phraseology and paremia. Semantic specific features of language units under analysis demonstrated their being culture-bound, which was obvious in the connotation acquired by their components.

***Key words:*** *cognitive linguistics, concept, imagery, metaphor, menonymy, symbol, conceptual metaphor, connotation, paremia, phraseologism, food*