

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

КРУПСЬКА ЯНІНА ОЛЕКСАНДРІВНА

Допускається до захисту:
В. о. завідувача кафедри
теорії і практики перекладу
к. філол. н. А. А. Воловик

_____ (підпис)

«___» _____ 20__р.

ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ SMELL/ЗАПАХ ТА TASTE/СМАК В
АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ТА УКРАЇНСЬКОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ

Спеціальність 035 «Філологія»

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

Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури
(переклад включно)»

Магістерська робота

Науковий керівник:
Гнатюк Любомира Ярославівна,
канд. філол. наук,
доцент кафедри

Оцінка: ____ / _ / ____

(бали/за шкалою ЄКТ5/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____

(підпис)

Вінниця 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ЯК СИСТЕМНО – СТРУКТУРНЕ УТВОРЕННЯ. ФРАЗЕОЛОГІЯ ЯК НАУКА ТА ЇЇ СКЛАДОВІ	11
1.1 Лексична семантика	11
1.2 Лексико - семантичне поле та його складові	15
1.3 Фразеологія як лінгвістична дисципліна	21
1.4 Співвідношення фразеологізму та слова	27
1.5 Стійкість фразеологічних одиниць та їхнє семантичне ускладнення	33
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ 2 ФЕНОМЕН ЗАПАХУ В КУЛЬТУРІ. SMELL/ЗАПАХ ЯК ЦЕНТР ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНИХ ПОЛІВ У ФРАЗЕОЛОГІЧНОМУ ФОНДІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ	38
2.1 Функціонування феномену запаху в культурі	38
2.2 Особливості вживання та інтерпретації фразеологічних одиниць, що належать до ЛСП SMELL/ ЗАПАХ.....	45
2.2.1 Інтерпретація ФО зі значенням <i>smell</i> (в англійськомовних фразеологізмах).....	46
2.3 Ядерно – периферійна модель ЛСП SMELL	57
2.4 Інтерпретація ФО зі значенням <i>zapax</i> (в українськомовних фразеологізмах).....	59
2.4.1 Ядерно – периферійна модель ЛСП ЗАПАХ.	64
Висновки до розділу 2	66

РОЗДІЛ 3 TASTE/ СМАК ЯК ЦЕНТР ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНИХ ГРУП ЛЕКСЕМ У ФРАЗЕОЛОГІЧНОМУ ФОНДІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ	67
3.1 Функціонування феномену <i>смаку</i> в культурі	67
3.2 Особливості вживання та інтерпретації фразеологічних одиниць, що належать до ЛСП TASTE.....	70
3.2.1 Ядерно – периферійна модель ЛСП TASTE.	74
3.3 Особливості вживання та інтерпретації фразеологічних одиниць, що належать до ЛСП СМАК	75
3.3.1 Ядерно – периферійна модель ЛСП СМАК.....	79
Висновки до розділу 3	80
ВИСНОВОК	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	84

АНОТАЦІЯ

Крупська Я. О. Лексико – семантичне поле SMELL/ЗАПАХ та TASTE/СМАК в англійськомовних та українськомовних фразеологізмах. Спеціальність 035 «Філологія». Спеціалізація «Германські мови та літератури (переклад включно)». Освітня програма «Англійська мова та переклад». Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2020. – 93 с.

У магістерському дослідженні сконцентровано увагу на будові лексико - семантичних полів SMELL / ЗАПАХ та TASTE / СМАК на матеріалі англійськомовних та українськомовних фразеологічних одиниць.

Основою матеріалу дослідження є англійськомовні та українськомовні фразеологізми, що були обрані методом суцільної вибірки із фразеологічних словників обох досліджуваних мов. Обсяг вибірки становить 67 фразеологічних одиниць.

Аналіз досліджуваних фразеологізмів показав, що фразеологічні одиниці із семантикою запаху та смаку не є широко поширеними в англійській та українській мовах. Незважаючи на те, що сприйняття за допомогою запаху та смаку є одним із важливих аспектів буття, у фразеологічному фонді таких вербалізаторів виявлено досить мало, адже дану сферу важко досягнути на вербальному рівні.

Ключові слова: сема, лексична семантика, лексико – семантичне поле, фразеологія, фразеологічна одиниця.

SUMMARY

Krupska Y. O. Lexico – semantic fields SMELL and TASTE in English and Ukrainian phraseological units. Speciality 035 “Philology”. Specialisation 035.04 “Germanic Languages and Literatures (including translation)”. Educational Programme “English Language and Translation”. Vasyl’ Stus Donetsk National University, 2020. – 92 p.

In the Master's research paper, the attention is paid to the structure of lexico – semantic fields SMELL and TASTE, which are based upon English and Ukrainian phraseological units.

The framework of the research material is expressed by English and Ukrainian phraseological units, selected by continuous sampling from the phraseological dictionaries of both languages. The sample size comprises 67 phraseological units.

The analysis of the phraseological units under the research proved that the ones having the semantics of smell and taste are not widely extended in the English and Ukrainian languages. Despite the fact that a perception of smell and taste is listed among the most significant existence aspects, there is a low amount of the expressive means for such phraseological units. The main reason for this is inability to conceive this sphere on the verbal level.

Key words: seme, lexical semantics, lexico – semantic field, phraseology, phraseological unit.

ВСТУП

Розвиток лінгвістики завжди характеризувався інтенсивним пошуком теоретичних основ дослідження та аналізу лексичної семантики, адже семантичне поле є тією системою, яка вивчає семантичні зміни в мові. Ідеї та принципи семантичного аналізу з'являлися поступово. Вони беруть свій початок з кінця XIX – початку XX століть. Лексико - семантичні поля будуються на основі асоціацій між словами, які виражають зв'язок предметів та явищ у світі.

Дослідження лексико - семантичних полів є важливим кроком для виявлення лінгвістичних основ міжкультурної комунікації, так як поле – це головна структура, з якої складається тезаурус мови. Перш, ніж висловити думку, людина складає план висловлювання. Це дає підстави припустити, що мовні акти призводять до оперування не словами, а семантичними полями, зі складу яких можна обрати необхідне для комунікації слово.

Під час спостереження за мовами на всіх етапах розвитку, суспільство не могло залишити поза увагою сталі сполучення слів, у яких найповніше розкриваються не лише уявлення народу про світ і специфічні національні особливості, а й уся складність і багатогранність мови та її феноменів. Саме ця складність є причиною невирішеності пласту питань, які, незважаючи на наявність певної кількості досліджень стосовно фразеології, викликають постійний інтерес лінгвістів.

Актуальність роботи з одного боку зумовлюється важливістю існування лексико - семантичних полів SMELL/ЗАПАХ і TASTE/СМАК у сучасних англійській та українській мовах та лінгвістичній і фразеологічній науках взагалі, а також необхідністю висвітлення їх репрезентації, з іншого – відсутністю досліджень, які б розглядали дані лексико - семантичні поля. Також актуальність роботи зумовлена необхідністю вирішення проблем, що пов'язані з аналізом феномена ідіоматичності мови.

Метою дослідження є огляд теоретичних засад польової концепції в лексичній семантиці та фразеології; розгляд та вивчення поняття лексико -

семантичного поля і його структури; дослідження, виокремлення та систематизація фразеологічних одиниць, що входять до ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК.

Мета дослідження передбачає виконання наступних завдань:

- узагальнити знання про погляди науковців на визначення фразеологічної одиниці (далі ФО) або фразеологізму;
- з'ясувати погляди мовознавців на поле як лінгвістичне явище;
- охарактеризувати ознаки лексико - семантичного поля;
- провести аналіз структури лексико - семантичного поля;
- визначити компонентний склад лексико - семантичних полів SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК
- провести структурно - семантичну класифікацію ФО, що є виразниками ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК;
- окреслити аломорфні та ізоморфні характеристики ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК у досліджуваних мовах.

Об'єктом дослідження є фразеологізми англійської та української мов, що є виразниками ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК.

Предметом роботи є компонентний склад, структура та функції фразеологічних одиниць англійської та української мов, що належать до досліджуваних ЛСП.

Мета і завдання даного дослідження зумовлюють застосування наступних *методів*: метод *суцільної вибірки* – для визначення корпусу одиниць дослідження; метод *аналізу словникових дефініцій* – для розгляду компонентного складу досліджуваних лексико – семантичних полів; метод *польового моделювання* – для віднайдення структурних елементів ЛСП, та відтворення ядрено – периферійної моделі лексико – семантичного поля; *структурний метод лінгвістичного аналізу* – для встановлення зв'язків між фразеологізмами у мові; метод *кількісного аналізу* – для виявлення вживаності та частотності фразеологічних одиниць у вокабулярному складі мови; метод *компонентного аналізу* – для виділення структурних елементів досліджуваних

ЛСП; *метод опозиційного аналізу* - для виділення різних класів мовних і у даному випадку фразеологічних одиниць на підставі їхніх семантичних особливостей та розбіжностей за певною диференційною ознакою. Жодна лексична або ж фразеологічна одиниця не виявляє опозиційного характеру сама по собі. Її диференційність виявляється тільки у зіставленні, тому в роботі представлена опозиція фразеологізмів англійської та української мов, а також порівняння картин світу; *метод аналогії* – для опису семантичних трансформацій, в основу яких покладена метафора, метонімія та гіпербола; *зіставний* метод, який дає змогу виразити спільні та відмінні ознаки серед фразеологізмів.

Матеріал дослідження формують 67 фразеологічних одиниць (із компонентом *smell* – 21, *taste* – 18 – в англійській мові, *zapach* – 12, *смак* – 16 – в українській мові). Матеріал було сформовано за допомогою методу суцільної вибірки із лексикографічних джерел обох мов. Серед таких до уваги було взято наступні: «Англо-український фразеологічний словник» К. Баранцева, «Російсько-український словник сталих словосполучень», «Словник лінгвістичних термінів», «Фразеологічний словник української мови», «Лингвистический энциклопедический словарь», «A dictionary of linguistics and phonetics» by David Crystal, «Proverbs: a handbook» by Wolfgang Mieder, «Oxford Dictionary of Proverbs» by Jennifer Speake.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження викладено в доповіді на Міжвузівській науковій студентській конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (ДонНУ, Вінниця, 2020 р.).

Публікації. Основні положення даного магістерського дослідження було викладено в 1 публікації – стаття у збірнику студентських наукових статей ДонНУ імені Василя Стуса.

Структура та обсяг роботи. Дана магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів (із висновками до кожного), висновків, списку використаної літератури (111 джерел українською, російською та англійською

мовами), списку лексикографічних джерел (13 позицій). Загальний обсяг дослідження складає 92 сторінки. Основний текст роботи висвітлено на 80 сторінках.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що у ньому вперше було систематизовано набір фразеологічних одиниць, що формують ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК у фразеологічному фонді англійської та української мов; описано семантику їхніх вербалізаторів та згруповано ці елементи.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленому розгляді структури лексико - семантичних полів SMELL/ ЗАПАХ і TASTE/ СМАК у фразеологічній сфері мовознавчої науки, а також у внеску в такі галузі як лексикологія та фразеологія англійської мови.

Практичне значення зумовлене можливістю використання результатів дослідження під час викладання курсів з лексикології та стилістики англійської мови.

У *Вступі* надано інформацію про актуальність дослідження, сформульовано мету та завдання роботи, сформульовано об'єкт і предмет, а також звернено увагу на методологічні засади дослідження, розписано матеріал, на основі якого формувалася робота, проінформовано з приводу апробації та публікацій, подано відомості про структуру магістерської роботи.

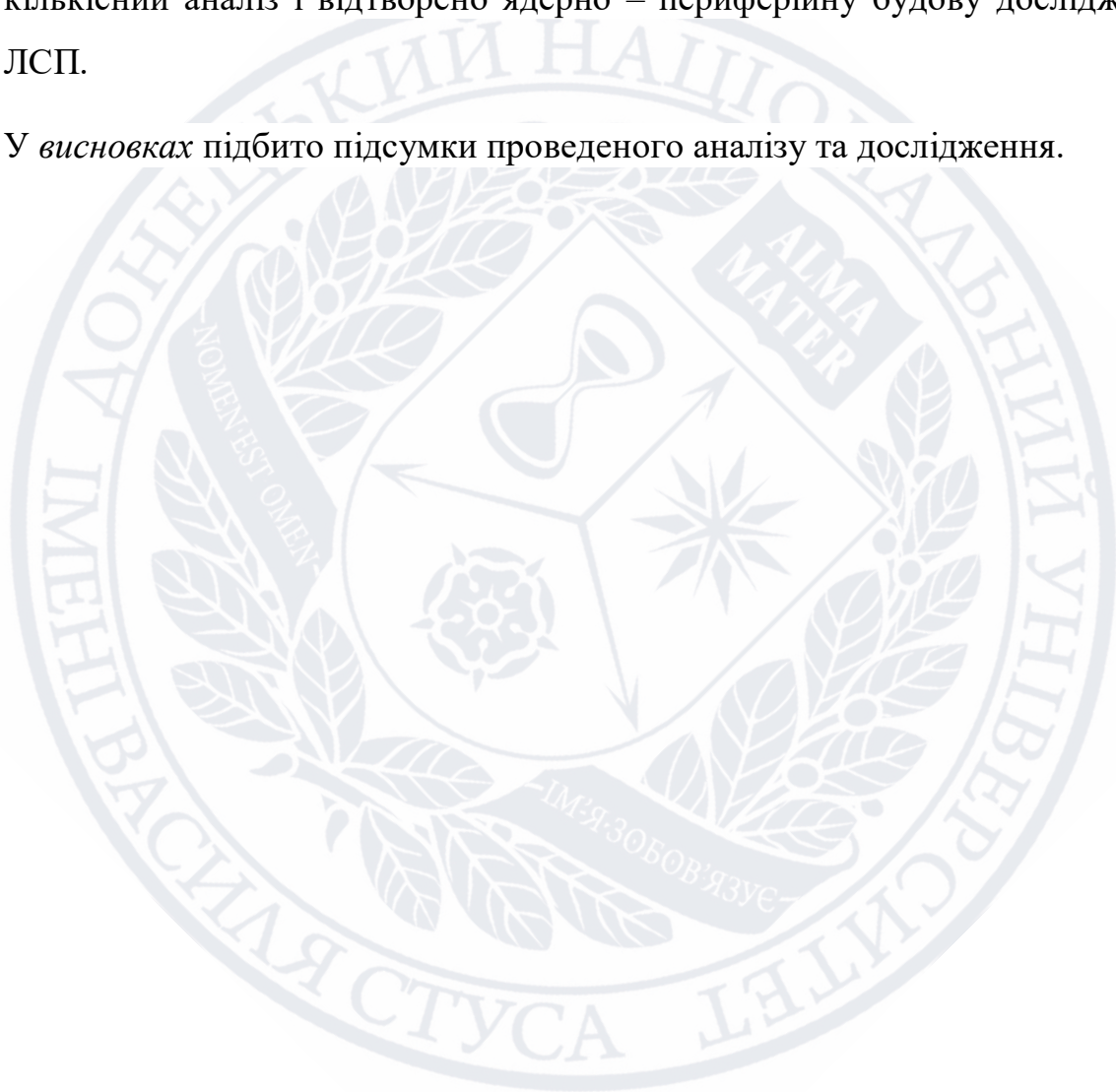
У *першому розділі* «Лексико - семантичне поле як системно - структурне утворення. Фразеологія як наука та її складові» розглянуто теоретичні засади опису та дослідження семантичних полів та лексичної семантики, виявлено особливості ядерної будови та ознак ЛСП, описано феномен фразеології, її місце серед інших лінгвістичних наук, звернено увагу на фразеологічні одиниці, та точки зору на їхні класифікації.

У *другому розділі* «Феномен запаху в культурі. SMELL/ ЗАПАХ як центри лексико – семантичних полів у фразеологічному фонді англійської та української мов» висвітлено функціонування та існування феномену запаху в культурології, виокремлено та систематизовано фразеологічні одиниці із

компонентом *smell* в англійській та *zapax* в українській мовах, класифіковано фразеологізми та створено схему ядро – периферійної будови обох ЛСП.

У третьому розділі « TASTE/СМАК як центри лексико – семантичних полів у фразеологічному фонді англійської та української мов» звернено увагу на культурологічний підхід до феномену смаку, виокремлено й класифіковано фразеологічні одиниці, що належать до ЛСП TASTE/ СМАК, проведено кількісний аналіз і відтворено ядро – периферійну будову досліджуваних ЛСП.

У висновках підбито підсумки проведеного аналізу та дослідження.



РОЗДІЛ 1

ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ЯК СИСТЕМНО – СТРУКТУРНЕ УТВОРЕННЯ. ФРАЗЕОЛОГІЯ ЯК НАУКА ТА ЇЇ СКЛАДОВІ

1.1 Лексична семантика

«Епоха розвитку лінгвістики – це, безперечно, епоха семантики, центральне положення якої в колі лінгвістичних дисциплін безпосередньо впливає з того факту, що людська мова в своїй основній функції є засобом спілкування, кодування й декодування певної інформації», вважає Ю. Д. Апресян [5]. Дослідниця С. Г. Тер – Мінасова вважає, що «мова є міцна суспільна зброя, що перетворює людський потік в етнос» [84, с.14]. Вона формує націю способом збереження та передання культурних традицій, самовизначення певного мовного колективу. Мова як феномен займає одне з перших місць серед культурних національно – специфічних компонентів. Вона дає поштовх тому, що культура стає і засобом спілкування, і способом розмежування людей у суспільстві, а також вона є знаком того, що її носії є частиною певного соціуму. Завдяки мові культурна спадщина передається від покоління до покоління. Така функція мови відіграє чи не найважливішу роль у формуванні характеру нації, особистості, етнічної общини, народу. Важливим вважаємо вказати той факт, що суттєві особливості тієї чи іншої мови та культури відкриваються у порівняльному дослідженні та вивченні варіативності мов.

Системний характер мови виражається у здатності слів до творення асоціацій, відтак, лексичні або фразеологічні одиниці не варто розглядати уособлено, а разом із іншими одиницями, що більш наближені до них. Тоді формуються ЛСП, що дає поштовх якісно структурувати явища у мові та у подальшому користуватися результатами досліджень.

У даній роботі необхідно для початку розглянути такі терміни як: сема, семема, лексема та семантика, а також їх взаємозв'язок, щоб у результаті

вивести повноцінне визначення терміну «лексико - семантичне поле» та виявити його особливості й будову. Це послужить для подальшого аналізу фразеологізмів, що відносяться до ЛСП SMELL/ ЗАПАХ і TASTE/ СМАК.

Отже, за даними лінгвістичного енциклопедичного словника, термін «сема» означає мінімальну, граничну одиницю плану змісту. Семи є елементарним відображенням у мові різних сторін і властивостей предметів і явищ дійсності. Досліджуване явище у лінгвістиці є складовою аналізу компонентів при дослідженні семантичного поля і встановлення подібних (ізоморфних) рис слів та одиниць поля, а також – відмінних (аломорфних) особливостей. Така складова одиниця функціонує як елемент семеми, що є елементарним значенням слова або його лексико - семантичного варіанту. Семема на відміну від семи є одиницею змістового плану, що належить до вищого рівня і виступає як сторона змісту мовної одиниці. Це стосується комунікативного рівня. Структуру семеми видно зі зведення змісту значення до його найпростіших складових – сем.

Центральною та ієрархійно важливою у будові семеми є архісема, тобто, родова інтегрована сема, що властива всім одиницям певного класу. Вона відображає їхні загальні категорійні властивості та ознаки. Архісема, як було досліджено, може функціонувати як певний «фільтр», що приймає у склад ЛСП певні одиниці і не допускає до нього одиниці з іншим семантично – поняттєвим принципом. Завдяки архісемі формуються внутрішньо – прагматичні відносини. За допомогою диференційних сем описуються відмінності одиниць семантичного поля. Крім сем, що забезпечують стійкість смислової структури слова, в його значенні виділяються контекстуальні семи, які відображають різні асоціації, пов'язані з предметом або явищем, і виникають у певних ситуаціях використання слова. За рахунок сем, що присутні в контексті, створюються смислові конотативні відтінки та різноманіття значення мовних одиниць, на базі яких можуть розширюватися та нарощуватися похідні та нові значення. Під час оптимального визначення структури та складу сем як основних складників значення мовної одиниці

варто враховувати її зв'язки з усіма іншими одиницями семантичного поля, а саме – її значення в ньому.

Важливим поняттям, яке стосується лексико - семантичного поля є лексема. Вона є одиницею словникового складу мови в сукупності його конкретних граматичних форм і закінчень, що їх виражають, а також можливих смислових варіантів. Так як лексема є сукупністю форм і значень, властивих одному і тому ж слову у всіх його реалізаціях, вона характеризується єдністю як за формою, так і за сенсом. При збереженні сутності поняття «слово» термін «лексема» дає можливість розмежувати його парадигматичні властивості (тоді вживається термін «лексема») і його синтагматичні властивості (у такому випадку вживається термін «словоформа»).

Після розгляду понять «сема», «семема» та «лексема», можна перейти до опису терміну «семантика». Отже, в результаті проведеної роботи виявлено, що це «розділ лінгвістичної науки, що досліджує смислову структуру мовних одиниць», за словами Т. В. Жеребило [102, с.318]. Поняття «семантика тексту» логічно поєднується з попереднім. Це є виражена у мовній формі інформація в тексті.; а також це є закодований у тексті результат взаємодії значень одиниць тексту за допомогою різних мовних засобів, що влюструють картину світу автора. На думку Ю. Д. Апресяна, «під семантикою в більшості випадків розуміються відомості про клас речей, що називаються знаком із загальними властивостями або про клас позамовних ситуацій, інваріантних щодо деяких властивостей учасників і відносин між ними»[5].

Сьогодні ж ця галузь науки є системою без чіткої детермінованості. Безпосередньо спостерігається її елемент, тобто повнозначне слово (наприклад, іменник, дієслово, прикметник), що організоване за принципом «семантичного трикутника», де зовнішнім елементом є послідовність звуків або графічних знаків і воно пов'язане у свідомості та в системі мови, з одного боку – з предметом дійсності, з іншого – з уявленням про цей предмет. Наведена вище схема описує семантичні відносини.

Дослідниця М. В. Рябова вважає, що «...семантика мовних одиниць базується на процесах концептуалізації, тобто, на осмисленні дійсності мовним колективом, а також залежить від характеру концептів, що отримали своє мовне вираження» [76, с. 183]. Семантичні відносини описуються семантикою з різних точок зору. До парадигматики відносяться угруповання слів, основою яких виступає опозиція, – синонімія, антонімія, гіпонімія, паронімія, сім'я слів, лексико – семантична група, а також найбільш загальне угруповання – поле. Поля утворюються за наступними принципами:

1) об'єднання слів згідно з їхнім відношенням до однієї предметної області – предметні поля, наприклад позначення кольорів, назви рослин, тварин, мір, часу і т. д.;

2) об'єднання слів згідно з їх належністю до однієї сфери уявлень або понять – понятійні поля, наприклад позначення процесів мислення, станів душі (почуттів радості, горя), сприйняття (зору, нюху, слуху, дотику), можливості, необхідності і подібні.

У предметних полях слова організовані переважно за принципами простору та співвіднесеності речей: частина і ціле, функція та її допоміжні засоби; у понятійних полях слова, переважно, організовані за принципами часу та співвіднесеності понять (підпорядкування, гіпонімія, антонімія та ін.).

Основний зміст підходів до аналізу та опису лексичної семантики полягає в тому, що поступово зароджувався та закріплювався системний погляд на значення слів. Він знайшов своє вираження у «методі семантичного поля». Його основоположником вважається німецький вчений Й. Трір, який розглядав мову певного, окремого періоду як відносно замкнену та сталу систему, де слова наділені сенсом не ізолювано, а так само як і суміжні з ними слова. Як вказує Д. Герартс у своїй роботі, «огляд літератури останніх десятиліть, присвяченої розробці теоретичних питань лексичної семантики, зокрема ЛСП, свідчить про постійний інтерес дослідників до принципів об'єднання лексем у різні лексико-семантичні структури» [95, с. 26].

Теоретичні методи базуються на дослідженні та аналізі фреквенції вживання певних мовних засобів, що застосовуються для номінації концептів, або ж які є носіями та виразниками тієї чи іншої когнітивної ознаки. Метод кількісного аналізу відіграв важливу роль у дослідженні, так як із його допомогою можна проаналізувати репрезентацію концептуальних ознак. Отже, варто зазначити, що кількість вербалізаторів певної складової поля, у яких міститься відповідна сема, є пропорційною яскравості когнітивної ознаки. «Сучасна лексична семантика розглядає прагматичний компонент як специфічне мовне вираження оцінки того, що позначається за допомогою певних одиниць або через оцінний, емоційний, стилістичний компонент, що характеризує лексичне значення», вважає Л. В. Бублейник [14, с.51]. Отож розглянемо визначення лексичної семантики, що описується Т. В. Жеребило як «наука про значення слова, структуру цього значення, про смислові співвідношення між словами та групами слів» [102, с. 175].

Щодо категорій лексичної семантики, то вони інтерпретуються широко. Це певною мірою пояснюється тим, що семантична ознака виражає лексичне значення семи та слова, семантичну функцію і загальний тип системних зв'язків між лексичними одиницями, а це, у свою чергу, зумовлено природним поєднанням у лексико – семантичному просторі лексичної одиниці й семантичних функцій і пов'язаних з ними смислових властивостей, що є основою принципів виділення та класифікацій категорій лексичної семантики.

Щодо вивчення значення слів у лексичній семантиці можна звернутися до роботи В. В. Виноградова, котрий вважає, що воно «може вестися у двох основних напрямках: від форми (графічної або звукової оболонки), тобто плану вираження, до його значення, плану змісту» [25].

1.2 Лексико - семантичне поле та його складові

На можливість існування різних типів лексичних об'єднань вчені звернули увагу ще в XIX ст. Первісне теоретичне осмислення поняття поля в

мові було висвітлене в роботах Й. Тріра, Г. Ібсена, де отримало назву «семантичне поле». Характеристикою є наявність загальної ознаки, яка об'єднує всі одиниці поля і функціонує як лексема, що має узагальнене значення, та існування диференційних ознак, за якими одиниці поля відрізняються один від одного.

Навіть після років досліджень даної сфери досі не існує спільної думки серед учених та єдності у термінології. Для того, щоб структурувати та вивести повноцінне визначення лексико – семантичного поля (далі ЛСП), необхідно для початку розглянути поняття «поле». Отже, поле є сукупністю мовних (лексичних) одиниць, що об'єднані спільністю змісту і відображають предметну, понятійну чи функційну схожість явищ, про які йдеться. І. В. Багмут описує таку ситуацію наступним чином: «Термін «поле» в мовознавстві використовується певною мірою довільно: для позначення явищ різних планів і різних рівнів. На розуміння даного поняття впливає підґрунтя для його виділення» [8. с. 166].

Найповніше поняття «семантичне поле» розкриває Т. В. Жеребило: «найбільша лексико – семантична парадигма, яка об'єднує слова різних частин мови, що співвідносяться з одним фрагментом дійсності і мають спільну ознаку (загальну сему) в лексичному значенні» [102, с. 321]. На думку ж О. С. Ахманової, дане явище визначається як «сукупність слів і виразів, що складають тематичний ряд, слова і вирази мови, що у своїй сукупності покривають певну галузь значень» [100, с. 334]. Отже, можна сказати, що модель семантичного поля передбачає виділення сукупності слів, об'єднаних спільною семантичною ознакою.

До критеріїв, за якими поділяються семантичні поля, можна віднести: статистичний, структурний, психолінгвістичний, психофізіологічний, семантико – логічний. Найзручнішим для того, щоб виділити семантичне поле, слугує семантико – логічний критерій, що має в основі принцип ідентифікації. Згідно з цим принципом, має відбуватися пошук слова – ідентифікатора, що виражало б поняття або ідею в найбільш загальній та абстрактній формі.

Проте, незважаючи на таке твердження, проблема дослідження та виявлення семантичного поля є складною та багатогранною і її можна вирішити лише шляхом поєднання різноманітних методів та критеріїв. Так дану проблему розглядає та описує І. В. Багмут.

Про взаємозв'язок та вплив семантичних полів одне на одного свідчить наявність у них багатозначного слова. Таким чином, вони характеризуються зв'язком слів або їх окремих значень, системністю цих зв'язків, взаємною залежністю лексичних одиниць, відносною незалежністю полів, безперервністю смислового простору. Структура семантичних полів зазвичай досліджується методами компонентного аналізу, опозицій, комбінаторним методом тощо.

Н. Я. Ключка вважає, що семантичне поле характеризується наступними ознаками:

- 1) наявність семантичних відношень між складовими;
- 2) системність цих відношень;
- 3) взаємозалежність та взаємообумовленість лексичних одиниць;
- 4) відносна автономність поля;
- 5) безперервність позначення його смислового простору;
- 6) взаємозв'язок семантичних полів у межах всієї лексичної системи [47, с. 130].

Щодо поняття ЛСП, то у сучасній лінгвістиці воно визначається як «ієрархійна структура, що складається з великої кількості лексичних одиниць, які об'єднані спільним інваріантним значенням», зазначає З. Н. Вердиева [20, с. 5]. За визначенням М. П. Кочергана, «лексико – семантичне поле – це сукупність парадигматично пов'язаних лексичних одиниць, що об'єднані спільністю змісту і відображають поняттєву, предметну чи функційну подібність явищ, що описуються» [53, с. 211].

Поряд із терміном ЛСП у багатьох працях та дослідженнях існують поняття лексико – семантичної групи (ЛСГ) та тематичної групи. Проте, якщо говорити про їхні відмінності, то дослідники і досі не встановили чіткі рамки

між ними і у певних дослідженнях дані поняття взагалі не розділяють. Проте, аналіз ЛСП як феномену, може бути більш плідним та результативним і складатися з окремих ЛСГ, що групуються відповідно до показників сполучуваності. Що стосується одиниць, які є складовими ЛСП, то вони повинні бути пов'язані на рівні поняттєво – категорійному.

Основу для об'єднання одиниць у лексико – семантичні поля складають асоціативні моменти, що відображають зв'язок між предметами в навколишньому середовищі. Об'єднані у такий спосіб слова мають що - найменш одну спільну семантичну ознаку та сему. На думку А. М. Кузнєцова, інтегральна ознака повинна:

- 1) поєднувати однорідні лексичні одиниці;
- 2) задавати певну орієнтацію лексико – семантичного поля, що базується на ній;
- 3) мати обмежену семантику, щоб лексико – семантичне поле, ядром якого вона стане, мало доступну для розгляду кількість одиниць [59, с. 78].

Лексико – семантичні поля не є ізольованими одне від одного об'єднаннями, а цілком пов'язані між собою. «Одним із засобів міжпольових зв'язків є багатозначні слова, окремі значення яких належать до різних полів. Таким чином, лексико – семантичні поля перетинаються, забезпечуючи тим самим неперервність семантичного простору, об'єднання всіх полів в одну лексико- семантичну систему», запевняє К. Ю. Гладченко [28, с. 18]. Отже, на те, що ЛСП є системним утворенням вказує той факт, що його елементи залежать один від одного, а також те, що воно має властивість перетинатися з іншими ЛСП у мові. «Елементи поля перебувають у постійному русі: одні залишають систему, а інші входять до неї, що призводить до утворення несталих, дифузних меж», підтверджує вищезазначене І. В. Багмут [9, с. 166].

Стосовно складових будь – якого ЛСП та їхнього визначення, серед них повинні бути не лише ті лексичні чи фразеологічні одиниці, що є семантично спорідненими, а й лексеми, що на поняттєво – асоціативному рівні є зближеними, так як між їхніми вербалізаторами є реальний зв'язок. Відтак, для

того, аби глибше та краще дослідити лексико – семантичні простори двох порівнюваних мов, варто застосовувати комплексний підхід до вивчення полів. Це дозволить якісніше структурувати таке явище як ЛСП. Що стосується зв'язку слова та ЛСП, то воно мотивується і мовними і позамовними чинниками. Про той факт, що одиниці володіють лінгвальними особливостями, свідчить інформація про те, що значення слова у різних мовах часто не є ідентичним і однакова дійсність та її відрізки не є однаково членованими у лексиці.

Дослідниця І. В. Багмут перелічує наступні етапи виділення одиниць ЛСП:

- 1) визначення понятійної основи об'єднання, яке підлягає аналізу;
- 2) інтуїтивний відбір одиниць, що підпадають під дане поняття;
- 3) уточнення критеріїв і принципів виділення семем;
- 4) фільтрування одиниць;
- 5) укладання остаточного списку [там само, с. 167].

Щодо структури лексико - семантичного поля, то на це питання у мовознавців існує декілька поглядів. Так, А. А. Уфимцева вважає, що «семантична структура поля складається з ядра, центру та периферії. Для ядра характерні нейтральність та висока частотність вживання» [85, с. 139]. «Оскільки воно є лексичним вираженням смислів або семантичних ознак, ядро може замінити кожен із членів парадигми, будучи представником усієї парадигми», зазначає Н. Я. Ключка [47, с. 130]. Ядро поля – це спільна сема (гіперсема), тобто семантичний елемент вищого ладу, що формує навколо себе семантичне розгортання та розростання поля. Центр поля складається з одиниць, які мають спільні риси з ядром, натомість периферія поля включає одиниці, які найбільш віддалені від ядра. Периферійні одиниці можуть мати контекстуальне значення і зазвичай вступають у контакт з іншими семантичними полями, утворюючи лексико - семантичну безперервність мовної системи.

На думку З. Д. Попової, структура лексико - семантичного поля складається з ядра, близької та віддаленої периферії [73, с. 162]. До ядра, на думку дослідниці, зазвичай належать високочастотні, стилістичні та функційно – нейтральні одиниці, а до близької периферії – менш частотні, однозначні, конкретні за значенням лексеми, які, як правило, майже не залежать від контексту. Далеку периферію утворюють низькочастотні, багатозначні лексеми, що мають яскраву семантику, можуть належати до інших лексико – семантичних полів, мають зазвичай одну функційну сему, яка семантично залежить від контексту [там само, с. 162].

Так, І. М. Кобозєва розглядає такі властивості ЛСП:

- 1) наявність семантичних відносин (кореляцій) між словами, що входять до його складу;
- 2) системний характер цих відносин;
- 3) взаємозалежність лексичних одиниць; [48, с. 132].

Так як будь – яке ЛСП є структурою, то його компоненти та особливості повинні формуватися згідно з певними принципами, серед яких виділяються наступні: ономасіологічний, семасіологічний, принципи узуальності, граматичної та семемної неоднорідності та семної ієрархії. Стосовно першого із перелічених принципів, то він відповідає за той факт, що найменування якогось предмету або явища визначається його поняттям, а також є його змістовою характеристикою.

Наступний, семасіологічний, принцип передбачає та включає у свою характеристику аналіз семантики одиниць мови, а відповідно, і семантичних полів, що характеризується наявністю в них смислових ідентифікаторів. Принцип узуальності полягає у тому, що обсяг ЛСП може визначатися на основі аналізу процесу фіксації компонентів. Такий принцип, на думку дослідників, є найбільш переконливим та поширеним, коли відбувається процес віднесення лексичної або фразеологічної одиниці до тієї чи іншої групи або поля.

Під час проведення аналізу різних полів, у тому числі й семантичних, застосовується принцип граматичної неоднорідності. До нього звертаються, щоб охопити, описати та класифікувати засоби вираження певного поняття. Принципом семемної неоднорідності керуються у випадку, коли компоненти ЛСП мають неоднорідний характер вживаності та функціонування семем, які є членами поля в конкретному значенні. З цієї причини можна зазначити, що ЛСП не обмежується лексемами, які несуть лише номінативне значення. Також існують і багатозначні одиниці, що виражені кількома лексико – семантичними варіантами, і в їхній структурі є головна сема поля. Більше того, семем, що мають метафоричну природу, також підлягають під даний принцип; а лексичні одиниці є по - різному стилістично забарвленими. Останнім із розглянутих був принцип семної ієрархії, який характеризується тим, що у полі слова мають спільну інтегральну ознаку, проте у них існують протилежні диференційні ознаки.

1.3 Фразеологія як лінгвістична дисципліна

У західній лінгвістичній літературі існує обмежена кількість робіт, що є спеціально присвяченими теорії фразеології, а що стосується існуючих, то в найвидатніших із них не ставляться такі фундаментальні запитання, як науково обґрунтовані критерії виділення фразеологічних одиниць, співвідношення фразеологічних одиниць і слів, системність фразеології, метод вивчення і дослідження фразеології тощо. Також в дослідженнях англійських і американських учених не фігурує питання функціонування фразеології як лінгвістичної дисципліни. Постійні зміни є атрибутом лексичного складу мови, так як у ньому завжди відбувається процес поповнення лексичної бази. Фразеологічний пласт мови характеризується такою мінливістю, так як фразеологізми є складними мовними утвореннями, що підтверджує їхню особливість.

Є. Д. Поливанов зазначає: «і ось виникає потреба в особливому розділі, який був би тотожним із синтаксисом, але в той же час мав на увазі не загальні типи, а індивідуальні значення окремих словосполучень, подібно до того як лексика має справу з індивідуальними (лексичними) значеннями окремих слів. Цьому розділу мовознавства, як і сукупності досліджуваних в ньому явищ, я і приділяю найменування фразеології (зазначу, що для даного значення пропонується й інший термін - ідіоматика)» [72, с. 119].

«В ідіоматиці мови, тобто у пласті, який, за визначенням, є національно специфічним, зберігається система цінностей, суспільна мораль, ставлення до світу, до людей, до інших народів», повідомляє відома дослідниця С. Г. Тер - Мінасова [84, с. 86]. Це найкраще виражено у прислів'ях, приказках та фразеологізмах, що ілюструють спосіб життя, історію, географічне положення й традиції певної общини, що об'єднана спільними культурними особливостями.

Останнім часом особлива увага приділяється вивченню стійкості фразеологічних одиниць, структури їхньої семантики та компонентного складу, а також проблемам моделювання, походження фразеологізмів сучасних англійської та української мов, опису структурно - семантичних і граматичних особливостей різних класів фразеологізмів, розкриттю закономірностей функціонування фразеологізмів та визначенню провідних тенденцій їх розвитку. Ознака високого рівня володіння мовою – уміння доречно й правильно вживати фразеологізми в усному мовленні та на письмі.

Фразеологія – це скарбниця мови. У фразеологізмах знаходить відображення історія народу, своєрідність його культури і побуту. Фразеологізми часто носять яскраво виражений національний характер. Поряд із національними фразеологізмами у фразеології англійської мови є безліч інтернаціональних. «Англійський фразеологічний фонд – складний конгломерат споконвічних і запозичених фразеологізмів із перевагою перших. У деяких фразеологізмах зберігаються архаїчні елементи – представники попередніх епох», вважає О. В. Кунін [60, с. 38].

«Фразеологія (від грецького *phrasis* – вираження, *logos* – вчення), як розділ мовознавства, вивчає лексично неподільні поєднання слів, усталені звороти та вислови і є досить складним мовним явищем, вивчення якого потребує глибокого та предметного дослідження, із залученням методів досліджень, які використовуються науковцями при вивченні лексикології, граматики, стилістики, фонетики, історії мови, історії, філософії, логіки та країнознавства». Так у своїй статті описує визначення фразеології І. М. Галишин [26, ст. 428]. Фразеологія є надзвичайно складним явищем, вивчення якого потребує власного методу дослідження, і використання досліджень інших наук – граматики, лексикології, стилістики, філософії, історії мови, країнознавства.

«Українська фразеологія XIX ст. ґрунтується на міцному фундаменті етнографічних, фольклористичних, етнолінгвістичних, загальнофілологічних, лексико- і фразеографічних праць О. Потебні і М. Сумцова, та М. Костомарова, М. Номиса і П. Чубинського та багатьох інших», таку інформацію надає у своїй статті Л. Комар [50, с. 127].

Ми також виходимо з широкого розуміння фразеології, об'єктом якої є всі стійкі поєднання слів із ускладненим значенням. Сполучення, що виходять за межі складного речення, не є одиницями мови і тому не можуть бути фразеологізмами. Це допомагає відмежувати фразеологізми від загадок, примовок, лічилок тощо. Фразеологія складається з трьох розділів: ідіоматика, ідіофразеоматика і фразеоматика. Цей поділ базується на різноманітних значеннях фразеологізмів: від більш до менш ускладнених. Ця класифікація включає ту, що була запропонована В. В. Виноградовим, і доповнює її.

«Фразеологізми будь – якої мови розуміють як лінгво – семіотичний феномен, що формує особливу «підмову», одне з концентричних кіл мови, в якому в усталеній формі зберігаються і транслуються уявлення етносу про світ, культурна й історико - міфологічна інтеріоризація дійсності та внутрішнього рефлексивного досвіду народу», зазначає у своїй роботі О. О. Селіванова [78, с. 402]. Дослідниця Л. Комар зазначає, що слід також

зазначити, що серед розмаїття ФО існують загальні фразеологізми та індивідуально авторські. Якщо перші включені в словники, то другі, як правило, до словників не потрапляють [51, с. 130].

Започаткував теорію фразеології швейцарський лінгвіст французького походження Шарль Баллі. Вчений вперше систематизував поєднання слів у своїх книгах «Нарис стилістики» і «Французька стилістика» [10, с. 17]. Баллі виділяв чотири групи словосполучень:

- 1) вільні словосполучення, тобто поєднання, позбавлені стійкості, що розпадаються після їх утворення;
- 2) звичні поєднання, тобто словосполучення з відносно вільним зв'язком компонентів, які допускають деякі зміни;
- 3) фразеологічні ряди, тобто групи слів, у яких два поняття зливаються майже в одне. Ці поєднання допускають перегрупування компонентів;
- 4) фразеологічні єдності, тобто поєднання, в яких слова втратили своє значення і виражають єдине поняття.

Подібні угруповання не допускають переміщення компонентів. Таким чином, Баллі розрізняє поєднання слів за ступенем стійкості: ті, в яких є свобода об'єднання компонентів, і ті, що позбавлені такої свободи. Лінгвіст визначав фразеологічність словосполучення в залежності від того, чи є у нього ідентифікатор. Ці думки пізніше стали основою виділення фразеологічних зрощень і розробки теорії еквівалентності фразеологічної одиниці та слова. Робота великого мовознавця, написана на початку періоду вивчення фразеології, сприяла подальшому розвитку фразеологічних досліджень. Питання про фразеологію як дисципліну лінгвістики було вперше поставлене радянським лінгвістом О. Д. Полівановим.

Праці В. В. Виноградова також сприяли появі безлічі робіт присвячених фразеології різних мов. Таке накопичення систематизованих фактів є у списку передумов утворення фразеології як дисципліни є здобутком вітчизняної

лінгвістики. Таким чином, пріоритет у виділенні фразеології як окремої лінгвістичної дисципліни належить вітчизняній науці.

«Вивчення фразеологізмів як мовних одиниць є прерогативою фразеології, статус якої як науки далекий від однозначного розв'язання. Як правило, фразеологічний рівень розглядається в мові як проміжний. Він знаходиться на стику лексико – семантичного і синтаксичного рівнів», така точка зору з приводу досліджуваної проблеми у Л. Комар. До основних рис фразеологізмів Л. Комар відносить: відтворюваність у процесі спілкування, надслівність і цілісність значення [50, с. 128].

Фразеологізм – одна з мовних універсалій, так як не існує мов без фразеологізмів. Англійська та українська фразеології дуже багаті, і мають багатовікову історію. Сучасна англійська мова є аналітичною. Підвищений аналітизм пронизує всю англійську фразеологію, а відтак впливає на будову фразеологізмів. Переважна частина фразеологізмів не має ідентифікаторів, тобто лексичних синонімів, проте існує поняття «еквівалент». Цей термін розробив Л. В. Щерба. Він підкреслював, що така група слів як фразеологізм позначає одне поняття і може бути потенційним еквівалентом слова. Дійсно, тісна група слів, якщо вона є словосполученням, може позначати одне поняття. Більше того, на думку Л. Комар, «найбільш яскраво роль фразеологізмів проявляється у емотивній характеристиці спілкування, яка містить у собі оцінку тих або інших предметів і явищ, передачу особистісного ставлення до подій, що відбуваються. Виходячи із цього, фразеологізми розглядаються як основа створення експресивно-емоційного мовлення» [50, с. 131]. У статті, присвяченій фразеологізмам Ю. Ф. Прадід звертається до висловлювання відомого мовознавця Л. В. Щерби, який писав з приводу поєднання та дослідження різноманітних картин світу: «Світ, даний у нашому безпосередньому досвіді, залишаючись тим самим, сприймається неоднаково в різних мовах, навіть у тих, на яких розмовляють народи, що являють собою певну єдність з точки зору культури» [75]. Також з цього приводу можна звернутися до великого дослідника, В. фон Гумбольдта, який у своїй праці

висловлює наступну думку: «Через різноманіття мов для нас відкривається багатство світу и різноманіття того, що ми пізнаємо в ньому; людське буття розширюється для нас, оскільки мови за допомогою своїх рис дають нам різні способи мислення та сприйняття» [31, с. 165].

«Утворення фразеологічних одиниць, їхня щоденна поява – це живий і постійний процес, викликаний самою потребою людського спілкування. Процес розуміння й аналізу фразеологічного складу мови – це шлях до пізнання ментальності народу, його уявлень про світ і сприйняття себе в цьому світі», вважає дослідниця А. С. Денисова [34, с. 365].

І. М. Галишин об'єктивно зазначає, що «до фразеологічних одиниць відносяться крилаті вирази, посилення, що вживаються у різних типах мовлення та стилях мови, цитати літературного характеру, біблеїзми, висловлювання історичних осіб. Навчаючи студентів їх перекладу, звертаємо увагу на те, що існують розходження між українською та англійською мовами, тобто одне і те ж слово, що входить до складу різних виразів в англійській мові, може вимагати перекладу різними словами в українській мові» [26, с. 430]. Найголовніша відповідь на запитання стосовно вирішення актуального завдання щодо викладання іноземних мов як засобів комунікації між різними народами так носіями культур є наступною: мови необхідно вивчати у поєднанні з культурою і світоглядом народів, мова яких вивчається. Тільки тоді можна зрозуміти мотивацію тих чи інших виразів, а потім і використовувати їх у своєму мовленні.

«Будь - яке дослідження, що стосується перекладу культурних елементів повинно взяти до уваги те, що переклад завжди пропонував багато можливостей для вирішення різних культурних питань в області культурного творення, процесів культурної передачі, обговорення відмінностей, а також питань про неможливість перекладу, несумісності», вважає дослідниця А. В. Сторожко [83, с. 47]. Той факт, що певний мовний арсенал може існувати в перебільшенні або ж мати нехватку виразності є досить непростим для перекладачів і завжди спонукає теоретиків та практиків перекладу працювати

і досліджувати більше. Існують і особливості мови, які часто ігноруються і не мають розповсюдження серед педагогів, які викладають мовні дисципліни. Серед таких сфер – фразеологія.

«Під час викладання фразеології не можна забувати про «золоті правила» фразеологізмів, одним з яких, наприклад, є те, що елементи фразеологізмів постійні, їх не можна заміняти та використовувати синоніми. Також потрібно пам'ятати, що вивчення фразеологізмів – процес пасивний, відповідно, щоб відшліфувати правильне вживання цих одиниць, потрібно витратити чимало часу на їх засвоєння», запевняє Е. Т. Берта [12, с. 60].

1.4 Співвідношення фразеологізму та слова

«У періоди радикальних змін уся мовна система збагачується, реагуючи на виникнення нових понять, явищ, реалій суспільного життя людини. Найбільшою динамікою розвитку відзначається, перш за все, лексичний і фразеологічний рівні. Саме тому фразеологічні одиниці є актуальним об'єктом багатьох досліджень», зазначає А. С. Денисова [34, с. 365]. Деякі прихильники теорії повної еквівалентності розглядають фразеологізми як лексичні одиниці, що не потребують класифікації, і що їх слід групувати як слова. В результаті, зводиться нанівець вся специфіка та особливість фразеологізмів. Слово, яким би воно не було складним за його семантичною структурою, не є об'єктом фразеології, це об'єкт лексикографії та лексикології. Фразеологізми як і слова вносяться в мову в готовому, завершеному вигляді. Це один із аргументів на користь існування теорії повної еквівалентності. Слова і фразеологічні одиниці виражають не сам предмет реальності, а його бачення носієм мови, яке нав'язане йому уявленням про предмет. У своїй роботі дослідниця С. Г. Тер - Мінасова зазначає: «Шлях від реального світу до поняття і далі до словесного вираження є різним у різних народів, що спричинено відмінностями в історії, географії, особливостями життя цих народів і, відповідно, відмінностями розвитку їхньої суспільної свідомості» [84, с. 40].

Фразеологічні одиниці, як і слово, належать до різних рівнів мови – лексичного і фразеологічного; у слова лексичне, у фразеологізму є своє специфічне фразеологічне значення, що створюється поєднанням компонентів із повністю чи частково переосмисленими значеннями. Як вважає Е. Т. Берта: «значення фразеологічної єдності виникає внаслідок узагальненого переносного значення вільного словосполучення. Це результат образного метафоричного переосмислення словосполучення» [12, с. 57].

Семантика слова зумовлена контекстом, тоді як семантика фразеологічних одиниць здебільшого не залежить від нього, бо зв'язана за своєю природою», зазначає Л. Комар [50, с. 131]. Повністю переосмислені фразеологічні одиниці зі структурою словосполучення виконують функцію окремих членів речення. Частково переосмислені звороти типу дієслівних порівнянь розділяються синтаксично. Так, наприклад, у дієслівних порівняннях англ. *eat like a horse* ‘їсти багато і з жадібністю’, англ. *fit like a glove* ‘бути якраз, повністю підходити’, англ. *smoke like a chimney* ‘багато палити’ тощо, перший компонент вживається в буквальному значенні, яке посилюється за допомогою порівняння у звороті.

Відмінності між фразеологізмами і словами на стільки виразні, що відсутність у них схожих рис, яка є настільки характерними для сторонників теорії еквівалентності, ускладнює становлення фразеології як лінгвістичної дисципліни. З усього вищезазначеного можна зробити висновок, що теорія повної еквівалентності фразеологізму та слова не є актуальною. Тому доцільно не користуватися словом еквівалент, а замінити дану теорію на ту, в основі якої – зовсім інші принципи.

При розгляді співвіднесеності фразеологізмів та структури словосполучення необхідний комплексний підхід, при якому об'єктивно враховуються їхні семантичні, стилістичні, структурні та граматичні особливості, а також слово – та фразотвірні структури. При цьому особлива увага приділяється словам, які є ідентифікаторами фразеологізмів. При аналізі співвіднесеності фразеологізмів і слів необхідно враховувати особливості їх

функціонування в контексті. Комплексний підхід дає можливість віднайти відмінності та спільні риси. Семантична структура фразеологізму і слова аж ніяк не обмежується лише значеннями. Найважливішими елементами семантичної структури крім значення є будова всього утворення, його граматичне оформлення і системно – мовні зв'язки.

Різниця у семантичній структурі слова та фразеологізму є причиною розмежування лексичного та фразеологічного значення. Так, характерною рисою більшості іменникових ФО в сучасній англійській мові є позначення понять, що не можуть бути виражені окремими словами, тобто не мають лексичних синонімів. До таких утворень відносяться: англ. *apple - pie order* ‘зразковий порядок’, англ. *Hobson's choice* ‘відсутність вибору’. У тих випадках, коли іменникова ФО має лексичний синонім, це зазвичай слово нейтрального стилю, а фразеологічне утворення є емоційно забарвленим.

Н. М. Амосова, яка вперше поставила під сумнів теорію еквівалентності фразеологічних одиниць та слів, справедливо зазначає відносність еквівалентності ФО та слова і різні ступені навіть цієї відносної еквівалентності в залежності від типу ФО. Настільки ж справедливим є і твердження дослідниці, що через відносний характер еквівалентності ФО та слова її не слід включати в загальне визначення ФО як один з її опорних пунктів [3, с. 180].

А. С. Денисова вважає, що «як не існує серед науковців єдиного визначення фразеологічної одиниці, так і немає одностайної думки щодо їх класифікації» [34, с. 367]. Дослідниця звертається до праці Л. Г. Авксентьева, який підкреслює важливе значення цієї проблеми: «Вивчення різних класифікацій фразеологічного складу мови допомагає з'ясувати природу фразеологічних одиниць, а також їх місце та особливості функціонування в мовній системі» [1, с. 59].

В. В. Виноградов виділяв три типи фразеологічних одиниць:

1. Фразеологічні зрощення (або ідіоми) (далі ФЗ) – це немотивовані одиниці, що виступають у якості еквівалентів слів. Вони утворилися в мові

протягом того чи іншого історичного періоду і є емоційно забарвленими. Наприклад, укр. *накивати п'ятами, через пень - колоду* тощо. У ФЗ складові пов'язані сполученістю значень, але із суми значень компонентів створення цілісного значення зрощення не є можливим, так як слова, що входять до його складу, втратили семантичну самостійність і не є мотиваторами зміст: англ. *to go between* 'бути посередником', англ. *to be dead with cold* 'промерзнути до кісток'.

2. Фразеологічні єдності (або метафоричні одиниці) – це мотивовані одиниці з єдиним значенням, що виникають із суми значень лексичних компонентів і є сталим комплексом. У фразеологічних єдностях допускається розсування елементів і вони функціонують як потенційні еквіваленти слів, наприклад, укр. *тримати камінь за пазухою, мілко плавати, плисти проти течії* тощо. В. В. Виноградов також включає до складу фразеологічних єдностей терміни, наприклад, укр. *пряма кишка, знак питання, карета швидкої допомоги* тощо.

3. Фразеологічні сполучення, які є зворотами, в одного з компонентів яких фразеологічно пов'язане значення, що виражається лише у зв'язку з чітко визначеним колом понять і їх позначень.

До трьох типів фразеологічних одиниць, виділених В. В. Виноградовим, Н. М. Шанський додав ще один – фразеологічні вирази – звороти з буквальним значенням компонентів що є стійкими у своєму складі і вживанні; вони не лише є семантично поділеними, а й складаються зі слів із вільним значенням, наприклад, укр. *вовків боятися, в ліс не ходити; не все те золото, що блищить* тощо; англ. *to share one's last shirt with somebody* 'поділитися останньою сорочкою', англ. *if you run after two hares, you will catch neither* 'за двома зайцями поженешся, жодного не спіймаєш' [86, с. 214].

Лінгвіст О. І. Смирницький розрізняє фразеологічні одиниці та ідіоми. Фразеологічні одиниці, згідно з версією дослідника – це стилістично нейтральні звороти, що позбавлені метафоричного осмислення або втратили його. До фразеологічних одиниць відносяться звороти типу англ. *get up, fall in*

love та ін. Ідіоми базуються на перенесенні значення, на метафорі, відтак з легкістю усвідомлюються мовцями. Їх характерною рисою є яскраве стилістичне забарвлення, віддалення від звичного нейтрального стилю, наприклад, англ. *take the bull by the horns* ‘діяти рішуче, брати бика за роги’, англ. *dead as a doornail* ‘без ознак життя’ та ін. Фразеологічні зрощення, фразеологічні сполучення і фразеологічні вирази, розглянуті В. В. Виноградовим, не входять до класифікації О. І. Смирницького.

Н. М. Амосова виділяє два типи ФО, а саме – фраземи та ідіоми. Фразема – це одиниця постійного контексту, в якій вказаний мінімум, необхідний для актуалізації даного значення семантично реалізованого слова, є єдиним можливим, постійним, наприклад, англ. *beef tea* ‘міцний м'ясний бульйон’, англ. *knit one's brows* ‘насупитися’, англ. *black frost* ‘мороз без снігу’ та ін. Другий компонент є вказівним мінімумом для першого. Слід зазначити, що одинична сполучуваність у багатьох фраземах є вкрай нестійкою і вони легко переходять у нестійкі поєднання слів.

Дослідниця Н. М. Амосова визнає, що фраземи складають найбільш нестійку та непостійну частину фразеологічного фонду, що розширення сполучуваності руйнує стабільність, яка становить їхній контекст і тим самим виводить їх за межі фразеології [3, с. 139]. Ідіома, порівняно з фраземою., – це одиниця постійного контексту, в якій вказаний мінімум і семантичний елемент, зазвичай, обидва представлені загальним лексичним складом сполучення слів. Для ідіоми є характерним цілісне значення, наприклад, англ. *red tape* ‘бюрократизм’ тощо. Прислів'я та приказки Н. М. Амосова до складу фразеології не включає. Фразеологічна концепція мовознавиці, незважаючи на ряд неоднозначних положень, була у свій час новим словом у теорії англійської фразеології.

Е. Т. Берта у своїй роботі звертається до класифікацій фразеологізмів, визначених Б. Вілмошем та Ж. Яношем. Отже Б. Вілмош поділяє фразеологізми на наступні групи: словосполучення; вільні словосполучення із

метафоричним значенням (до складу яких входять прислів'я, порівняльні прислів'я, ситуативні речення, вислови, цитати, приказки).

Що стосується Ж. Яноша, то, за словами Е. Т. Берти, він класифікує фразеологізми інакше:

- 1) стандартні вирази, фрази;
- 2) прислів'я (дієслівні, прикметникові, іменникові, прислівникові, порівняльні);
- 3) приказки;
- 4) фразеологічні вислови [12, с. 56].

Що стосується теорії О. І. Смирницького, то одним з найважливіших параметрів фразеологічності є еквівалентність ФО та слів, а для Н. М. Амосової – тип постійного контексту. Для доробків обох видатних лінгвістів характерне вузьке та неоднозначне розуміння обсягу фразеології. Широке ж його розуміння на даний момент переважає. Його дотримувався С. Г. Гаврин, котрому вдалося створити вдалу класифікацію фразеологізмів у вітчизняному мовознавстві. Лінгвіст включає до складу фразеології всі стійкі та змінно – стійкі сполучення слів, які задовольняють комплікативні критерії. «Кожна структурна одиниця мовної системи, а отже й фразеологічна система також, виконує комунікативну функцію. Надзвичайно важливим залишається вивчення різних структурних і семантичних груп фразеологічних одиниць», зазначає Е. Т. Берта [12, с. 55].

Слову в складі фразеологізму властивий певний вигляд (з фонетичної точки зору), але в процесі розвитку він може і змінюватися. У будь - якому випадку дані фонетики не можна ігнорувати. Стилiстичний потенціал фразеологізмів є значним. У їх значенні важливу роль відіграє конотативний аспект. Фразеологічна стилістика, що вивчає стилістичні можливості фразеологізмів, опирається на досвід лексичної стилістики, зокрема, в розробці деяких стилістичних прийомів. Також аналіз фразеологічних феноменів дуже важливий для вивчення та викладання лінгвокраїнознавства.

1.5 Стійкість фразеологічних одиниць та їхнє семантичне ускладнення

Найважливішим питанням фразеологічної теорії є питання, присвячене стійкості ФО. Без розгляду та вирішення проблем їх стійкості неможливе встановлення меж фразеології і розвиток фразеології як однієї із лінгвістичних дисциплін. Ми розглядаємо стійкість ФО як комплексне поняття, як інваріантність. Фразеологічна стійкість – це обсяг інваріантності, властивий різним аспектам фразеологічних одиниць, що обумовлює їх властивість відтворюватися в готовому вигляді. Кілька загальних показників стійкості утворюють мінімальну фразеологічну стійкість:

1. Стійкість вживання – це показник та виразник того, що фразеологізм є не індивідуальним зворотом, який вживається тим чи іншим індивідом, а одиницею мови, надбанням суспільства. Використання фразеологізму не носить характеру цитування та завжди пов'язане з фразеологічною абстракцією.

2. Ускладнена семантика. Вона проявляється по – різному у різних класів фразеології. До різних видів семантичної ускладненості належать: необразне перетворення значення, повне або часткове переосмислення значення, наявність архаїчних елементів у складі фразеологізмів тощо.

3. Неможливість сполучення із первинною структурно – семантичною моделлю.

Перераховані показники стійкості утворюють мінімальну сукупність постійних складових як в плані змісту, так і в плані вираження. Залежно від того, який матеріал лежить в основі майбутнього фразеологізму, зворот проходить відповідні стадії розвитку. У цьому полягає закономірність процесу його утворення.

«Одним із актуальних питань сучасної лінгвістики є питання відображення картини світу різними мовними засобами. Саме фразеологічний пласт, зберігаючи національно-культурні особливості певного лінгвокультурного простору, розкриває характер етнічної спільноти, народу,

нації, передає самотутній національно-культурний скарб із покоління в покоління», зазначає дослідниця Л. Я. Гнатюк [29, с. 4]. У фразеології та у сфері дослідження мов набуло розповсюдження поняття «мовна картина світу». Під даним терміном розуміють «зафіксовану в мові і специфічну для конкретного мовного колективу схему сприйняття дійсності; за допомогою цього поняття з'ясовують специфіку буття людини, народу», вважає Ю. Н. Караулов [46, с. 120]. Також картиною світу можна називати «відображення дійсності через призму понять, що сформовані на основі уявлень людини, які вона отримала за допомогою органів чуття», підкреслює С. Г. Тер – Мінасова [83, с. 41]. Образ навколишнього світу виникає під час різних актів світовідчуття, спостереження, розуміння, оцінки, переживання тощо. Кожне сприйняття є емоційно забарвленим. В емотивному світосприйнятті гносеологічна протилежність, яка панує між об'єктивним та суб'єктивним світом, зникає.

В англійській мові ідіома є об'єктом творчості мови, в той час як в українській – це древня народна мудрість. З цієї причини не завжди можна знайти прямий відповідник до певних сталих сполучень. Є можливість підібрати одне слово з таким значенням або ж вільне словосполучення. Переклад фразеологізму та пошук еквіваленту залежить від менталітету народності, адже одне і те ж явище в різних мовах має різний ступінь експресивності. Як об'єктивно стверджує лінгвіст П. К. Дашковський: «Менталітет як сукупність соціально - психологічних установок, автоматизмів і звичок, що формують способи бачення світу і уявлення людей, які належать до певної соціокультурної общини, поєднує аналітичне мислення, розвинені форми свідомості з культурними шифрами» [33, с. 168].

Відомим є той факт, що жителі різних країн та носії мов, що відрізняються, живуть не у схожому лінгвокультурному середовищі (просторі), відтак і специфіка мовних одиниць є особливою у кожного народу та культури. І. М. Галишин зазначає: «Переклад фразеологізмів потребує особливої уваги в процесі їх вивчення, адже передати їх дослівно зазвичай

неможливо, через те, що вони являють собою єдиний образ, звідси – необхідність їх розгляду, як єдине семантичне ціле, а заміна їх словами в прямому значенні може спричинити зникнення атмосфери звичних студенту образів». [26, с. 430].

Останнім часом увага націлена на антропоцентричний чинник у мові, тобто робиться акцент на зв'язку діяльності людини та способів її поетичного вираження. Такий феномен спрямована вивчати наука під назвою культурна антропологія, що є фундаментальною та охоплює немалу кількість аспектів. Ця наука вивчає культурний розвиток людини та проблеми, пов'язані з ним; вбирає здобутки інших гуманітарних наук, концентрується на єдиному процесі культурного становлення індивіда.

Що стосується лінгвокультурного підходу до концепту та його інтерпретації, то він направлений на існування у змісті двох складових: культурно - фоновій, а також поняттєвої. Перша складова сконцентована на етнічній особливості подачі знань, які існують у мові. Її функція – вербалізувати дух спільноти чи народу, реалізувати асоціації, абстракції тощо. Друга, поняттєва складова, лежить в основі лексичного значення слова. «Немає такої ділянки, галузі життя, буття народу, які б не характеризувались усталеними зворотами. У фразеологізмах виражаються явища розумової діяльності, психічного стану, взаємин між людьми, стану людського організму, дається оцінка людей, явищ, дій та інші», вважає дослідниця Л. Комар [50, с. 128]. Отже, розгляньмо значення лінгвокультурології як комплексної дисципліни, що тісно співпрацює з аспектами, перерахованими вище. За визначенням В. А. Маслової, «Лінгвокультурологія – це галузь лінгвістики, що виникла на стикові лінгвістики та культурології і яка досліджує прояви культури народу, які відобразилися і закріпилися в мові» [63]. Вона досліджує взаємодію мови та культури, а також їхній взаємозв'язок, що виражає цілісну будову та структуру змісту мови, його культурну складову та системні методи, що орієнтуються на сучасні культурні установки – норми поведінки та суспільні цінності. Необхідно додати, що лінгвокультурний

підхід має на меті дослідити концепти, що є елементами лінгвокультури певної нації. Це означає, що спостереження проводяться на основі зв'язку простору культури та мови.

Знання ідіом та фразеологізмів англійської мови допомагає у збагаченні світогляду людини та комунікативних здібностей взагалі. Вживання сталих словосполучень навчить виражати власну думку поетично та креативно, адже це краще виразить емоційну складову того, що ми маємо на меті промовити і донести. Стосовно студентів, які навчаються у вищому навчальному закладі і мають спеціалізацію, пов'язану з іноземною мовою, то вивчення фразеологічних одиниць стане їм у нагоді під час перекладу текстів різної тематики.

Дослідниця Л. Комар звертає увагу на те, що «до складу української фразеології входять також усталені звороти, засвоєні з інших мов. Дуже часто це вислови, поширені в багатьох мовах світу. Широко використовуються в українській мові фразеологізми античного походження, усталені звороти з західноєвропейських мов. Основним, невичерпним джерелом української фразеології є народна мова, якій властиві влучність, образність. Саме влучні, метафоричні вислови стають усталеними і поповнюють фразеологічні запаси мови» [51, с. 129].



Висновки до розділу 1

Як висновок, необхідно вказати, у першому розділі було розглянуто теоретичні засади вивчення та дослідження феномену ЛСП, поглядів на його ядро – периферійну будову, склад та функції. Також варто зазначити, що структура ЛСП не є цілком та повністю завершеною, так як поля здатні втрачати певні компоненти, якщо вони є застарілими, і, водночас, вбирати до свого складу нові елементи. Відтак стає зрозумілим той факт, що одиниці поля є у константній взаємодії одна з одною, тому можна підсумувати вищесказане, звертаючи увагу на динамічність, як одну з ознак будь – якого ЛСП.

Не менш вагомим питанням у розділі було питання фразеології, а також об'єктом її дослідження – фразеологізмів. Було розглянуто думки дослідників на класифікацію, будову та значення фразеологізмів, а також лінгвокультурний аспект, що відіграє важливу роль у мовознавстві.



РОЗДІЛ 2

ФЕНОМЕН ЗАПАХУ В КУЛЬТУРІ. SMELL/ЗАПАХ ЯК ЦЕНТР ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНИХ ПОЛІВ У ФРАЗЕОЛОГІЧНОМУ ФОНДІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

2.1 Функціонування феномену запаху в культурі

У другому розділі даної роботи ми маємо на меті виділити елементи лексико - семантичного поля (ЛСП) SMELL/ ЗАПАХ у фразеологічному фонді англійської та української мов, віднайти його складові та структурувати їх. Даний процес необхідно здійснювати за допомогою певних методів. Отже, в дослідженні метод суцільної вибірки дозволив виділити компоненти лексико - семантичного поля SMELL/ ЗАПАХ.

Так, зокрема, відправним пунктом дослідження є факт існування певних упорядкованих лексичних угруповань у мовному лексиконі, які покликані впливати на сприйняття, враження та почуття людини. Під час виконання дослідження ми змогли виділити групу фразеологічних одиниць, що виражають світосприйняття носіїв англійської та української мов.

Варто зазначити, що творча природа мови, яку також називають лінгвістичною креативністю, зумовлює постійну семантичну еволюцію, і це стосується не лише семантичного простору в цілому, але й семантики конкретних лексичних та фразеологічних одиниць. Проте перед тим, як перейти до аналізу ФО, вважаємо доцільним розглянути ЛСП SMELL / ЗАПАХ.

«Останнім часом зростає увага до проблеми людського чинника в мові, відбувається перехід від лінгвістики іманентної, об'єктом вивчення якої є мова сама в собі й для себе, до лінгвістики антропологічної, що пропонує вивчати мову в тісному зв'язку з людиною, її свідомістю, мисленням, духовно-практичною діяльністю», за словами дослідниці Е. Т. Берти [12, с. 57]. Отже, за результатом ознайомлення із великою кількістю досліджень, можна констатувати, що між реальним світом та мовою стоїть ніхто інший, як

людина. Саме людина сприймає навколишній світ, використовуючи свої органи чуття, а потім формує власну системи понять та уявлень про цей світ. У результаті повного осмислення сприйнятого матеріалу, індивід за допомогою мови передає його іншим членам мовного колективу. Іншими словами, між мовою та реальністю стоїть мислення.

Усі гуманітарні знання нашого світу, культурологія включно, все частіше звертаються до рутинного життя людини. Саме так виражаються зміни у суспільстві, через сферу повсякденності та буденності. Вона є однією із найважливіших та значимих для існування людини.

Дослідниця М. О. Єпанешнікова вважає, що « життя людини з першої миті буття акомпонується сферою запахів. Запах – одна з ниток тієї пуповини, що прив'язує людину до природи, з одного боку, а з іншого – маркує межу, що відділяє її від природи, яка підкреслює її соціальність» [39, с. 3]. Відтак, простір запаху є невід'ємною частиною культури сучасності. Через це вивчення феномену запаху є унікальним та актуальним.

З плином життя змінюється і смислове наповнення ароматів. Коли він є культурним феноменом, запах має ідеальну форму, наповнення якої залежить від того, яка культура у людини, який досвід вона має, у яких ситуаціях була. Відтак, кожна культура має так звану «ароматичну вісь», що є основою для запахів приємних, нейтральних та неприємних. Важливим для даного дослідження є судження Е. Т. Берти стосовно антропоцентричності фразеологізмів: «тема людського чинника в мові останнім часом набуває великої актуальності, що свідчить про важливе методологічне зрушення, що намітилося в сучасному мовознавстві. Антропоцентрична парадигма, що припускає звернення до аналізу семантичних і понятійних категорій егоцентричної спрямованості, набуває, таким чином, домінантного значення в сучасних лінгвістичних дослідженнях» [12, с. 58]. Функціонування та існування запаху в культурній сфері людського буття є проблемою, яка охоплює аспект відношення природи і культури, що у сучасну епоху набувають актуальності та злободенності. У наш час, згідно з дослідженнями, існує

тенденція розширення ролі штучних ароматів та запахів у людській діяльності. Тому можна заключити, що зростає роль штучно створеної атмосфери нюху.

У даному відношенні, природа – це сукупність факторів, що не створені в результаті людської діяльності. Що ж стосується культурної сфери, то це все, що створило людство, те, що було перероблено людиною. «Під час знайомства з іншими культурами, ми розуміємо, що їхні представники інакше реагують на зовнішній світ, у них свої системи цінностей та норми поведінки», вважає Н. А. Красильникова [56, с. 148].

Людина постійно намагається покращити та урізноманітнити свій запах від природи. Така тенденція набула масштабних обертів. Є відомим той факт, що у суспільстві практика застосування ароматичних засобів поширилася у велику кількість сфер життя, серед яких: мистецтво, медіапростір, політика, маркетинг. За допомогою запаху є можливість сформувати імідж та певним чином впливати на навколишнє середовище.

Індивідуальність особистості характеризується запахом, який належить тільки їй, є унікальним. Ці особливості розглядаються у рамках дослідження феномену нюху та запаху. Людина застосовує штучні аромати, щоб певним чином справити про себе гарне враження, викликати емоції у тих, хто оточує її, підкреслити власне «я».

Функціонування запаху відіграє досить важливу роль у культурі. Аби зрозуміти використання номінації *запах* у фразеологізмах, варто звернутися до історичної спадщини, та розглянути мотивацію таких сталих виразів. Адже фразеологічні одиниці є невід'ємною часткою історії та культури певного народу та національності.

Місце запаху у житті людини та його важливість на даному етапі не отримали відповідної уваги з боку дослідників та науковців. З іншого боку, запах широко досліджений як природне явище, проте, щодо гуманітарної сфери наук, то розглядати даний феномен почали лише в кінці XIX – на початку XX століття. Як результат, існує нехватка теоретичного осмислення

такого феномена, маловідомим є функціонування запаху в культурі. Відтак, є важливим подальший розгляд досліджуваного явища.

Типологія запахів була сформована та розглянута у роботах К. Ліннея, Ч. Дарвіна та інших. У дослідженні С. В. Рязанцева розглянуто фізіологію нюху а також його ролі у людському житті. Існують і роботи, у яких виражено функцію запаху в невербальній комунікації.

Усі перелічені дослідження та роботи дали поштовх до культурологічного вивчення даного явища. Як культурний феномен запах вивчається з кінця XIX століття. Цим займалися Г. Зиммель, Д. Акерман, Л. Марльє та інші.

Є і дослідники та мовознавці, які розглядали у своїх роботах культурні та соціопсихічні функції запаху саме у діяльності людини. У таких дослідженнях надається інформація про те, що функціонування запаху мотивується історичними етапами у сфері культури. Проте, існує велика кількість «білих плям» у вивченні досліджуваного феномену у сфері гуманітарних наук. Дане дослідження покликане пов'язати всі існуючі теорії та роботи і виявити властивості запаху в повсякденному житті та визначити мотивацію вживання запаху у фразеологізмах.

Мова є виразником ставлення людей до певних речей, подій чи явищ. Також вона допомагає «окультурити» запах. В українській мові існує ряд понять, що описують властивості та характер запаху. Серед них: *аромат*, *пахощі*, *сморід*, *дух*, *міазм* тощо. Звернення до тлумачних словників показало що між даними номінаціями є смислова різниця, відповідно до емоційної оцінки явища, а також до того, приємним є запах чи навпаки. Факт постійної повторюваності характеристик запаху, які є типовими, підтверджує, що вони мають неабиякий вплив на культуру. Серед таких наступні: гедоністична оцінка (чи запах є приємним або ж навпаки), наявність запаху - орієнтиру (хвойний, квітковий, аміачний, медовий, трупний запах тощо), вплив запаху на індивіда (задушливий, їдкий, різкий тощо). Якщо розглядати феномен запаху з точки зору культурологічного аспекту, він звертається до історії парфумерії,

так як саме з неї розпочалося «окультурювання» запахів людиною протягом століть. Більше того, запах є виразником засвоєння людиною культурологічних норм.

Важливо знати, що здатність сприймати запахи люди унаслідували від тварин. За запахом тварини можуть ідентифікувати емоційний та фізичний стан інших, запах також виконує важливу функцію у вигляді відчуття небезпеки та інше.

Що стосується суспільства, то використання та відчуття запахів набуває певного культурологічного сенсу, у порівнянні з тваринним світом, де керуються лише інстинктами. «Культуру як особливу сферу людської життєдіяльності не можна побачити, почути, відчуті або спробувати. Реально ми можемо спостерігати її різноманітні прояви у вигляді розбіжностей у людській поведінці і тих чи інших типах діяльності, ритуалах, традиціях», повідомляє Т. Г. Грушевицька [30, с.15]. У людській комунікації запах має певні функції. Вони формуються у відповідності до того, на скільки особистість визнає вплив ароматів на життєдіяльність. Саме через те, що запахи навіки укорінилися у людському побуті, вони і є виразниками почуттів та ставлення до того чи іншого явища. Тому й існує в українській та англійській мовах група фразеологізмів, які покликані впливати на емоційний стан людей, за допомогою номінації *запах*.

У процесі невербального спілкування реалізується комунікативна функція. «Ольфакція є одним із розділів невербальної семіотики; вона є наукою, що займається мовою запахів. Також це наука про смисли, що передані за допомогою запахів, і роль запахів у комунікації», вважає І. І. Ковалинська [49, с. 227].

Нюх є найінтимнішим людським відчуттям. На противагу логічному мисленню запахи тісно пов'язані з емоціями. Відомо, що і запах і смак мають одну природу. Вони направлені на те, щоб пробудити певні асоціації та емоції. Протягом віків люди досліджували запахи і, у результаті, серед них було

виділено наступні: квітковий, фруктовий, смердючий, пряний, смолистий. Через аромати людина пізнає навколишній світ та дійсність.

Дослідниця, Т. Н. Березіна у статті, що присвячена типології емоцій, викликаних запахом, стверджує: «позитивний або негативний знак емоції, що виникає, залежить від безлічі факторів, один із яких, хоча, може, і не найголовніший – це запах. Але вважається, що запах викликає емоції на глибинному рівні, що не завжди визнається людиною» [11, с. 59].

У роботі О. Б. Вайнштейн під назвою «Аромати і запахи в культурі», дослідниця пише: «Історичні смисли запахів дуже рухливі. Фактично перед гуманітаріями - істориками, літературознавцями, культурологами – відкривається нова дисципліна: назвімо її «історична ароматика» або «граматика ароматів». О. Б. Вайнштейн також вважає, що дана сфера є новим « простором для роздумів» [17, с. 8].

О. Вайнштейн досить масштабно розглядає тему запаху з точки зору культурології. Дослідниця вважає, що «запахи й аромати як достатньо еластична культурна модель щоразу отримують нове символічне наповнення в залежності від потреб моменту. Запах із легкістю втілює наше бажання бути іншими, змінюватися і грати» [там само, с. 13].

У розділі монографії, який називається «Значення та влада запаху» О. Б. Вайнштейн звертається до роздумів К. Классена, Е. Синнотта. На основі їхніх досліджень дослідниця вивела власне твердження: «Запах – велика сила. Відчуття нюху впливають на нас на фізичному, психологічному та соціальному рівнях. Однак у більшості випадків ми вдихаємо аромати, що нас оточують, не усвідомлюючи в повній мірі їхнє значення у нашому житті». Проте, коли виникає втрата нюху із певних причин, це дається взнаки, адже психологічний комфорт зникає, а на зміну йому приходить неспокій та відчуття стресу [там само, с. 43].

Запах має властивість провокувати емоційну реакцію, досить глибоку. Якщо він асоціюється з позитивними враженнями та переживаннями, викликає радість; якщо ж – із неприємними спогадами, то запах викликає

відразу. Отож, сприйняття аромату відбувається не тільки за допомогою органу нюху, але й за допомогою емоцій та відчуттів, які він викликає. Більше того, запахи є одним із найважливіших елементів відносин у соціумі, спілкування та сприйняття людей один одним.

Нюх відіграє важливу роль в емоційно - сенсорному сприйнятті. Незважаючи на це, сучасна культура заходу нечасто звертається до цієї теми і надає невелике значення даному феноменові. Таке ставлення пояснюється тим, що сприйняття запахів та нюх взагалі є прерогативою тварин, адже саме вони керуються такими відчуттями. Людина ж, у свою чергу, не славиться такими можливостями. Проте, навіть на основі малої кількості робіт та досліджень з даної тематики можна зробити висновок, що нюх та запах є невід'ємною частиною людського буття. Тому варто розглядати це явище більш детально та виважено.

У тій же монографії О. Б. Вайнштейн надає наступну інформацію: « запах – винятковий та складний для вивчення феномен. На відміну від, скажімо, кольору запахи не мають власних найменувань – у всякому випадку, у європейських мовах. Коли описуємо той чи інший запах, ми повинні говорити «пахне як...», відшукуючи точну метафору для опису нашого нюхового переживання. Запахи не можна увічнити...В царстві нюху нам доводиться звертатися до описів та споминів» [там само, с. 47].

Дослідження, що присвячувалися запаху та нюху, здебільшого досліджували наукову та природню сферу феномену. Науковці відповіли на запитання щодо хімічної природи ароматів, проте, що стосується, емоційної та культурної складової, то існує безліч питань, на які необхідно дати конкретні фундаментальні відповіді. Існує також і психологічний аспект у даній сфері, тобто він стосується вивчення впливу ароматів на раціон індивіда, працездатність, настрій, спілкування з оточенням тощо.

Запахи беруть участь у житті соціуму та мають культурно релевантне значення для ідентифікації та взаємодії зі світом. О. Вайнштейн з цього приводу висловлюється наступним чином: «В силу особистої, емоційної

природи такого ольфакторного досвіду, важливі запахи засвоюються членами суспільства на глибоко особистісному рівні. Відповідно, дослідження історії запахів у культурі є ні що інше, як проникнення у саму суть людської культури» [там само, с. 48].

Знецінення аспекту нюху в західній культурі сучасності прямо пропорційне підвищеній увазі до почуттів, що спостерігалось у ХІХ столітті. На той час учені вважали, що зір відповідає за цивілізованість та розум, а запах є знаком безглуздості та дикунства. З ходом еволюції, як зазначав Ч. Дарвін, нюх поступився зору, тому навіть сьогодні люди, які надають ароматам великого значення, вважаються маргіналами або ж не зовсім психічно зрівноваженими. «Академічні теорії запаху виявилися такими ж вигнанцями сучасної культури, як і сам запах. Високий статус зору, що культивується за Заході, забезпечує абсолютно серйозне відношення до досліджень, присвячених зору та візуальній реальності, навіть, якщо вони носять небезперечний характер. Проте, будь яка спроба аналізу нюху і запахів ризикує бути знищеною суспільною думкою як непристойна та недоречна», зазначає О. Вайнштейн [там само, с. 51].

Незважаючи на такі зауваження з боку критиків дослідження психологічної складової феномену, роль запаху в культурі сучасності – глибока та багатогранна тема. Велика кількість дослідників, соціологів, істориків вважають, що це питання заслуговує уваги і намагаються поступово відкривати нові сторони існування та функціонування запаху у людському бутті.

2.2 Особливості вживання та інтерпретації фразеологічних одиниць, що належать до ЛСП SMELL/ ЗАПАХ

Вивчення ізолюваного слова не дає уявлення про різноманіття зв'язків, у які воно вступає в контексті, про асоціації, які воно може викликати в тому чи іншому оточенні, про додатковий сенс, якого воно набуває при оказіональному використанні. Все це ще більшою мірою можна застосувати

по відношенню до фразеологізмів зважаючи на складність їх семантичної структури. Крім того, фразеологізми, будучи стійкими утвореннями, допускають у мові різноманітні структурно-семантичні зміни, в тому числі і найскладніші перетворення, неможливі у словах. Переосмислення - один із способів пізнання дійсності в свідомості людини - пов'язане з відтворенням реальних або уявних особливостей об'єктів на основі встановлення зв'язку між ними. Але структура об'єктів завжди складніша даних їм найменувань, що виражають лише деякі з їх пізнаних властивостей, причому іноді не найістотніших. Все це робить виключно важливим вивчення «поведінки» фразеологізмів у контексті, чому, безсумнівно, буде сприяти подальший розвиток лінгвістики тексту, що стає на наших очах самостійною мовною дисципліною.

Споконвіків англійськомовні фразеологізми пов'язувалися зі звичаями, традиціями, та повір'ями англійського народу, а також із переказами, реаліями та історичними фактами. Пропонується наступна класифікація ФО, що присутні в тезаурусі англійської мови:

- 1) фразеологічні одиниці, що відображають традиції та звичаї англійського народу;
- 2) фразеологічні одиниці, пов'язані з англійськими реаліями;
- 3) фразеологічні одиниці, що пов'язані з іменами письменників, вчених, королів тощо.;
- 4) фразеологічні одиниці, пов'язані з повір'ями;
- 5) фразеологічні одиниці, пов'язані з астрологією;
- 6) фразеологічні одиниці, запозичені з казок та байок, переказів;
- 7) фразеологізми, пов'язані з історичними фактами.

2.2.1 Інтерпретація ФО зі значенням *smell* (в англійськомовних фразеологізмах). В результаті лексикографічного аналізу семантики фразеологічних одиниць, що входять до складу ЛСП SMELL/ ЗАПАХ, було

виділено 21 фразеологічний зворот в англійській мові та 12 – в українській. Серед компонентів досліджених фразеологізмів було розглянуто наступні: англ. *smell, odour, whiff, stink* та укр. *пахне (пахнути, не пах), (по)нюхати, понюшка (понюх), нюх, душок*.

Пропонується вибірка із найбільш вживаних прикладів фразеологічних одиниць англійської мови із номінаціями англ. *smell, whiff, odour (odor), stink*: англ. *smell a rat* [107, с. 870] ‘відчути обман, щось підозріле’; англ. *smell fishy* [107, с. 870] ‘бути підозрілим’; англ. *smell blood* [107, с. 870] ‘відчути(знайти) слабке місце’; англ. *live off smell of an oily rag* [107, с. 871] ‘животіти’; англ. *smell to high heaven* [111, с. 417] ‘мати дуже неприємний запах, тхнути’; англ. *smell of the footlights* [111, с. 417] ‘бути неприродним, театральним’; англ. *smell powder* [107, с. 871] ‘понюхати пороху’; англ. *come out/up smelling of roses / violets* [111, с. 418] ‘пережити складну ситуацію з позитивним результатом’; англ. *fish and visitors smell in three days* [107, с. 1025] ‘гість перший день – золото, на другий день – олово, а на третій – іди додому, голово’; англ. *money has no smell (odor)* [107, с. 310] ‘гроші не пахнуть’; англ. *smell of the baby* [107, с. 944] ‘пустувати, бути несерйозним, мати щось дитяче у характері’; англ. *smell somewhere out* [107, с. 871] ‘наповнити неприємним запахом, викурити’; англ. *smell of the lamp (of oil, of the candle)* [107, с. 1037] ‘бути вистражданим’; англ. *not get a whiff of (something)* [111, с. 518] ‘не отримати навіть малої частки чогось бажаного’; англ. *whiff of grape - shot* [107, с. 1005] ‘декілька залпів’; англ. *odour of sanctity* [107, с. 711] ‘ореол святості’; англ. *be in bad odour* [107, с. 516] ‘бути в немилості, у поганих стосунках’; англ. *be in good odour* [107, с. 516] ‘порозумітися, здружитися’; англ. *kick up a stink* [111, с. 474] ‘влаштовувати сварку’; англ. *the more you stir it, the worse it stinks* [111, с. 474] ‘не буди лихо, поки спить тихо’; англ. *the fish always stinks from the head downwards* [111, с. 195] ‘риба гниє з голови’.

Одним із найчастотніших способів утворення фразеологізмів є метафоричне переосмислення дійсності. Досить багато фразеологізмів, що містять елементи ЛСП SMELL, утворилися саме таким способом. С. Г. Тер -

Мінасова зазначає, що «метафори є яскравими і корисними, особливо, у науковому тексті, як це не дивно... В науковому тексті метафори є важливими, так як вони полегшують розуміння та сприйняття складного наукового явища, факту...» [83, с. 38]. Частіше метафори можна зустріти у художніх текстах, де автор таким чином висловлює та прикрашає свою думку. Щодо фразеологізмів, то вони можуть зустрічатися в обох перелічених сферах.

Можна взяти до прикладу такі фразеологічні єдності як: англ. *smell a rat* та *smell fishy*. Щодо першого виразу, то є можливість зазначити що метафора даної фразеологічної єдності видається досить прозорою. Мертвий щур пахне різко та неприємно, а також знайти його мертве тіло важко. Коли тварина відчуває наближення свого кінця, то зазвичай ховається у найвіддаленіший куток приміщення. Якщо пов'язувати цей факт із значенням даної єдності, то можна виявити певну спорідненість із запахом та складнощами у виявленні точної локації його витоків і підозрілою ситуацією, у якій щось пішло не за планом або ж хтось поводить себе дивно, неприродньо, щось приховує. Відтак можна зробити висновок, що лексема *rat* виступає метафорою зі значенням «something suspicious or unpleasant», а дієслово *smell* образно ототожнюється з дієсловами «to suspect» або «to notice».

Вираз англ. *smell fishy* є синонімічним із попереднім. Знову для того, щоб виразити наявність певної проблеми, використовується тварина. Проте у цій фразеологічній єдності використано не іменник *fish*, а прислівник *fishy*, що виражає різноманіття синтаксичних формулювань та складників різних типів фразеологізмів. Щодо запаху риби, то він, очевидно, не найприємніший. Він змушує задуматися над тим, чи все в порядку, чи не існує ніякої загрози. Аналогічно із фразеологічною єдністю, наведеною вище, можна заключити, що дієслово *smell* набуває значення «notice». А лексема *fishy* виступає метафорою зі значенням «suspicious». Тому метафоричність виразу виявляється у зв'язку неприємного запаху та підступності, небезпеки.

Метафоричні фразеологізми засновані на різних видах подібності, реальних чи уявних, і можуть позначати осіб, предмети або тих і інших. Проте

переважна більшість ФО взагалі, і метафоричних зокрема, як зазначає О. В. Кунін, носить антропоцентричний характер, тобто відноситься до людини або до того, що з нею пов'язано. Ці звороти зазвичай мають характер оцінки, яка може бути як негативною, так і позитивною. Але зустрічаються і звороти без оцінки. [61, с. 126].

Метафоричне є найпоширенішим видом переосмислення. В його основі часто лежать найрізноманітніші типи подібності, наприклад, подібність дій. Так, ФО англ. *smell blood*, що є водночас фразеологічною єдністю можна розібрати наступним чином: лексема *blood* в даному випадку метафоризується і означає душевну вразливість, незахищеність. Пояснити мотивацію ідіоми можна уявивши ситуацію на полюванні, коли на запах крові убитої здобичі біжать натреновані собаки. Можна привести безліч прикладів зі світу дикої природи, де щодня відбувається боротьба за життя і де перемагає кмітливіший, більш пристосований до виживання і захищений від зовнішніх факторів. До прикладу, акули у воді за кілька кілометрів можуть відчутти вразливу ділянку й атакувати. Як відомо, у крові – першооснови життя і концентрація сили. Проте момент, коли вона проливається стає сигналом поразки, незахищеності та втрати рівноваги. Звідси висновок, що мотивація фразеологічної єдності є зрозумілою та аргументованою, так як лексема «blood» є метафорою, що несе у собі значення «vulnerability», а дієслово *smell* означає «feel, to perceive».

Метафори можуть також носити евфемістичний характер. Таке переосмислення виражає прагнення завуалювати неприємні факти, пом'якшити небажані, занадто різкі висловлювання. Прикладом може бути ідіома англ. *be in bad odour* «бути у поганих стосунках». Лексема *odour* означає «аромат», «запах» (зазвичай неприємний), «душок». Разом із лексемою *bad* та прийменником *in* ідіома означає «бути в немилості», «у поганих стосунках». Даний вираз був класифікований як ідіома або ж фразеологічне зрощення, адже до його складу входять немотивовані одиниці, що виступають в якості еквівалентів слів. Дана ідіома є одиницею постійного контексту, тобто її

значення не змінюється в залежності від суті та формулювання речення або тексту.

У даному випадку лексема *odour* несе у собі відтінок напруженої атмосфери між співрозмовниками або у відносинах людей взагалі. Саме цей іменник якнайкраще підкреслює емоцію та тематичне забарвлення даного фразеологічного зрощення.

Існує і вираз *in good odour*. Відповідно, дана ідіома є антонімічною до попередньої. Прикметник *good* у сполученні з лексемою *odour* породжує значення «порозумітися, здружитися». Іменник, що означає запах, у наведеній ідіомі несе у собі відтінок атмосфери порозуміння між людьми. Відразу можна відчувати, що учасники певної ситуації знаходяться у гарних стосунках між собою. Існує і сленгове значення даного фразеологічного зрощення – «знюхатися», що якнайкраще передає семантику виразу, тому його можна вважати мотивованим.

Іншим продуктивним механізмом утворення фразеологізмів є метонімія. Слід мати на увазі, що метафора може позначати не тільки спільність ознак, притаманних сутностям об'єктивного світу, а й ознаки, що приписуються їм людиною, що робить метафору не завжди об'єктивною. З метонімією все інакше. Вона виключає фантазію, так як базується на асоціативних зв'язках. У метафори в порівнянні з метонімією більш високий ступінь абстракції і більше віддалення від денотата, а також велика свобода вибору ознаки, яка кладеться в основу переосмислення.

Яскравим прикладом цьому може послужити фразеологічне сполучення англ. *smell of the lamp (of oil, of the candle)*. Дієслово *smell* у сукупності з прийменником *of* та іменником *lamp* формує метафору зі значенням «бути вимученим», стосовно наукової роботи абощо, яка створювалася вдень і вночі безперервно при тьмяному світлі лампи. Як правило, ця довга скрупульозна робота не завжди приносить бажані плоди, проте потребує безліч зусиль, моральних та матеріальних, щоб її завершити. Ситуація, у якій можна використати дане фразеологічне сполучення не пов'язана із запахом, а, власне,

із асоціаціями та певними висновками, які може зробити людина на основі вивчення різних паперів, певних фактів, подій тощо.

Також спостерігаємо метонімію в лексемі *lamp*, адже можна уявити людину-науковця, що сидить за столом під неяскравим світлом лампи і досліджує документацію, шукає відповіді на різні запитання. Можна зробити висновок, що значення фразеологічного сполучення є цілком вмотивованим. Метонімічні перенесення базуються на різних видах суміжності, до прикладу, орган замість реальної чи уявної функції, яку вони виконують, імена тих чи інших осіб замість того, що пов'язано з ними. Метонімія – це окремий випадок імплікації. Що стосується класифікаційних зв'язків, то підставою для них є спільність сутностей об'єктивного світу. Такі зв'язки встановлюються у свідомості, але відображають не якийсь реальний зв'язок між відповідними сутностями, а спільність властивих їм ознак.

Вираз англ. *smell somewhere out* цікавий тим, що у ньому використано прийменник напрямку *out*. І хоч він є службовою частиною мови, проте має помітний вплив на загальний зміст фрази. У даному випадку необхідно пояснити вживання компоненту *out*. За контекстом підходить компонент *off*, проте він стосується ситуації, коли необхідно забрати щось із якоїсь поверхні. Щодо *out*, то він несе у собі значення «перемістити щось зсередини назовні». Відтак із дієсловом *smell* вдало застосувати саме прийменник *out*. Щодо прислівника *somewhere*, що означає «де - небудь, звідкись, кудись», то його вживання також має певну особливість. Фразеологічне сполучення означає «наповнити приміщення неприємним запахом». Прийменник *out* разом із прислівником «somewhere» утворюють сполучення, яке чітко мотивується за допомогою дієслова *smell*. Однією з дослівних інтерпретацій такої структури може бути наступна – «змусити когось покинути приміщення використовуючи неприємний запах».

Часто метафори носять гіперболічний характер. Гіпербола – різновид тропа, що полягає в надмірному перебільшенні характерних властивостей чи ознак певного предмета, явища або дії задля особливого увиразнення

художнього зображення чи виявлення емоційно - естетичного ставлення до нього. Як зазначає О. С. Ахманова, вона полягає в явному перебільшенні, що підсилює виразність доданням вислову емфатичного характеру [99, с. 99]. Велика кількість гіперболічних метафор зобов'язана своєю появою нереальним, а іноді і зовсім фантастичним ситуаціям.

Фразеологічне зрощення англ. *smell to high heaven* 'мати дуже неприємний запах, тхнути', є яскравим прикладом сказаного вище. Даний вираз можна пояснити гіперболою, тому що відомим є той факт, що небо, виражене іменником *heaven*, знаходиться дуже високо і далеко. Воно зазвичай асоціюється з чимось чистим та приємним, оспівується у фольклорі та у творчості безлічі поетів та письменників. Незважаючи на це, в даному випадку сукупність лексем *high heaven* та *smell* утворює негативну конотацію – «мати дуже неприємний запах, тхнути». Прикметник *high* лише підсилює значення ідіоми, за рахунок чого її і можна вважати гіперболою. Власне перебільшення і відіграє ту важливу роль у формуванні розуміння та сприйняття цього фразеологічного зрощення. Градація запаху розширюється за допомогою лексеми «*heaven*», яка максимально підсилює відразу до того чи іншого предмета, який має неприємний запах. Адже, як зазначалося вище, небо є неосяжним, далеким та безмежним. Завдяки прямій асоціації з небом можна зрозуміти, на скільки аромат є неприємним, так як безмежність та глибина небосхилу наштовхує на сприйняття рівня неприємності запаху (чим більша територія неба, тим неприємніший аромат).

Фразеологічне сполучення англ. *(raise/ create/ make) kick up a stink* 'влаштовувати сварку', має досить очевидну мотивацію. Як відомо, іменник *stink* виражає неприємний запах, сморід і взагалі щось бридке. Відтак, у сполученні із фразовим дієсловом *kick up*, що означає «підіймати, підсилювати», цей іменник функціонує як метафора проблеми, сварки, що от-от розпочнеться, а це завжди асоціюється із непорозумінням та сумними наслідками. Саме лексема зі значенням *запах* якнайкраще передає семантику даного фразеологічного сполучення. Відтак можна дослідити тенденцію

частого використання лексеми зі значенням «запах» для вираження атмосфери напруженості або негативу між сторонами.

Щодо фразового дієслова *kick up*, що є стилістично забарвленим, то завдяки йому і формується метафора, позаяк вживання лексеми *to start*, наприклад, було б недостатньо компетентним та повноцінним. Фразове дієслово підсилює емоційний фактор сприйняття цього фразеологічного сполучення, адже асоціюється із бурею емоцій, піднятою в результаті активних дискусій або дебатів.

Ще одним фразеологізмом у вибірці був указаний англ. *the more you stir it the worse it stinks*. Компонент *stink* вказує та те, що запах, про який іде мова неприємний, а тому і ФО несе у собі негативну конотацію. Даний фразеологізм вживають у ситуації, коли про щось уже забули, але хтось вирішив підняти це нагора і, виявляється, там існувало безліч підводних каменів, про які не було відомо раніше.

Наступним фразеологізмом із компонентом *stink* є англ. *the fish always stinks from the head downwards*. Як відомо, по свіжість риби (як продукту) можна судити на основі запаху, який виділяє її голова. Дана ФО виражає ситуацію, коли, наприклад, компанія або країна у стані занепаду. Причиною цьому може бути верхівка, тобто індивіди, які займають головуючі посади. Недарма, в обох досліджуваних мовах синонімом до слова *лідер* є лексема *голова*.

Якщо не знати реалій, за яких був створений фразеологізм або ж історичної ситуації, яка вплинула на саме таке його формулювання, то зрозуміти той чи інший вираз буде куди важче. Адже за відсутності базових знань людина може інтерпретувати ФО неправильно. Дослідження світосприйняття носіїв певної мови має на меті зрозуміти особливості використання тих чи інших одиниць мови, а також додаткові культурні, політичні або ж історичні конотації одиниць такої мови. Особливу увагу завоювали реалії, так як глибоке їхнє осмислення і знання є необхідним для

коректного трактування фактів та явищ, які спрямовані на особливості культури іншої мови.

Нами була досліджена фразеологічна єдність англ. *live off smell of an oily rag* ‘ледь животіти’. Вона є яскравим прикладом звороту такого типу. Масна ганчірка не викликала б ні у кого захвату. У цьому випадку, запах лахміття асоціюється зі злиднями, з якими нерідко стикаються люди. Вони вимушені жити у скрутному становищі. Також словосполучення *oily rag* є метафорою відсутності коштів навіть на продукти харчування і рослинну олію. Тобто люди «харчуються» лише її запахом. Фразове дієслово *live off*, що означає «жити за рахунок чогось» наштовхує на достатньо прозоре тлумачення фразеологічної єдності. Відповідно іменник *smell* у даному випадку вжито у прямому значенні – *запах*. Тому вираз набуває метафоричного значення лише завдяки сполученню *oily rag*, де запах ганчір’я, просякненого олією є метафорою життя у нелюдських умовах без фінансової підтримки.

Фразеологічна єдність англ. *not get a whiff of (something)* може пояснена наступним чином. Для початку необхідно зазначити, що іменник *whiff* означає «легкий подув», «слабкий запах». Що ж до всієї ідіоми, то вона несе у собі значення «не отримати навіть малої частки чогось бажаного». У даному випадку лексема *whiff* асоціюється із натяком на щось, так як запах має властивість розповсюджуватися і розтікатися на великі відстані. Також можна розглянути її вживання у даній фразеологічній єдності як щось невловиме, таке, що розсіюється у повітрі і його не можна зберегти у себе. Замість імовірної лексеми *bite* або ж *piece*, використання яких було б цілком логічним, вжито метافору *whiff*. Завдяки їй емоційне забарвлення виразу змінюється і зовсім по-іншому впливає на його сприйняття людиною. Слабкість аромату, яку закладено у семантику іменника *whiff* змушує задуматися над тим, що хтось не отримав і найменшого натяку на щось, ні малої частини.

Наступною у вибірці є ФО англ. *whiff of grape - shot* ‘декілька залпів’ (воєн.). Походження цього виразу датується XIX століттям, а саме звертається до періоду Французької революції. Імператор Наполеон Бонапарт під час

битви наказав своїм військам стріляти над головами християн, які пробивалися у ворота Парижу, і використав дану фразу, яка відтоді стала фразеологізмом. У поєднанні із компонентом англ. *whiff* ‘подув’ даний вираз набуває потрібного емоційного забарвлення, так як подув асоціюється із швидким порухом вітру, який, в залежності від сили, може або знищити усе на своєму шляху або просто змусити впасти з дерева листок. У даній ФО лексема *whiff* виражає нищівну силу, що направлена на вбивство.

Наступною ФО із компонентом *odour* є вираз англ. *odour of sanctity* ‘ореол святості’. Лексема *odour* вживається в англійському варіанті фразеологізму, тому що, згідно з канонами католицької церкви, він означав специфічний запах (схожий на квітковий), який надходив від тіл святих. Тому вживання даного компонента є мотивованим. В українському ж варіанті замість *аромат* вживається компонент *ореол*, що у довідкових джерелах описується як променисте коло навколо голови святого. Варто згадати той факт, що в українській мові даний фразеологізм може часто вживатися в іронічному контексті, коли говорять про людину, яка лукавить і роблячи нехороші вчинки, змушує оточення вірити у те, що вона є безгрішною.

Дослідження фактичного матеріалу привело нас також до фразеологічного звороту англ. *smell of the baby* ‘пустувати, бути несерйозним, мати щось дитяче у характері’. Відповідником в українській мові може слугувати фразеологізм *бути байдики*. ФО означає *behave like a baby*, проте вживання компонента *smell* підкреслює натяк на те, що поведінка у дорослої людини дитяча, адже запах дитини є найвиразнішим, коли вона ще зовсім мала. Так як, запахи допомагають нам віртуально перенестися у певні спогади з минулого, то дана ФО досить влучно передає сенс висловлювання, завдяки саме лексемі *smell*.

Ще однією фразеологічною одиницею з компонентом *smell* у добірці є англ. *smell of the footlights* ‘бути неприродним, театральним’. Пояснити мотивацію даного фразеологізму цілком реально, адже лексема англ. *footlights* ‘прожектори’ надає асоціацію зі сценою і театром. Усім відомо, що театр

далекий від реального життя. Тому і вживання даної лексеми у вдалому поєднанні з компонентом *smell* спонукає людину відчувати награність висловлювання або опис неприродною ситуації, явища тощо.

Ще одна із ФО зі компонентом *smell* – англ. *smell powder* має прямий еквівалент в українській мові ‘понюхати пороху’, «набути бойового досвіду». Стосовно одиниці *не понюхати пороху* (в українському варіанті фразеологізм вживається саме з заперечною часткою *не*), вона асоціюється з часами, коли бої та війни супроводжувалися зброєю, що заряджалася порохом. Відповідно, на боротьбу йшли досвідчені бійці, а молодь, яка ще не брала участі в бойових діях, ще «не нюхала пороху».

З переліку можна виділити наступну ФО: англ. *come out/up smelling of roses / violets* «пережити складну ситуацію з позитивним результатом». Запах троянд або фіалок славиться тим, що він є приємним, більшості подобається й асоціюється із гарними спогадами. Тому, коли людина пізнає лихо в достатній мірі, проходить через усі негаразди гідно і з честю, вона пожинає плоди, що у даному фразеологізмові виражені ароматом квітів.

Ще один приклад фразеологізму – англ. *fish and visitors smell in three days* має відповідник в українській мові, проте компоненти *запах* та *риба* у ньому не фігурує – ‘гість перший день – золото, на другий день – олово, а на третій – іди додому, голово’. Як відомо, рибні продукти швидко псуються і, якщо не зберігати їх належним чином, виділяють неприємний запах. В анлійськомовному варіанті до лексеми *fish* додано *visitors* (можливий варіант *quests*), що означає, якщо багато часу знаходитися в тому місці, де цього хтось не бажає, варто покинути його.

Money has no smell (odor) ‘гроші не пахнуть’. Даний фразеологізм є історично обумовленим, його використовують, коли виражають несхвальне висловлювання з приводу ставлення до грошей, яке є неетичним і некоректним. Вираз заглиблюється корінням у I століття н.е., коли правив у Римській імперії Віспасіан, котрий встановив податок на вбиральні загального користування.

Ієрархійно - польова організація, на прикладі досліджуваних ЛСП, полягає і виражається у тому, що можна виділити лексику загального вжитку, але яка стосується конкретної сфери людського буття, зробити підрахунки та класифікувати одиниці згідно з активністю та частотністю їхнього вжитку у вокабулярі мови.

2.3 Ядерно – периферійна модель ЛСП SMELL

Для встановлення специфіки об'єктивізації концепту SMELL необхідно провести семантико – когнітивний аналіз його основних вербалізаторів. У результаті дослідження виявлено, що лексико - семантичне поле SMELL виражає собою ядерну структуру лексичних одиниць, які пов'язані між собою системними відносинами і характеризуються семантичною спільністю.

Після виділення ознак, які актуалізуються ядерними та периферійними виразниками концепту, увесь його когнітивний зміст був представлений у вигляді ядерно - периферійної структури. Найбільш яскраві ознаки, на нашу думку, становлять ядро, тоді як менш яскраві, у відповідності до ступеня їх актуалізації були розподілені за периферійними зонами, зокрема були виділені ближня, середня, дальня та крайня ділянки периферії. Варто зазначити, одним із критеріїв виділення ядра та периферії є критерій частотності вжитку конститuentів лексико - семантичного поля у мовленні. Крім критерію частотності вживання, ядерно - периферійні елементи будь якого поля можуть бути виділеними на основі врахування їх семантичного змісту та багатозначності.

Отже, базою для формування певної лексичної парадигми є поєднання лексичних одиниць. Компонентом, який може входити до складу такої парадигми може бути будь - яка сема. У нашому випадку, у цій функції можна розглянути інтегруючу сему англ. *smell* 'запах'. Лексико - семантичне поле *smell* / *запах* відображає фрагмент дійсності (об'єктивної), яка сконцентрована у свідомості носіїв досліджуваних мов та пов'язана з особливостями нюху та

сприйняття запаху у людини. З іншого боку, існують певні ольфакторні (нюхові) властивості речей, що також впливає на сприйняття. Відтак, можна зазначити, що ЛСП *smell* /*zapax* складається із двох важливих полів – атрибутивного, в якому запах виступає як властивість, та перцептивного, у якому досліджується сприйняття запаху. Тому, можна спостерігати особливість даного поля – вираження властивості речей впливати на нюх, а також на емоційний стан.

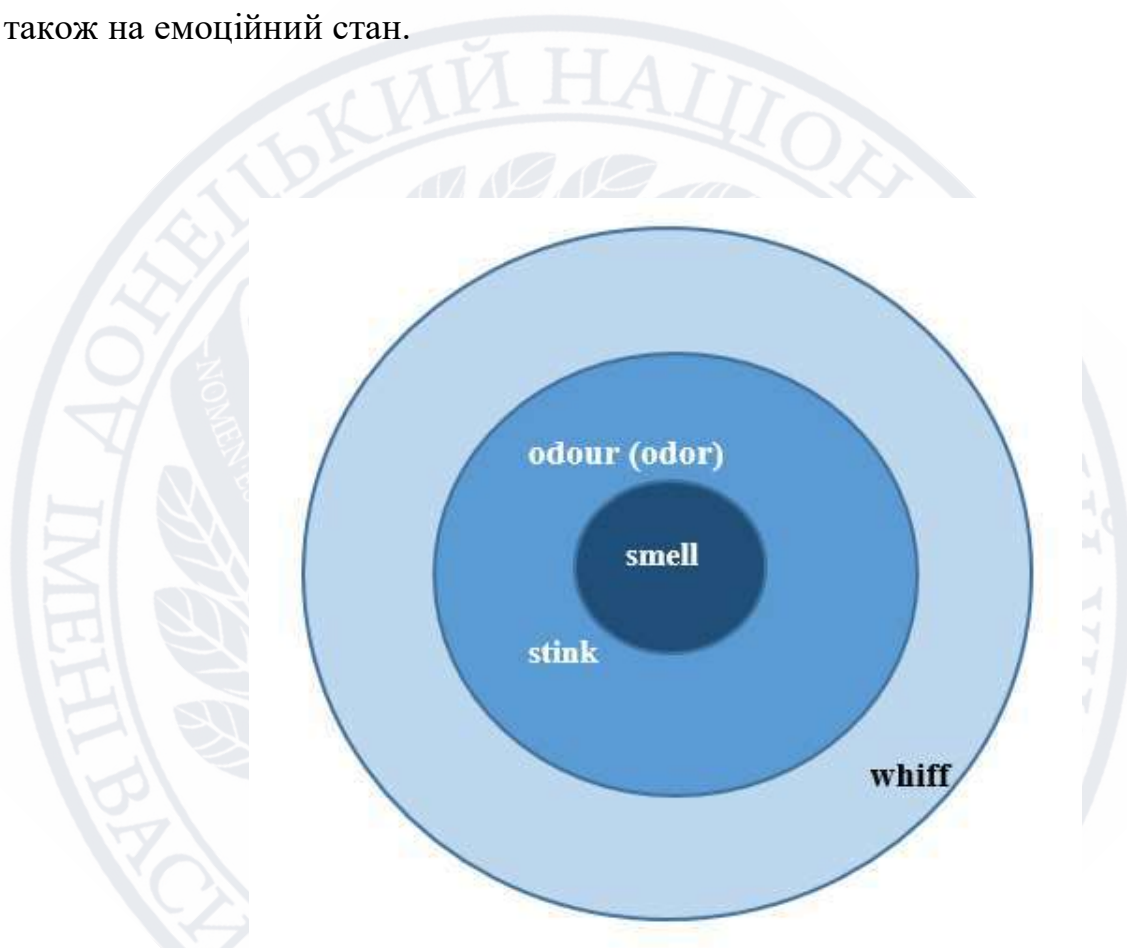


Рис. 2.1

До ядерної периферії поля належать дієслова, іменники та прикметники, що виражають розпізнавання запаху, явища, пов'язані із нюхом, розповсюдження аромату або характеристику запаху, а також ФО.

Семантико - когнітивний аналіз ключових вербалізаторів серед фразеологізмів англійської мови розпочнемо з основного слова - репрезента – лексичної одиниці *smell*. Аналіз вживання даної лексеми дозволяє виділити особливості її внутрішньої форми, яка допомагає встановити асоціативні

зв'язки між окремими лексико семантичними варіантами. Відтак найчастотнішою та ключовою лексемою, що входить до складу ЛСП SMELL, є англ. *smell* 'запах, пахнути', яка зустрічається у фразеологічному фонді англійської мови 13 разів. Її частотність є досить високою, порівняно з іншими у проаналізованій вибірці. Тобто чим більше окремих значень вербалізаторів виражає певну ознаку, тим яскравіше вона проявляється у когнітивному змісті концепту.

Наступним за частотністю репрезентації є лексико - семантичні варіанти англ. *stink* 'сморід', англ. *odour (odor)* 'запах, аромат', кожен з яких реалізується у 3 фразеологізмах. Відтак, їх можна віднести до ближньої периферійної зони ЛСП SMELL.

Однією із найменш чисельних показників актуалізації у проаналізованій вибірці є лексема англ. *whiff* 'запах, подув', яка використовується у фразеологічному пласті англійської мови всього 2 рази і є частиною дальньої або ж крайньої ділянки периферії ЛСП SMELL. Невисока частотність пояснюється тим, що лексема *whiff* не є активною у вокабулярному складі мови, відтак і кількість ФО підтверджує це.

Отже, спочатку, застосування методу аналізу словникових дефініцій та компонентного аналізу дало змогу висвітлити семантичну структуру лексеми – репрезента *smell*, що дозволило згрупувати всі лексико - семантичні варіанти (ЛСВ). Було встановлено, що компонент *smell* поряд із ЛСВ, що виражають його, вербалізується у багатьох значеннях, як позитивних, так і негативних.

2.4 Інтерпретація ФО зі значенням *запах* (в українськомовних фразеологізмах)

Одним із відомих джерел мови, зокрема, літературної, є фразеологія – невичерпна криниця, що забезпечує мову все новими і новими виражальними засобами – фразеологізмами. «Фразеологічні одиниці будь - якої мови, у тому числі й української, можуть відображати національні особливості своїм

фразеологічним значенням, окремими компонентами, своїми прототипами – генетично вільними словосполученнями», як вважає Ю. Ф. Прадід [75].

«Культура – фонд комунікації. Без культури ми не можемо зрозуміти життя мотивацію інших, їхні проблем та інтереси. Культура панує у нашому існуванні і в людському інструменті для розвитку нашого суспільства, розширення наших знань і встановлення відносин між людьми. Проте риси культури постійно змінюються і легко губляться. Якщо ми будемо цінувати її, ми, в кінці кінців, її не втратимо», упевнена А. В. Сторожко [83].

Якщо говорити про вплив на культуру з боку мови, необхідно зазначити, що мова створюється з метою виражати наші концепції та ідеї. В залежності від того, які культурні тенденції панують в той чи інший період, ці ідеї можуть змінюватися, а концепції оновлюватися. Мова змінюється, коли модифікацій зазнає культура. Мова володіє функцією гнучкості, що є безперечною її перевагою. Таким чином можна спостерігати за тим, що значення слова змінне, але в цей час створює нові символи.

Культурні тенденції не лише впливають на звички людей та їх цінності, а ще й на поведінку та мову, як зазначалося вище. Те, що людство знає про культуру, має неабияке значення для досягнення майстерності, особливо в лінгвістиці. Мова має широкий вплив і на культуру, тобто зрозуміло, що ці елементи людського існування не можуть функціонувати одне без одного. Існує тенденція, коли певні слова існують в мові, вони більше не знаходяться в обігу, культурне життя обходиться без них. З'являються нові слова, які приходять на зміну позначенням старих реалій. Тому серед фразеологізмів обох мов, англійської та української, можна віднайти лексеми та компоненти, які в ході розвитку культури та історії зазнали модифікацій і переросли у крилаті або сталі вирази, якими користуємося дотепер.

У результаті застосування методів суцільної вибірки та словникових дефініцій у фразеологічному фонді української мови було виділено 12 виразів із номінацією *запах*. Так як категорія запаху як в англійській, так і в українській мові недостатньо розкрита, ФО, які є виразниками досліджуваного

ЛСП, є рідкістю. Проте, необхідно було переглянути немалу кількість довідкових джерел, аби відшукати такі рідкісні елементи, за допомогою яких є можливість виражати ставлення до тієї чи іншої ситуації. Відтак, серед досліджуваних фразеологізмів є наступні: із компонентом *пахне* (*пахнути* / *не пах*)/*запахло* (6 одиниць), *понюх* / *понюшка* (2 одиниці), *душок* (2 одиниці), *нюх* (1 одиниця), *нюхати* (1 одиниця).

Отже, лексема *пахне* (*пахнути* / *не пах*)/*запахло* фігурує у фразеологічних одиницях, які є компонентами ЛСП ЗАПАХ. Серед них: *пахне* (*запахло*) *смаденим* (*вовком*) [105, с. 609] ‘загрожує кому - небудь або передбачається щось недобре’; *і* (*близько*) *не пахне* [105, с. 609] ‘зовсім нема ніяких ознак появи, настання і т.д. ін. кого -, чого- небудь’; *пахне гарбузом* [105, с. 609] «передбачається відмова тому, хто сватається»; *пахне* (*запахло*) *порохом* [105, с. 610] «наближається війна, загрожує небезпека або сварка. -небезпека, загибель, неприємність, сварка чи бійка»; *пахне* (*смердить*) *землею* (*від кого*) [105, с. 610] «хто небудь дуже старий, близький до смерті»; *щоб і дух не пах* (*не смердів*) «позначає вимогу піти звідкись, не бувати десь» [104, с. 48]. Також існують фразеологізми із лексемою *понюх* (*понюшка*): *ні за понюх* (*нюх, понюшку*) *табаки* (*тютюну*) [105, с. 673] ‘нізащо, даремно’; *на одну понюшку* [105, с. 673] ‘зовсім мало’. На додаток, номінація *нюх* є у фразеологізмові *собачий нюх* [105, с. 561] «хто - небудь має здатність легко схоплювати, підмічати, розуміти щось приховане, таємне»; лексема *нюхати* є у фразеологізмові *не* (*по*)*нюхати порохи* [105, с. 561] «не бути на війні, не брати участі у воєнних діях»; *діло з душком* [105, с. 169] ‘нечиста справа’; *людина з душком* [105, с. 169] «людина з норовом, примхами, вередлива».

Серед перелічених одиниць є ті, що виражають неготовність індивіда до певних дій, діяльності чи життя взагалі; роблять акцент на юність людини. Таке значення виражено лексемою *нюхати*, у поєднанні з іменником *порох*. Усі перераховані фразеологічні одиниці є цілком вмотивованими. Більше того, є і ФО, які характеризують особистість із негативного боку, надають опису багатшого емоційного забарвлення.

Фактичним матеріалом засвідчено, що фразеологічна номінація з компонентом *пахнути (запахнути)* здебільшого вживається у значенні *передчуття небезпеки, підозрілої ситуації, відмови* або ж *присутністю когось* у певному місці, тобто має місце негативна конотація. Таким чином фразеологічна номінація *пахне смаленим (вовком)*, що схиляє людину розуміти, що щось іде не за планом, не так як потрібно. Якщо хтось чує запах, це означає, що його джерело десь поблизу і необхідно бути обачним. Додає фразеологізмові значення небезпеки анімалістичний компонент *вовк*, а він, у свою чергу, є ідентифікатором гострих відчуттів, втіленням страху та непокори. Фразеологічні звороти української мови мають пласт культурулогічних особливостей, які відрізняють їх від англійськомовних ФО. Однією з таких рис є безособовість. Вона схиляє читача або ж слухача зрозуміти, що ситуація не контролюється ним і що її результат може вплинути на кількох осіб одночасно, без їхньої участі. Серед прикладів можна назвати наступні ФО: *і близько не пахне, пахне смаленим (вовком), пахне гарбузом, пахне (запахло) порохом, пахне (смердить) землею, щоб і дух не пах (не смердів)*. Усі вони, так чи інакше, ґрунтуються на певних історичних подіях і періодах, які відбувалися з українським народом та яких зазнала культура. *Пахне гарбузом* – ФО, яка є прямим виразником того, що раніше під час сватання хлопців до дівчат, перші могли отримати гарбуза від дівчини, у буквальному сенсі, і це означало б її відмову у подальших стосунках чи весіллі. Відповідно, лексема *пахне* означає передчуття, наближення відмови, ніби її запах панує у повітрі як натяк.

Стосовно фразеологічної одиниці *пахне (смердить) землею*, у ній теж можна віднайти певний культурулогічний стан речей. Вона виражає собою *старість, похилий вік* і є характеристикою людини, яка може із дня на день покинути цей світ. Як відомо, після смерті людини її тіло бере участь в обряді поховання, а саме опускання труни у яму, що викопана у землі. Такі реалії практикуються у слов'янських народів, серед яких поки не широко застосовується процес кремації, тобто спалення тіла. У такому випадку

резервуар із попелом не завжди закопують у землю, а труну обов'язково необхідно заховати під землею. Тому, мотивація даного фразеологізму є мотивованою, так як вважається, що літня людина вже достатньо часу провела на світі і є ближчою до потойбіччя. Також необхідно звернути увагу на можливість вживання обох лексем, *пахне* або *смердить*, у даній ФО. Лексема *пахне* має більш нейтральне значення, у той час, як лексема *смердить* може вживатися у негативному, зневажливому сенсі. Використання тієї чи іншої лексеми залежить від того, у якому емоційному стані перебуває людина, яка використовує фразеологізм, або від того, яке її ставлення до літньої людини, яка описується або про яку говорять.

ФО *і близько не пахне* означає, що когось або чогось на момент розмови немає. Як було зазначено вище, лексема, виражена дієсловом *пахне*, звертає увагу на те, що хтось або щось неподалік, проте лексема *близько* у поєднанні із заперечною часткою *не*, означає кардинально протилежний факт, тобто когось взагалі немає, навіть поблизу або певна ситуація ще не розпочалася. У фразеологічному фонді української мови існує певна кількість одиниць із номінацією *понюх* (*понюшка*), яка виражена іменником, який означає процес пізнання певного запаху (у фразеології це запах тютюну): *ні за понюх* (*нюх*, *понюшку*) *табаки* (*тютюну*) зі значенням *даремно*; *на одну понюшку* (*зовсім мало*). Такі вирази прийшли до сьогодення із сивої давнини, коли серед козацтва було розповсюджене куріння люльки, яку заправляли тютюном. Відтак, фразеологічні одиниці даного типу виражають негативну конотацію, так як, згідно з ними, щось існує або було виконано не в достатній кількості або ж зроблено без сенсу і не мало користі для справи.

Собачий нюх є однією із тих ФО, які напряду відносяться до ЛСП ЗАПАХ, так як без нюху не можливо відчутти запаху. Даний вираз представлений сполученням іменника *нюх* та анімалістичного компонента *собачий*. В українськомовних фразеологізмах велику частоту мають ФО із вживанням анімалістичних номінацій та порівнянь, адже тварини відіграють важливу функцію у житті людини (як естетичну так і ту, що пов'язана із

необхідністю харчуватися). Даний фразеологізм вживають стосовно індивіда, який має здатність вивідати інформацію, розгадати щось таємне та загадкове. Адже, як відомо, собака володіє винятковим нюхом, тому від неї нічого, що стосується запаху, не приховати.

Фактичний матеріал дослідження розглядає фразеологізми із компонентом *душок*: *діло з душком* – нечиста справа [104, с. 169]; *людина з душком* (розм.) – людина з норовом, примхами, вередлива [104, с. 169]. Лексема *душок* дає характеристику запахів, що є неприємним, бридким, їдучим, отож, якщо описувати справу за допомогою даного компоненту, цей факт зверне увагу слухача на те, що ситуація не є позитивною, хтось намагається влаштувати обман або щось. Відповідно, якщо звертатися до лексеми *душок* стосовно індивіда, очевидно, що ідіома не нестиме позитивне значення, а навпаки, зверне увагу на негативні сторони вдачі людини або її неналежної поведінки у певній ситуації.

Отже, фразеологічний фонд української мови з компонентом *запах* орієнтується, здебільшого, на ідіоми, сконцентровані на негативних сторонах та рисах людської природи, або ж на кмітливості та здатності знайти вихід зі скрутного становища. Метафора є тим явищем, що в українськомовних фразеологізмах зустрічається так само часто, як і в англійськомовних. У такому випадку, для того, щоб виразити здатність індивіда передбачати щось, використовують зоонімічний компонент, а щоб описати літню людину, яка скоро може померти, вживають компонент *смердить*, що виражає зневажливе ставлення до смерті.

2.4.1 Ядерно – периферійна модель ЛСП ЗАПАХ. Аби встановити особливості, будову та концепт ЗАПАХ, варто провести аналіз досліджуваного поля та його вербалізаторів. Як і ЛСП SMELL, ЛСП ЗАПАХ виражається в українській мові ядерною структурою фразеологічних одиниць, між якими існують системні відносини та семантична спільність. Отож, після

того, як було розглянуто ядерно - периферійні ознаки поля, можна зобразити його як ядерно – периферійну структуру. Ядром із найяскравішими ознаками та найчисленнішою вживаністю є фразеологізми із компонентом *пахне* (*пахнути, запахло*). До ближчої периферії можна віднести ФО із компонентами *понюх* (*понюшка*) та *душок*, адже їхня частотність у фразеологічному фонді української мови є значно меншою. До віддаленої периферії можна прикріпити фразеологізми з компонентами *нюх* та *нюхати*, адже кожен із них зустрічається лише один раз.

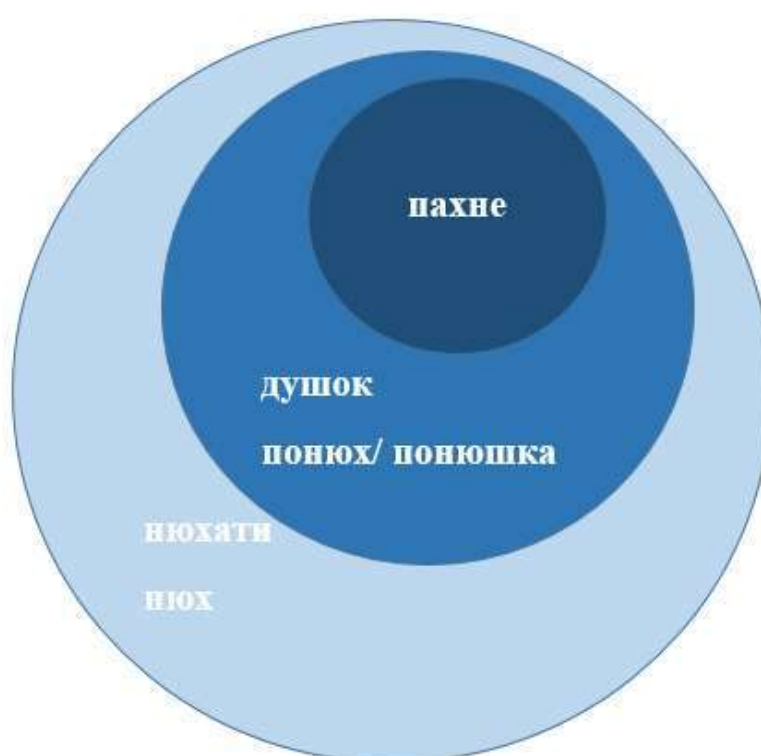


Рис. 2.2

Як і усі інші досліджувані ЛСП у даній роботі, ЛСП ЗАПАХ також є фрагментом об'єктивної дійсності, так як із відчуттям запаху та можливістю відчувати аромати різного походження людина сприймає реальність, підбирає поведінку, формує своє ставлення до речей. Саме тому розгляд даного ЛСП є досить важливим для розвитку лінгвістики та культурного спадку нації.

Висновки до розділу 2

Отже, підсумовуючи другий розділ дослідження необхідно зазначити, що за допомогою різних методів було виявлено та описано структурні елементи ЛСП SMELL/ЗАПАХ в англійській та українській мовах, пораховано та класифіковано їх. Отож, наразі існує та розглянуто усі 33 фразеологічні одиниці з використанням таких компонентів: *smell*, *odour (odor)*, *stink*, *whiff* в англійській мові та *пахне (пахнути / не пах)*, *понюх (понюшка)*, *душок*, *нюх*, *нюхати* – в українській мові. В результаті проведених підрахунків було створено ядро – периферійні моделі полів, які дозволяють зобразити особливості їхньої будови наочно. Необхідно відзначити, що тенденція використання лексем ЛСП SMELL/ ЗАПАХ у фразеологічних одиницях української та англійської мов несе у собі здебільшого негативну та нейтральну конотацію. Відтак більшість ФО із представленої нами вибірки означають *смердіти*, *мати неприємний запах*. Також є й історично вмотивовані фразеологізми, пов'язані з війною та боями. Застосування компоненту *smell* або *запах* у поєднанні з іншими лексемами у зворотах підсилює емоційність виразів та вплив на індивіда та його сприйняття тієї чи іншої ситуації і реальності. У вибірці представлено як мотивовані так і невмотивовані фразеологічні одиниці, а також переосмислені за допомогою метафори, метонімії та гіперболи їхні варіанти. Тобто деякі з них можна інтерпретувати без сторонньої допомоги та знання реалій. Проте є і такі, що буквально перекласти не можна, адже вони стосуються певних історичних подій або періодів яких зазнав той чи інший народ.

РОЗДІЛ 3

TASTE/ СМАК ЯК ЦЕНТР ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧНИХ ГРУП ЛЕКСЕМ У ФРАЗЕОЛОГІЧНОМУ ФОНДІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

У третьому розділі увага сконцентрована на особливостях складових лексико-семантичних полів TASTE/ СМАК у фонді англійсько - та українськомовної фразеології, описано лінгвокультурний підхід до поняття *смак* у двох порівнюваних мовах. А також проведена спроба створити ядроно - периферійну модель будови досліджуваних ЛСП.

3.1 Функціонування феномену *смаку* в культурі

Смак, як і запах, у всій своїй багатогранності є одним із найважливіших факторів людської діяльності. Він знаходить своє відображення й у семантиці мови та в комунікації. Смак – це, перш за все, те, що людина відчуває, коли вживає їжу. Їжа, у свою чергу, є частиною культури будь – якої окремо взятої народності чи нації. Так як їжа має місце у житті кожного індивіда, можна зазначити, що вона є небезпідставно вагомою частиною буття, а тому і предметом комунікації та способом вираження певних думок та емоцій, вражень та станів. Спекуляції зі смаком часто зустрічаються у медіапросторі, зокрема у рекламі, яка покликана впливати на суспільство та нести заплановану ідею у маси. Так як їжа є невід’ємною частиною людського існування, то рекламні слогани, фразеологізми та будь – які вирази мови, є достатньо впливовими та багатозначними. Метафори, що базуються на сприйнятті смаку, кольору, температури, запаху тощо, мають відгомін у просторі засобів масової інформації.

Цікавим є той факт, що мало кому відома наука про смак. Рутинне життя не змушує задумуватися над особливостями смаку того чи іншого продукту чи страви. Людство нечасто аналізує свій смаковий досвід, а відповідно, не знає, як про нього говорити та як виражати за допомогою цих знань свої

переживання та емоції. Сприйняття за допомогою нюху, слуху, зору тощо правильно функціонують лише у тандемі, у певній взаємодії. Коли задіяні усі необхідні рецептори – те чи інше явище сприймається краще та якісніше. Без знання того факту, що без можливості підключити та застосувати усі способи сприйняття ми не зможемо описати смак, люди не матимуть можливості повноцінно ділитися думками та враженнями, переживаннями та спогадами.

Отже, однією із найяскравіших можливостей людини є розпізнавання смаку, що діє на мозок впливовим способом. Коли до головного мозку надходить інформація про запах, вона потрапляє до тих його ділянок, які відповідають за пам'ять та емоції. Смак улюбленої їжі має змогу перенести свідомість у минуле, яке згадується у найменших деталях, навіть краще, ніж на фотографії чи у формі записів.

Їжа, а, відповідно, і смак, пов'язують етнічні групи населення впродовж поколінь. Даний феномен часто є етнічним ідентифікатором, адже у кожного народу своє ставлення до їжі та смаку. Відповідно, і в культурологічному плані сприйняття смаку дещо відрізняється, і в різних країнах асоціації з тим чи іншим смаком є різними.

Та насолода, яка виникає у людини в результаті поглинання їжі, безпосередньо пов'язана з її можливостями та потребами, а також із розвитком тілесної свідомості. Із їжею людина вбирає у себе приємні та здорові відчуття. Вона повертається думками у певні моменти життя, пригадує, отримує асоціації. Саме контакт із власними відчуттями допомагає сприймати варіативні прояви свого «Я», звернутися до своєї природи і навіть зрозуміти шляхи якими варто іти по життю. Відтак, смакові відчуття сприяють подоланню прірви між духовним та тілесним проявами людини.

У певному сенсі культура їжі є важливою складовою виховання багатогранної особистості. Як відомо, між здатністю людини сприймати смак та запах є прямий функційний зв'язок, тому вони є джерелом єдиного враження, яке можна назвати сенсорним. Погіршення здатності сприймати запахи призводить до погіршення сприйняття смаку.

Запах та смак, як було зазначено вище, можуть функціонувати у якості єдиної системи пошуку їжі та її відбору. Також, вагому роль у такому тандемі відіграє і зір, так як естетична складова страви є важливою ланкою у такому ланцюзі. Якщо їжа оформлена якісно та зі смаком, вона викликає гаму відчуттів: від бажання й естетичної насолоди до підсилення потреби в їжі. Довгий час дослідники вивчали різновиди та властивості смаку. Крім чотирьох основних типів (солодкий, солоний, кислий, гіркий), деякі науковці виділяють ще й смак води. Серед таких є і науковці, які вважають, що емоційні реакції на смак у людей є стабільними у певній мірі. Тому, можна зазначити, що саме тому людина у свій раціон намагається включати страви, знайомі з дитинства, так як останні пов'язані з посудом, атмосферою та людьми, які готували ту чи іншу страву.

Немала кількість дослідників цікавилась питанням, що стосується факту смакового сприйняття дорослою людиною, яке залежить від культурного впливу, який можна було спостерігати у дитинстві. Відповідно, було проведено ряд дослідів стосовно смакових уподобань дітей, які виховувалися у різних країнах та належать до несхожих культурних пластів. Як результат, виявилось, що генетичний фактор та фактор середовища є визначальними у формуванні смакових уподобань. Використання безлічі приправ, спецій, соусів є результатом підкорення культурним традиціям різних народностей.

Важливим є і зазначення того факту, що смак може викликати у людини як позитивні емоції так і відразу. Це можна пояснити тим, що вона могла спробувати їжу в обставинах або ситуації, які не були сприятливими у той момент. Їжа стає привабливою для індивіда у тому випадку, якщо вона має специфічне поєднання сенсорних відчуттів, що називається «букетом». Позитивне сприйняття залежить від консистенції, запаху, кольору, температури страви, а також від того, голодні людина чи ні, відпочила вона або ж стомлена.

3.2 Особливості вживання та інтерпретації фразеологічних одиниць, що належать до ЛСП TASTE

Смак є однією зі складових, які допомагають людині сприймати навколишній світ, розуміти і відчувати його. Тому крім фразеологізмів із компонентом *smell*, існують ще й фразеологічні одиниці із компонентом *taste*. У ході еволюції відчуття смаку виникло не за збігом обставин. Від харчового отруєння, наприклад, людину уберегав кислий смак зіпсованого продукту або ж гіркий смак отрути. Найспіліший та найбагатший енергією фрукт виявлявся раніше за допомогою рецепторів, що відповідають за солодкий смак. До ХХ століття вважали, що існує лише чотири смаки – гіркий, кислий, солодкий та солоний, відтак і фразеологізми звертаються до цих номінацій, здебільшого.

Розгляньмо фразеологізми, що творять ЛСП TASTE в англійській мові. Найчастотнішою за вживанням можна вважати номінацію *bitter* (гіркий), яка зустрічається у наступних ФО: англ. *bitter as death* [107, с. 137] ‘дуже гіркий’; англ. *bitter as gall (wormwood)* [107, с. 137] ‘гіркий, як полин’; англ. *bitter cold* [107, с. 137] ‘собачий холод’; англ. *bitter cup* [107, с. 137] ‘гірка чаша, чаша страждань’ (бібл.); англ. *bitter enemy* [107, с. 137] ‘лютий ворог, заклятий’; англ. *bitter nut to crack* [107, с. 137] ‘гірка пілюля, тяжка необхідність (з якою треба миритися)’; англ. *bitter pill (to swallow)* [107, с. 137] ‘гірка пілюля, образа, приниження (з яким треба миритися)’; англ. *bitter tears* [107, с. 137] ‘гіркі сльози’; англ. *bitter tongue* [107, с. 137] ‘злий язик (злі язика)’; англ. *bitter truth* [107, с. 1280] ‘гірка правда, істина’; англ. *a bitter taste in the mouth* [107, с. 1280] «відчуття (почуття) огиди до того, що хтось пережив (до спогадів)». Другим за частотністю є компонент *rotten* (гнилий). Він присутній у ФО англ. *rotten apple injures its neighbours* [107, с. 825] ‘з ким поведешся, від того й наберешся’, ‘паршива вівця всю отару перенівечить’ та англ. *rotten borough* [107, с. 825] ‘гниле містечко’. Далі можна сконцентрувати увагу на ФО із компонентом *sour*: англ. *sour grape (grapes)* ‘зелен виноград’; щось дуже бажане, але недосяжне (за байкою Езопа); англ. *sour contract* «необдуманно укладений контракт», «необдуманно укладена угода». Наступна у вибірці ФО –

англ. *have a sweet tooth* [107, с. 1262] «бути ласуном» ; англ. *sugar/sweeten the pill* [107, с. 988] ‘підсолодити пілюлю’. Також є і фразеологізм із власне компонентом *taste*: англ. *to give someone a taste of their own medicine* [107, с. 846] ‘відплатити тією ж монетою’.

Також є і фразеологізм із власне компонентом *taste*: англ. *to give someone a taste of their own medicine* [107, с. 846] ‘відплатити тією ж монетою’

Отже, зупинимося на кожному фразеологізмові з компонентом *bitter* окремо. У ФО *bitter as death* порівняльна частка *as* та компонент *death* (смерть) підсилюють значення основного компонента виразу. Лексема *death* додається у випадку, коли необхідно підкреслити найвищу точку якоїсь ознаки або ж її найвищий ступінь.

Фразеологічна одиниця *bitter as gall (wormwood)* має значення *гіркий, як полин*. Усім відомо, що полин – це рослина, смак якої неприємно гіркий. Отож, порівняння смаку якоїсь страви або слів (у переносному значенні) із гіркотою полину є вдалим і, безперечно, влучним.

Для фразеологізму *bitter cold* (137) віднайдено відповідник в українській мові - *собачий холод*, так як звороту із компонентом *гіркий* у такому значенні українська фразеологія не передбачає, а пропонує вживання анімалістичного компоненту.

ФО *bitter cup* має прямий еквівалент в українській мові - *гірка чаша, чаша страждань*. Він пов’язаний із релігійною тематикою. ФО *випивати гірку (чашу)* (саме так частіше вона вживається в українськомовному варіанті) зі значенням *зазнати багато страждань, клопоту, неприємностей повною мірою, настраждатися*, є також цілком вмотивованим. Часто лексема *чаша* в мовленні упускається, але значення від того не послаблюється. Компонент *випивати* не дарма використовується у цій ідіомі. Пити означає поглинати певну рідину, отже, якщо говорити про чашу, то у ній є гірка рідина, що асоціюється із негодами, і людини випиваючи її, матиме негаразди у житті.

До ФО *bitter enemy* важко знайти прямий відповідник з компонентом *гіркий*, тому знайдено еквівалент лютий (заклятий) ворог, який в українській мові цілком виправдовує конотацію в англійській.

Фразеологізм *bitter nut to crack* (тяжка необхідність, з якою треба миритися) може знайти своє відображення в еквіваленті *міцний горішок*, проте власне англійськомовний варіант означає якесь важке завдання, з яким важко впоратися. В українській мові немає відповідника із компонентом *гіркий*.

Існує в англійській мові ФО *bitter pill (to swallow)* – гірка пілюля, образа, приниження (з яким треба миритися) (137). В рідній мові знайдено еквівалент з відповідним компонентом, адже лексема *гірка* означає *несмачна, неприємна*, а, відповідно, та, з якою важко змиритися.

Що стосується ідіоми *bitter tears*, то вона має відповідник - *гіркі сльози* (або ж *обливатися гіркими (сльозми)*) зі значенням *гірко, невтішно плакати*. Словосполучення *гіркі сльози* несе у собі негативну конотацію, адже відомо, що можна плакати від щастя або від горя. Компонент *гіркими* ніяк не може виражати позитивне значення, адже цей вид смаку, як було вказано вище, не асоціюється із позитивним сприйняттям. Негативну конотацію виразу підкреслює компонент *обливатися*, тобто можемо уявити товщу води, яка насувається на особистість, а, відповідно, кількість рідини є невимовно великою. Коли людина гірко плаче, вона робить це довго і сліз тече багато, отже, дане дієслово яскраво виражає значення ФО.

Bitter tongue є фразеологізмом зі значенням *злий язик (злі язики)*. Щодо ФО *bitter truth*, то компонент *гірка* зберігається в українському еквіваленті (*гірка правда, істина*); *a bitter taste in the mouth* ‘гіркий присмак (післясмак) у роті’, тобто відчуття (почуття) огиди до пережитого (до спогадів). Прямого аналогу в українському варіанті немає. Проте, можна мотивувати дану ідіому, так як певні обставини у житті залишають нехороший відбиток, асоціюються з поганими спогадами. Компонент *гіркий* вдало пасує в цій ситуації для вираження негативного життєвого досвіду.

Стосовно ФО *rotten apple injures its neighbour*, то, як вказано вище, відповідника із вживанням лексеми *гнилий* немає в українській мові, тому було знайдено два варіанти, один із яких включає анімалістичний компонент *вівця*. Наступна ФО з цього розряду - *rotten borough* ‘гниле містечко’. Вона зумовлена історично та пов’язана з тим, що так називалися міста у Великобританії, що занепали, проте зберігали право на представництво у парламенті, чого не могли собі дозволити безліч промислових центрів. Термін увійшов до обігу в XIX столітті.

Sour grape (grapes) ‘зелен виноград’ функціонує як виразник того, як описують молоду людину, яка ще, можливо, не досягла чогось, не пізнала життєвої мудрості сповна. Дана ФО є нейтральною по відношенню до характеристики індивіда. Тому в українській мові еквівалент є дещо іншим, так як лексема *кислий* означає щось різко неприємне, стан, коли людина засмучена, стомлена або плаче.

To give someone a taste of their own medicine ‘відплатити тією ж монетою’ – фразеологізм, що має еквівалент в українській мові, проте він кардинально відрізняється: компонент *a taste of medicine* перетворюється у компонент *монета*.

Ідіома *have a sweet tooth* «полюбляти солодке», створена, щоб дати характеристику людині, яка не уявляє свого життя без солодошів. Фразеологізм із компонентами *sugar/sweeten* є наступним: *sugar/sweeten the pill* зі значенням ‘підсолодити пілюлю’. Пілюлі є аналогом пігулок, які ми маємо на сьогоднішній день. В давнину не існувало добавок, які б покращили смак того чи іншого препарату для лікування, тому фармацевти або працівники аптек покривали їх спеціальною оболонкою, що мало на меті покращити смак. Тому і вираз *підсолодити пілюлю* вживається сьогодні, але у значенні пом’якшувати заподіяну шкоду.

3.2.1 Ядерно – периферійна модель ЛСП TASTE. Так як і фразеологізми, що належать до ЛСП SMELL/ЗАПАХ, ФО з компонентом *taste* формують своє поле, адже, згідно з підрахунками, в даному випадку можна спостерігати таку ж ядерно – периферійну структуру. Відповідно, ядро серед ФО із компонентом *taste* складають ті, що мають лексему *bitter* у своєму складі, адже вони є найчисленнішими у досліджуваному полі. Відтак, можна зазначити, що крім ядра існує і близька периферія, що вміщує у себе менш численну групу фразеологізмів із компонентами *sour*, *rotten*. До віддаленої периферії можна віднести фразеологізми із компонентами *sugar/sweeten* та *taste*, так як вони несуть найменше навантаження на лексикон, тому що існують по одному варіантові. Для наочності надається схематичне зображення ядерно - периферійної будови ЛСП TASTE, у якому ядро, тобто найчастотніші ФО розташовані у центральній частині, а близька та віддалена периферії виражені більшими колами.

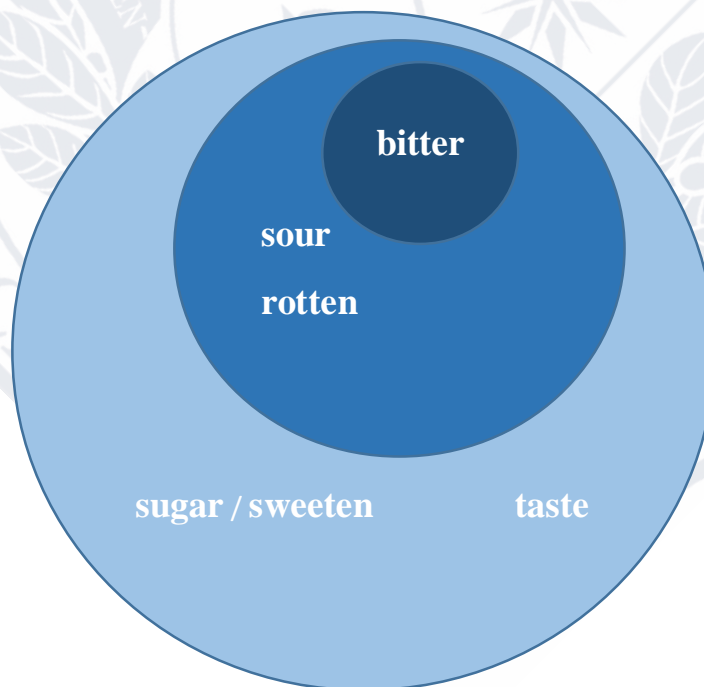


Рис. 3.1

3.3 Особливості вживання та інтерпретації фразеологічних одиниць, що належать до ЛСП СМАК

Із, власне, номінацією *смак* досліджено наступні ФО: *розібрати смак* [105, с. 253] «відчувати повною мірою що - небудь»; *добирати смаку* [105, с. 253] «відчувати задоволення від їжі, питва». Сформовано також добірку з ФО із номінаціями *гіркий, гірко*: *гірш гіркої гірчиці (редьки, за гірку редьку)* [105, с. 172] «у великій мірі, дуже сильно, надзвичайно»; *випивати гірку (чашу)* [105, с. 97] «зазнати багато горя, страждань, клопоту, неприємностей повною мірою, настраждатися»; *гірка година* [105, с. 177] «період з обставинами, подіями, пригодами, що завдають кому - небудь страждання, викликають горе, нещастя»; *гірка печія ухопила за серце* [105, с. 626] «Хто -небудь засмучений, прикро вражений»; *обливатися гіркими (сльозми)* [105, с. 570] «гірко, невтішно плакати; *гірко на серці(на душі)* [105, с. 172] «кому - небудь дуже прикро». Наступним у списку йде компонент *кислий* (та похідний іменник *кислиці*): *повертати на кисле* [105, с. 652] «розладнуватися, розпадатися, не удаватися; *розводити (розсипати/розвести) кислиці* [105, с. 746] «перебувати у гнітючому настрої, скаржитися, плакати жаліючись, піддаватися відчаю». Ще один важливий компонент, що вживається у фразеологізмах є *солодкий (солодити)*: *солодити душу* [105, с. 842] «втішати»; *обливати солодким медом* [105, с. 570] «говорити щось дуже приємне кому - небудь, улещувати». Компонент *солоний (солоні)* відіграє не менш важливу роль у дослідженій вибірці та взагалі у культурі вживання ФО: *лити солоний піт* [105, с. 426] «дуже важко, докладаючи великих зусиль, працювати»; *солоні приходиться* [105, с. 701] «хто - небудь перебуває у важких умовах, у скрутному становищі»; *сьорбнути солоні* [105, с. 874] «зазнати великих випробувань, незгод, злиднів». Існує одна ФО з компонентом *перець* - *з перцем* [105, с. 624] «гострий на язик, дуже запальний».

Варто зазначити, що фразеологізми з компонентом *смак*, частіше, несуть у собі негативне значення. Це виявлено у результаті розбору та розгляду

визначень даних ФО. Фактичний матеріал, що лежить в основі даної роботи сформований більше століття років тому, відповідно, виражає стан та настрої українського суспільства минулого, тому, через часті загарбання та важку долю, люди почали виражати свою думку, підсилюючи її переліченими вище фразеологізмами із компонентом *смак*, адже це відчуття з нами завжди і скрізь. Необхідно закріпити це твердження словами дослідниці Л. Комар: «В українській фразеології віддзеркалюються найрізноманітніші сфери життя народу, його історія, культура, суспільні відносини, виробнича діяльність, морально - етичні норми, погляди, вірування, прагнення. У ряді фразеологізмів чується відгук боротьби народу з татарськими нападниками, польською шляхтою, згадуються часи козацтва, розкриваються класова невірність, боротьба народу проти панства, бюрократизм чиновників, хабарництво» [51, с. 129].

Розгляньмо перелічені вище ФО більш детально. Отже, фразеологізми із компонентом *смак* мають позитивне або ж нейтральне значення. Фразеологізм *розібрати смак* «відчувати що - небудь» – виражає натяк на те, що за допомогою смаку людина може відчутти якість їжі або напою, чи пройшов строк придатності чи ні тощо. Так як відчуття смаку є однією з найважливіших фізіологічних якостей людини, то це відчуття можна виразити у переносному значенні й транслювати його на інші сфери життєдіяльності, як от, наприклад, відносини між людьми, спілкування. Інший фразеологізм із таким компонентом - *добирати смаку* - є об'єктивно мотивованим. У поєднанні з лексемою *добирати* компонент *смак* творить сталий вираз зі значенням відчувати задоволення від їжі або питва.

Серед непроаналізованих вище фразеологізмів є: *гірка година* «період з обставинами, подіями, пригодами, що завдають кому - небудь страждання, викликають горе, нещастя»; *гірка печія ухопила за серце* хто - небудь засмучений, прикро вражений»; *обливатися гіркими (сльозами)* «гірко, невтішно плакати»; *гірко на серці(на душі)* «кому - небудь дуже прикро».

Згідно із зазначеним вище, крім компоненту *смак* у фразеологізмах також присутні наступні – *гіркий* (*гірко*), *кислий* (*кислиця*), *солоний* (*солono*), *солодкий* (*солодко*), *з перцем*, які є базовими характеристиками смаків, які можна розрізнити. Отже, ФО із компонентом *гіркий* мають, негативну конотацію, адже цей вид смаку не є приємним і таким, який би хотілося пізнавати знову й знову. Тому, такі ідіоми несуть у собі вираження *печалі*, *смутку*, *душевного болю*, *страждань* та *відрази*. До прикладу, ФО *гірш гіркої гірчиці* (*редьки, за гірку редьку*) зі значенням «у великій мірі, дуже сильно, надзвичайно. Як відомо, гірчиця є достатньо гострою та гіркою приправою для страв та харчових продуктів. Відповідно, і редька, яку вирощували наші пращури, також має схожу характеристику. Отже, таке порівняння є найбільш влучним аби описати явище, яке комусь не до вподоби або є неприємним.

Ідіома *гірка година* не дарма сформована за допомогою компоненту *гіркий*, адже означає *період з обставинами, подіями, пригодами, що завдають кому – небудь страждань, викликають нещастя*. Година, у даному випадку, не є періодом, що охоплює 60 хвилин, а значно більшим, масштабнішим. Гірка година, тому що, цей смак змушує обличчя людини скривитися, тоді зрозуміло, що воно виражає незадоволення і відразу, тому і коли говоримо про важкий період у житті людини, то досить влучно буде вжити прикметник *гіркий*.

Наступна ФО із компонентом *гіркий* виражає факт, що хтось прикро вражений, дуже засмучений - *гірка печія ухопила за серце*. Компонент *печія* є виразником того, що ситуація викликає неприємне відчуття, адже це стан людини, коли пече у грудях. Компонент *ухопила* виражає раптовість, несподіваний розвиток подій у недоброму руслі. В організмі людини серце є чине найважливішим компонентом, воно виконує великий об'єм роботи. Тому, коли воно болить або з ним відбувається щось незрозуміле, це сигнал, що є небезпека для здоров'я. Таким чином можна пояснити мотивацію даної ідіоми. Фразеологізм *гірко на серці* (*на душі*) можна мотивувати та пояснити схожим чином.

Далі варто розглянути компонент *кислий* (*кислиці*). Фразеологізми із цією лексемою також мають негативне значення, адже, як і гіркий, кислий смак не є тим, який би хотілося відчувати щодня. Однією із ФО з розглянутим компонентом є *повертати на кисле* зі значенням «не вдаватися», а також *розводити (розсипати/розвести) кислиці* «скаржитися, піддаватися відчаю». Все, що пов'язано із цим компонентом, у певній мірі, викликає почуття відрази або жалю до тієї людини або явища, стосовно якого вживається фразеологізм.

Наступним важливим компонентом, який присутній у фразеологізмах, є *солодкий* (*солодити*). Наприклад, *солодити душу*, що означає «втішати»; *обливати солодким медом* «говорити щось приємне комусь». Із солодким асоціюється щось приємне, що гріє душу та навіює гарні спогади. Дитинство людина асоціює із цукерками та варенням, юність також, адже це побачення із солодкими подарунками. Тому ФО із таким компонентом виражають позитивне значення. Значення ідіоми *обливати солодким медом* підсилюється завдяки компоненту *мед*, який і без уточнення солодкий. Це зроблено, щоб максимально виразити емоційний вплив на слухача або читача.

Ще один важливий компонент серед складових квартету - *солоний* (*солоні*). Він займає не менш достойне місце у досліджуваній вибірці та взагалі в культурі вживання ФО. Серед ідіом із цим компонентом присутні: *лити солоний піт* «дуже важко працювати»; *солоні приходиться* «перебувати у скрутному становищі»; *сморбнути солоні* «зазнати незгод, злиднів». Отже, згідно з визначеннями даних ФО, вони виражають негативне становище індивіда. Сіль, як відомо, приправа, без якої не можна уявити жодної страви, вона надає баланс смаку та пробуджує відповідні рецептори, але, коли її забагато – це може згубно вплинути на здоров'я. Відповідно, у досліджених ФО компонент *солоний* асоціюється з *важкою працею* та *викликами долі*.

Фразеологізм з *перцем* вживається для опису характеру людини. Як і сіль та гірчиця, перець додається до страви аби та стала пікантною. Тому під час опису особистості в даний фразеологізм вживають аби повідомити, що людина активна, запальна, «з характером».

«Люди, які належать до різних мовних груп, використовують різне вираження для передачі схожого сенсу, таким чином, хоча вираження може бути абсолютно зрозумілим і легким для сприйняття носіями певної мови, той самий набір слів і виразів може здаватися абсолютно нечітким і незрозумілим для носіїв іншої мови. Це відбувається тому, що у кожній мові є певні культурні елементи, які повністю відрізняються від відповідних елементів іншої мови», зазначає А. В. Сторожко [83, с. 49]. Цей факт є досить важливим у сприйнятті реалій та явищ іншої досліджуваної мови. Фразеологізми є саме тією складовою, на опис якої можна транслювати попереднє висловлювання. Тобто не завжди можна знайти прямий еквівалент для тієї чи іншої ФО в іншій мові. Тоді її замінюють на описовий переклад, що відображає суть ідіоми.

3.3.1 Ядерно – периферійна модель ЛСП СМАК. Можемо проаналізувати схему наступним чином: ядром поля є фразеологізми із компонентом *гіркий*, до близької периферії належать ФО із компонентом *солоний/солono*, середня периферія вміщує у себе фразеологізми з компонентами *смак*, *солодкий/солодко*, *кислий/кислиця*, до далекої периферії належить ФО з компонентом *перець*.



Рис. 3.2

Висновки до розділу 3

Отже, як підсумок розділу 3 можна зазначити, що ніколи не можна передбачити, як буде формуватися ЛСП, які конституенти входитимуть до нього, адже будь – яка мова має властивість розвиватися та змінювати одні лексичні одиниці на інші. Тому на різних етапах дослідження мови, необхідно контролювати вживаність лексем. Цим підтверджується нелінійність ЛСП, так як воно має властивість еволюціонувати, розширювати рамки або, навпаки, звузити, втративши складові, які не вживаються або стали застарілими. Отже, на будову ЛСП мають вплив тенденції, як зовнішні, так і внутрішні, тому його будова не є сталою і стабільною завжди.

Вербалізатори, тобто компоненти ЛСП, які входять до складу ФО, перевірялися на матеріалі довідкової літератури та словників. У результаті, з'явилася можливість з'ясувати градацію концептуальних ознак. До вибірки фразеологічних одиниць із компонентами *taste* та *смак* (в англійській та українській мовах відповідно) входять 34 фразеологізми. Така кількість зумовлена недостатньою увагою до феномену смаку та його функціонування у лінгвокультурному середовищі та мові. Проте, навіть на основі такої кількості фразеологічних одиниць були розроблені ядроно - периферійні моделі, які наочно показують частотність їх уживання.

ВИСНОВОК

У результаті дослідження в розділі, що присвячений теоретичним засадам, було узагальнено та систематизовано інформацію та знання про погляди мовознавців на визначення фразеологічної одиниці. Отже, більшість науковців вважає, що фразеологізм – це мовна універсалія та лінгво - семіотичний феномен; у пласті фразеологічних одиниць виражаються уявлення народності чи етносу про навколишнє середовище, а також рефлексія досвіду людства.

У результаті розгляду пласту наукових праць було з'ясовано різноманітні версії мовознавців щодо поля, зокрема, лексико - семантичного, у лінгвістиці. Його можна визначити як ієрархічну структуру, до складу якої входить велика кількість одиниць, що мають спільне інваріантне значення.

Серед ознак ЛСП, згідно з працями відомих науковців, було виявлено наступні: автономність поля, яка є відносною; взаємозалежність одиниць та їх системність; наявність семантичного зв'язку між елементами ЛСП; безперервне позначення смислового простору поля; зв'язок полів у межах усієї лексичної системи. Було виявлено та підтверджено, що досліджувані лексико - семантичні поля, як в українській, так і в англійській мові, обслуговують ту галузь людської діяльності, яка відповідає за сприйняття навколишнього світу. Фокус мовця у комунікації може базуватися на поняттях смаку та запаху, адже ці відчуття супроводжують кожного протягом усього життя. Відтак, це не можуть бути лексеми на позначення предметів чи явищ, а, власне, сприйняття та емоційне переосмислення того чи іншого феномена.

Стосовно аналізу структури лексико - семантичного поля, необхідно зазначити, що його склад не є сталим. Це свідчить про можливість появи у ньому нових компонентів та втрату старих. Одиниці та елементи поля знаходяться у безперервній взаємодії одна з одною, що визначає його динамічність. Можна також зазначити, що, згідно із думками лінгвістів, досліджувані ЛСП є частинами системи, що здатна за допомогою складників

створювати нові засоби актуалізації елементів емоційно - побутового простору людини.

Так як було проведено лексикографічний аналіз семантики та компонентів, що входять до складу ЛСП SMELL/ ЗАПАХ, то, в результаті, визначено компонентний склад даного ЛСП, а отже виділено 21 фразеологічний зворот в англійській мові та 12 – в українській. Серед компонентів досліджених фразеологізмів розглянуто наступні: англ. *smell, odour, whiff, stink* та укр. *пахне (пахнути, не пах), (по)нюхати, понюшка (понюх), нюх, душок*.

Щодо вибірки ФО, що стосується ЛСП TASTE/ СМАК із компонентами *taste* та *смак* (в англійській та українській мовах), то до неї можна віднести 34 фразеологізми. Серед ФО в англійській мові розглянуто 18 одиниць із наступними компонентами: *taste, bitter, sour, rotten, sugar/sweeten*. Стосовно української мови, то у вибірці присутні ФО із такими компонентами (яких налічено 16): *смак, гіркий (гірко), кислий (кислиця), солоний (солоно), солодкий (солодко), з перцем*. Дана кількість є результатом недостатньої уваги до феномену смаку та його існування у лінгвокультурному середовищі мови.

У дослідженні також було звернено увагу на проведення структурно - семантичної класифікації ФО, які є виразниками ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК. Виявлено, що усі досліджувані поля мають ядерну структуру одиниць, що мають між собою зв'язок і спільність. Варто вказати на той факт, що крім ядра поля існує і близька периферія, до якої входить менша група за кількісним складом та віддалена периферія, яка вміщує ФО із компонентами найменшої частотності.

У дослідженні було також окреслено аломорфні та ізоморфні характеристики ЛСП SMELL/ЗАПАХ і TASTE/ СМАК у досліджуваних мовах. Серед ізоморфних ознак можна відзначити, що тенденція вживання ЛСП SMELL/ ЗАПАХ у фразеологічних одиницях виражає здебільшого негативне або нейтральне значення, також позначає наближення небезпеки чи зневажливе ставлення до когось. Також є й історично вмотивовані ФО,

пов'язані з Воєнними подіями минувшини. Застосування компоненту *smell* або *zapach* підсилює емотивність виразів та вплив на людину та її сприйняття тієї чи іншої ситуації. ФО, що належать до ЛСП TASTE/ СМАК частіше, також несуть у собі негативну конотацію. Фактичний матеріал, який складає основу дослідження сформований більше ста років тому і виражає стан та настрої українського народу, тому, через нелегку долю, люди почали виражати свою думку, підсилюючи її фразеологізмами із компонентом *смак*, адже це відчуття супроводжує кожного впродовж життя.

Щодо аломорфних ознак, то можна відзначити те, що, хоча поля охоплюють схожі сфери життєдіяльності, вони мають різну частотність у мові.

Як висновок можна вказати, що дане дослідження стало важливою ланкою у створенні детальних та вичерпних моделей досліджуваних ЛСП в англійській та українській мовах. Відтак, очевидно є необхідність детальнішого аналізу та вивчення міжмовних зв'язків, що слугуватиме покращенню якості міжкультурного спілкування та приведе до оптимізації методів викладання іноземних мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авксентьев Л. Г. Сучасна українська мова : Фразеологія. Х. : Вища шк., 1983. 137 с.
2. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Х. : Вид - во при Харк. Ун - ті, 1987. 135 с.
3. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1963. 208 с.
4. Антомонов А. Ю. Исследование структурной организации лексико - семантического поля : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. К., 1987. 191 с.
5. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. URL : http://genhis.philol.msu.ru/article_67.shtml (дата звернення : 01.10.2020).
6. Арнольд И. В. Лексико-семантическое поле в языке и тематическая сетка текста. *Семантика.* *Стилистика.* *Интертекстуальность.* URL : <https://studfile.net/preview/3962920/page:89/> (дата звернення : 11.09.2020).
7. Арнольд И. В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика ее исследования. Л. : Просвещение, 1966. 185 с.
8. Багмут І. В. Ідентифікація одиниць розширеного лексико - семантичного поля. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова.* 2010. Вип. 6. С. 164–168.
9. Багмут І. В. Лексико - семантичне поле звуконайменувань у сучасній українській літературній мові (склад, структура, парадигматика) : дис. ...канд. філол.наук : 10.02.01. К., 2007. 236 с.
10. Балли Ш. Французская стилистика : Пер. с фр. / Под ред. К. А. Долинина. М. : 1961. 221 с.
11. Березина Т. Н. Возникновение позитивных и негативных базовых эмоций под влиянием базовых запахов. *Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова.* 2011. № 3. С. 59–69.

12. Берта Є. Т. Фразеологізми із соматичним компонентом у сучасних угорській та українській мовах. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. 2017. № 2. С. 54–62.
13. Бондарко А. В. Полевые структуры в системе языковой категоризации. Теория, история, типология языков: материалы чтений памяти В. Н. Ярцевой. М. : 2003. С. 13–20.
14. Бублейник Л. В. Проблемы контрастивной лексикологии. Луцк : Вежа, 1996. 131 с.
15. Буданова Е. А. Метод анализа языковой картины мира на когнитивных основаниях: учебно-метод. пособие: в 2 ч. URL: <http://citoweb.yvspu.org/link1/metod/met41/met41.html> (дата звернення : 21.09.2020).
16. Бухаров В. М. Язык и культура. М. : Индрик, 2005. 1038 с.
17. Вайнштейн О. Б. Ароматы и запахи в культуре. М. : Новое литературное обозрение, 2010. 616 с.
18. Вежбицкая А. Семантика, культура и познание: общечеловеческие понятия в культуроспецифичных контекстах и лингвоконцептология: Пер. к. филол. н. Г. Е. Крейдлина. М., 1992, 3–27 с.
19. Вежбицкая А. Язык, культура, познание. М. : Русские словари, 1996. 411 с.
20. Вердиева З. Н. Семантические поля в современном английском языке : Учебник. М. : Высшая школа, 1986. 120 с.
21. Веремчук Е. О. Аналіз семантичних трансформацій вербалізаторів концепту SPACE. *Нова філологія*. 2013. №56. С. 15–18.
22. Веремчук Е. О. Лексико – семантичне поле SPACE / КОСМОС в англійській мові: лінгвокогнітивний та лінгвосинергетичний аспекти: дис. ...канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2017. 253 с.
23. Веремчук Е. О. Роль семантичної деривації у самоорганізації лексико – семантичного поля SPACE (КОСМОС). *Мова і культура*. 2014. №17. С.17–23.

24. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц : Избранные труды. Лексикология и лексикография. М. : Наука, 1977. С. 140 – 161.
25. Виноградов В. В. Основные типы лексических значений слова. URL : <http://www.philology.ru/linguistics2/vinogradov-77a.htm> (дата звернення : 01.10.2020).
26. Галишин І. М. Розвиток навичок перекладу англomовних фразеологічних одиниць на заняттях з іноземної мови. Мова і культура. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2011_14_7_75 (дата звернення : 15.09.2020).
27. Гешко Н. Лексико - семантичне поле як системно структурне утворення та методи його дослідження. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=apcni_m_2014_2_14 (дата звернення : 03.10.20)
28. Гладченко К. Ю. Лексико-семантичне поле як структурний елемент мовної картини світу. *Науковий вісник Чорноморського держ. університету*. 2016. № 260. С. 16–19.
29. Гнатюк Л. Я. Лінгвокультурний і функційно-прагматичний аспекти антропоцентричних фразеологізмів на матеріалі одно- і різноструктурних мов (української, російської, польської, англійської). *Лінгвістичні дослідження*. 2014. № 37. С. 1–9.
30. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для вузов. М. : Юнити–Дана, 2003. 352 с.
31. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества : Избранные труды по языкознанию. М. : Прогресс, 1984. С. 37–296.

32. Гуменюк І. І. До проблеми перекладу фразеологізмів (на матеріалі фразеологічних одиниць для позначення кольорів у англійській та українській мовах). Харків : 2007. С. 38–40.
33. Дашковский П. К. К вопросу о соотношении категорий «менталитет» и «ментальность» : историко – философский аспект. *Философские дескрипты. Издво Алтайского гос. ун-та.* 2002. Вып.2. С. 36–40.
34. Денисова А. С. Семантика та структура фразеологізмів на позначення відчуттів людини. *Вісник Запорізького національного університету.* 2015. Вип. 1. С. 365–370.
35. Денисова С. П. Типологія категорій лексичної семантики. К. : Вид-во при Київському держ. лінгвістич. ун-ті, 1996. 294 с.
36. Джуматій О. О. Лексико - семантичне поле FACE в сучасній англійській мові та мовленні : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2015. 22 с.
37. Епанешникова М. А. К вопросу изучения феномена запаха в культурологии. *НАУКА-ВУЗ-ШКОЛА.* 2009. №14. С. 157–162.
38. Епанешникова М. А. Рецепция запаха и его природно - культурный смысл *Вестник Южно - Уральского государственного университета.* 2010. № 8 (184). С. 101–104.
39. Епанешникова М. А. Феномен запаха в культуре: к проблеме экологии человеческого тела. *Актуальные проблемы современной науки.* 2010. № 6. С. 155–158.
40. Епанешникова М. А. Функции запаха как феномена культуры. *Вестник Челябинского государственного университета.* 2010. Вып. 19. № 31. С. 31–35.
41. Жгенти М. В. Семантическое поле как принцип исследования словесных значений : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Тбилиси, 1983. 26 с.

42. Завідонова Н. І. Фразеологізми як один із шляхів збагачення словникового складу англійської мови. К. : Рідна школа, 2009. С. 40–42.
43. Звегинцев В. А. Язык и лингвистическая теория. М. : Эдиториал УРСС, 2001. 248 с.
44. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів. : Вид-во при Львів. держ. ун-ті, 1983. 174 с
45. Івченко А. Українська народна фразеологія, ареали, етимологія. Х. : Фоліо, 1999. 304 с.
46. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М. : Издательство ЛКИ, 2007. 264 с.
47. Ключка Н. Я. Лексико - семантичне поле як системно - структурне утворення. *Науковий вісник Буковинського держ. мед. університету*. 2012. Вип. 24. С. 129–131.
48. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика : Учеб. Пособие. М. : «Эдиториал УРСС», 2000. 352 с.
49. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К. : Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.
50. Комар Л. Фразеологічне багатство української мови. *Молодь і ринок*. 2011. № 12 (83). С. 127–130.
51. Комар. Л. Фразеологія як наука та її предмет дослідження. *Молодь і ринок*. 2011. Вип. 3 (74). С. 128–132.
52. Копыленко М. М. Очерки по общей фразеологии. Часть 3. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1972. 141 с.
53. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. К. : Академія, 2008. 368 с.
54. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. К. : Академія, 2003. 464 с.
55. Кочерган М. П. Лексико-семантична система. Українська мова : Енциклопедія / Уклад. і голов. ред. В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. К. : Видавництво «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 305–306.

56. Красильникова Н. А. Иноязычная коммуникативная компетенция в исследованиях отечественных и зарубежных ученых. URL : http://vestnik.yspu.org/releases/2009_1g/41.pdf (дата звернення : 12.09.2020).
57. Красовська К. В. Зв'язок концептуальної та мовної картин світу з етнічною ментальністю. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 154. С. 120–123.
58. Кубрякова Е. С. Человеческий фактор в языке. М., 1988, 107 с.
59. Кузнецов А. М. Структурно - семантические параметры в лексике (на материале английского языка). М. : Наука, 1980. 160с.
60. Кунин А. В. Английская фразеология : Теоретический курс. М. : Высшая школа, 1970. 344 с.
61. Кунин А. В. О переводе английских фразеологизмов в англо - русском фразеологическом словаре. Тетради переводчика. М., 1964. 127 с.
62. Лупенко Т. Семантика польових структур у контексті аналізу мовної картини світу. URL : http://www.chnu.edu.ua/res/chnu.edu.ua/period_vudannia/web13/pdf/2012_1/Tetiana_Lupenko.pdf (дата звернення : 11.10.2020).
63. Маслова В. А. Лингвокультурология : Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. URL : https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/maslova/01.php (дата звернення : 15.09.2020).
64. Медведев Ф. П. Українська фразеологія. Чому ми так говоримо?. Харків: Вид-во при ХДУ, 1982. 232 с.
65. Монин И. Б. Два взгляда на фразеологию. *Фразеологическая система английского языка*. Челябинск : ЧГПИ, 1985. 109 с.
66. Новаковська О. М. Лексико - семантичне поле «blood» в англomовній наївній та науковій картині світу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2016. 208 с.

67. Павлова Н. С. Лексика с семой «запах» в языке, речи и тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Екатеринбург, 2006. 19 с.
68. Павлова Н. С. Лексико-семантическое поле «Запах» как фрагмент русской языковой картины мира. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т., 2006. 115 с.
69. Падучева Е. В. Динамические модели в семантике лексики. М. : Языки славянской культуры, 2004. 608 с.
70. Панцьо С. Є. Культурологічна вагомість соматичної лексики (на матеріалі лемківської пісні). *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. 2012. Вип. 16. С. 155–162.
71. Покровский М. М. Избранные работы по языкознанию / М., 1959. 381с.
72. Поливанов Е. Д. Статьи по общему языкознанию. М. : Наука, 1968. 364 с.
73. Попова З. Д. Полевые структуры в системе языка. Воронеж. : ВГУ, 1989. 200 с.
74. Попова З. Д. Лексическая система языка: Внутренняя организация, категориальный аппарат. М. : Либком, 2009. 172 с.
75. Прадід. Ю. Ф. національно - культурні особливості українських і російських фразеологічних одиниць. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/73695/02-Pradid.pdf?sequence=1> (дата звернення : 01.09.2020).
76. Рябова М. В. Культура и язык как фундаментальные составляющие межкультурного общения. URL : https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2008_2-1_75.pdf (дада звернення : 11.08.2020).
77. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти): Монографія. Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
78. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.

79. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
80. Смирницкий А. И. Значение слова. *Вопросы языкознания*. 1955. № 2. С. 79–90.
81. Соколовская Ж. П. Картина мира в значениях слов: Семантические фантазии или катехизис семантики?. Симферополь : Таврия, 1993. 232 с.
82. Соколовская Ж. П. Проблемы системного описания лексической семантики. К. : Наукова думка, 1990. 183 с.
83. Сторожко А. В. Лингвокультурологический анализ фразеологических единиц современного английского языка. URL : <https://nauchkor.ru/pubs/lingvokulturologicheskij-analiz-frazeologicheskikh-edinit-5b8887a57966e1073081b950> (дата звернення : 07.08.2020).
84. Тер - Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : Учеб. Пособие для студентов по спец. «Лингвистика», «Межкультурная коммуникация». М. : Слово, 2000. 624 с.
85. Уфимцева А. А. Опыт изучения лексики как системы (на материале английского языка). М.: Изд-во Академии наук СССР, 1962. 287 с.
86. Цобенко О. В. Особливості функціонування лексико-семантичного поля «ювелірні прикраси» у творах О. Уайльда. К., 2011. С.73–74.
87. Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка. М. : «Просвещение», 1972. 328 с.
88. Шафиков С. Г. Теория семантического поля и компонентной семантики его единиц. Уфа. : Издание Башкирского университета, 1999. 88 с.
89. Шеина И. М. Лексико-семантическое поле как универсальный способ организации языкового опыта. URL : <http://vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/3133> (дата звернення : 17.10.2020)
90. Шепитько С. В. Пословицы как объект исследования англоязычной науки. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. 2013. № 1072. С. 99–105.

91. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Л. : Наука, 1974. 428 с.
92. Щур Г. С. Теории поля в лингвистике Л., 1974. 256 с.
93. Яніцька Н. Р. Соматична лексика як об'єкт вивчення в іншомовній аудиторії. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної*. 2008. Вип. 3. С. 211–213.
94. Shepherd Gordon M. Outline of a Theory of Olfactory Processing and its Relevance to Humans. Boston : Oxford University Press, 2005. P. 13–15.
95. Geeraerts D. Theories of Lexical Semantics. Oxford-New York : University Press, 2010. 341 p.
96. Chen D. The Effect of Emotion and Personality on Olfactory Perception. *Chemical Senses*. 2005. Vol. 30. No. 4. P. 345–351.
97. Grandy R. E. In Defense of Semantic Fields. London : Academic Press, 1987. P. 259–280.
98. Rappaport H. M. Lexical Semantic, Syntax, and Event Structure. Oxford–New-York : Oxford University Press, 2010. 402 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

99. Англо-український фразеологічний словник / Уклад. К. Т. Баранцев. К. : Радянська школа, 1969. 1052 с.
100. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стер. М. : Эдиториал УРСС, 2004. 576 с.
101. Головащук С. І. Російсько-український словник сталих словосполучень Київ : Наук. думка, 2001. 638 с.
102. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд. испр. и доп. Назрань : Пилигрим, 2010. 486 с.
103. Словник лінгвістичних термінів / Уклад. і голов. ред. Д. І. Ганич. К. : Вища школа, 1985. 360 с.

104. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. К. : Освіта, 1998. 224 с.
105. Фразеологічний словник української мови / Уклад. і голов. ред. В. М. Білоноженко. К. : «Наукова думка». 1993. 1007 с.
106. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. URL : <http://tapemark.narod.ru/les/> (дата звернення : 17.09.2020).
107. Allen R. Dictionary of English phrases. New York. Penguin Group, 2008. 1422 p.
108. Collins V. H. A Book of English Idioms with Explanations. London, New-York, Toronto : Longmans, Green and Co., 1960. 258 p.
109. Crystal D. A dictionary of linguistics and phonetics. URL : <https://anekawarnapendidikan.files.wordpress.com/2014/04/a-dictionary-of-linguistics-and-phonetics-by-david-christal.pdf> (дата звернення : 03.10.2020)
110. Mieder W. Proverbs : a handbook. London : Greenwood Press, 2004. 305 p.
111. Speake, J. Oxford Dictionary of Proverbs. Oxford : Oxford University Press, 2009. 625 p.