

ОЦІНОЧНЕ ЗНАЧЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ FOOD

Статтю присвячено актуальним питанням оціночного значення англомовних фразеологізмів семантичного поля food. У роботі виявлено теоретичні аспекти категорії оцінки у лінгвістиці. Розглянуто аксіологічну класифікацію фразеологізмів у контексті ціннісних концептів. Визначено засоби репрезентації категорії оцінки в англійській мові на матеріалі фразеологізмів семантичного поля food на підставі методики концептуального аналізу когнітивно-аксіологічного змісту сталих виразів.

Ключові слова: англомовні фразеологізми, семантичне поле food, англомовні фразеологізми семантичного поля food, оціночне значення фразеологізмів

Постановка проблеми. Сучасні лінгвістичні дослідження базуються на тісному зв'язку з людиною, її почуттями та потребами у комунікативній діяльності. Коли людина пізнає навколишній світ, вона не може залишатися байдужою до явищ дійсності, тому вона одночасно висловлює своє оціночне ставлення до них. Значний науковий інтерес до категорії оцінки в сучасному мовознавстві зумовлений багатоаспектністю явища оцінки, його тісним зв'язком з іншими лінгвістичними категоріями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У лінгвістиці теорія мовної оцінки представлена в роботах Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюнової, О. М. Прохорової, В. Н. Телії, І. В. Чекулая. Оцінка та ціннісні характеристики усвідомлюються в наш час як фундаментальні характеристики буття людини й суспільства, але водночас залишаються ще непізнаними у своїй єдності.

Особливу роль у розкритті категорії оцінки у мові грають фразеологізми, які відображають життя та світогляд людини, її побутові, соціальні, філософські, релігійні та естетичні погляди. Дослідженнями в області фразеології англійської мови займаються вітчизняні та зарубіжні лінгвісти Н. Н. Амосова, Г. Б. Антрушина, В. Д. Аракін, І. В. Арнольд, А. С. Вежицька, А. Р. Cowie, S. Granger, S. Hunston, F. Meunier, P. Verdonk. Учені підкреслюють історико-культурологічну цінність фразеологізмів, їхнє оціночне значення і динамічність фразеологічного фонду мови, який перебуває в постійному розвитку. Ціннісний аналіз фразеологізмів семантичного поля *food* сприяє глибинному розумінню природи культурного змісту, закріпленого за певним мовним знаком, а також усіх культурних установок і традицій народу. Вищезазначене обумовило вибір теми дослідження та склало його **актуальність**.

Мета статті – систематизувати англомовні фразеологізми семантичного поля *food* згідно з їхнім оціночним значенням.

Мета обумовлює необхідність вирішення таких **завдань**: виявити теоретичні аспекти категорії оцінки у лінгвістиці; розглянути класифікацію фразеологізмів за оціночним значенням; визначити засоби репрезентації категорії оцінки в англійській мові на матеріалі фразеологізмів семантичного поля *food*.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мова зв'язана з психічною взагалі та мисленневою, зокрема, сторонами життєдіяльності людини, а оцінка виникає завдяки наявності зворотнього зв'язку між суб'єктом відображення реальної дійсності та результатом відображення у свідомості людини. Саме тому мова виступає як відображення базової системи цінностей.

Н. Д. Арутюнова [1] вважає, що оцінка – особливий когнітивний акт, у результаті якого встановлюється відношення суб'єкта до оцінюваного об'єкту з метою визначення його важливості для життєдіяльності суб'єкта. Оціночна діяльність людини визначається філософськими, загальнонауковими установками, а також сукупністю суб'єктивних і об'єктивних факторів (рівень освіти, культури, моральні норми, ціннісні орієнтації). Саме оцінка зв'язує людину не тільки з навколишнім середовищем, але й з іншими людьми, з їхнім світом цінностей.

О. Л. Бессонова [2] зазначає, що оцінка не існує без оцінюючого суб'єкта – людини. На реальний світ накладається сітка цінностей окремої людини, що формує її окрему оцінку картину світу, а також система цінностей соціуму, причому оцінна картина світу суб'єкта й оцінна картина світу соціуму можуть не збігатися. Оцінна картина світу соціуму є основною і виступає своєрідною точкою відліку, щодо якої визначаються оцінні картини світу, оскільки вона відома всім членам соціуму і членам інших соціумів, знайомих із цим соціумом. Оцінна картина світу індивіда виявляється в його поведінці, вчинках, а також у його судженнях про цінності.

Значне місце в аксіологічній лексиці, на думку Є. Ф. Серебренникової [3], займають ключові слова ціннісного архіву лінгвокультури – фразеологічні обороти, які відображають цінності певного етносу. В. Н. Телія [6] зазначає, що система образів, закріплених у фразеологічному складі мови, служить нішою для кумуляції світогляду і так чи інакше пов'язана з матеріальною, соціальною або духовною культурою певного мовного суспільства, тому й може свідчити про його культурно-національний досвід і традиції.

На думку О. М. Прохорової та І. В. Чекулая [4], механізм створення фразеологічної одиниці можна відобразити таким чином: автор майбутнього фразеологізму здійснює ментальну оцінку факту дійсності, свідомості або мовлення, знаходить аналогію за схожістю чи суміжністю з іншими явищами того ж порядку, втілює дані концепти у форму певної структурно-фразеологічної моделі та експлікує результати даного синтезу фактів аксіологічно орієнтованого аналізу дійсності або свідомості у формі мовленнєвого фразеологічного варіанту. Діяльність в об'єктивній реальності представлена ланцюгом *стимул – засіб – алгоритм – завершення*. У цьому плані мовні знаки виступають концептами загальної цінності, а ланцюжок *інтерес – значення – порядок – результат* відображує когнітивно-аксіологічний зміст ціннісного відношення до діяльності. Ці категоріально-ціннісні концептосфери виражають загальний ціннісний зміст фразеологічних одиниць.

Застосовуючи до систематизації англійських фразеологізмів семантичного поля *food* методику концептуального аналізу когнітивно-аксіологічного змісту, запропоновану О. М. Прохоровою та І. В. Чекулаєм, вдалося встановити таке.

Концепт *Інтерес* лежить в основі усвідомлення фактів дійсності та їх кодування у вигляді одиниць мови, які одержують подальше використання та розвиток у письмовому й живому спілкуванні. Інтерес відображує не якусь предметну сутність, а грає роль семантичної абстракції відносин між суб'єктом та об'єктом пізнання й виражає ціннісне відношення: *bread and butter (+)* – засоби для існування; *butter sb. up (-)* – бути люб'язним з кимось (для власної вигоди); *nuts about sb., smth. (+)* – бути без тями від когось, чогось; *beer and skittles (+)* – свято, суцільне задоволення; *cakes and ale (+)* – веселощі; *a finger in the pie (+)* – участь у чомусь; *forbidden fruit (-)* – заборонений плід; *sure as god made little apples (+)* – даю голову на відсіч; *sure as eggs is eggs (+)* – напевно; *what's cooking? (+)* – що затівається? Фразеологізми, які належать до концептосфери *Інтерес*, передають значною мірою позитивну оцінку. Це може бути пов'язано з тим, що інтерес як одна з фундаментальних емоцій людини найчастіше викликаний добрими намірами, адже в майбутньому він породжує ціль і направляє діяльність.

Завдяки концепту *Значущість* людина здійснює вибір засобів і спосіб виконання діяльності: *a piece of cake (+)* – елементарне; *cheesy (-)* – глупий; *as cool as a cucumber (-)* – холодний; *as sweet as honey (+)* – солодкий як мед; *as bald as an egg (-)* – лисий; *as big as a cabbage (+)* – великий; *as flat as a pancake (+)* – плоский як млин; *cream of the crop (+)* – кращий у своєму роді; *sb's cup of tea (+)* – той, хто подобається; те, що подобається; *all sugar and honey (-)* – про нещирю людину; *be meat and drink to sb. (+)* – приносити задоволення; *big fish (cheese) (-)* – важливий птах; *cut the mustard (+)* – влаштовувати у всьому; *a tough nut (strong meat) (-)* – міцний горішок; *apple of sb's eye (+)* – зіниця ока; *take sb. with a grain of salt (-)* – відноситися до когось скептично; *take a sledgehammer to crack a nut (-)* – стріляти з пушки по горобцях. Фразеологізми концептосфери *Значущість* мають як позитивну, так і негативну оцінку. Цей факт обумовлений тим, що на другому етапі діяльності людина визначає, наскільки важливий для неї результат і чи варто прикладати зусилля.

Концепт *Порядок* розкриває алгоритмічні функції в мисленні: *apple-pie order (+)* – зразковий порядок; *sugar the pill (+)* – підсолодити пілюлю; *the grapes are sour (-)* – зелений виноград; *upset sb's apple-cart (-)* – порушити всі плани; *take the bread out of sb's mouth (-)* – відбирати кошти для існування; *tremble like a jelly (-)* – тремтіти як осиковий лист; *that's how the cookie crumbles (-)* – такі от справи; *teach sb's grandmother to suck eggs (-)* – яйце курку не вчить; *a tempest in a teapot (-)* – буря у стакані. Стійки вирази концепту *Порядок* значною мірою мають негативну оцінку тому, що це найбільш важливий та непередбачений етап діяльності, адже необхідно не тільки спланувати свої дії, але й прийняти до уваги обставини, що можуть змінюватися.

Концепт *Результат* відображує заключну ступінь діяльності: *bring home the bacon (+)* – досягти успіху; *full of beans (+)* – повен енергії; *take the biscuit (+)* – зайняти перше місце, перевершити всіх; *sell like hot cakes (+)* – розходяться як гарячі пиріжки; *ask for bread and be given a stone (-)* – попросити хліба, отримати камінь; *take the gilt off the gingerbread (-)* – зняти позолоту, позбавити прикрас. Англійські фразеологізми, що належать до концепту *Результат*, значною мірою висловлюють позитивну оцінку. Причиною цього є той факт, що зазвичай завершення діяльності приносить людині задоволення незалежно від того, який результат був спроектований на першому етапі.

Висновки. Отже, пізнаючи навколишній світ, людина висловлює своє оціночне ставлення до явищ дійсності за допомогою мови, яка виступає вираженням базових цінностей соціуму. Значне місце в аксіологічній лексиці займають саме фразеологізми семантичного поля *food*, адже вони найбільш яскраво відображують особливості світогляду та культури народу. У ході систематизації англійських фразеологізмів семантичного поля *food* на підставі методики концептуального аналізу когнітивно-аксіологічного змісту вдалося визначити, що вираженням пізнавально-ціннісного відношення людини до діяльності є концепти *Інтерес*, *Значущість*, *Порядок* та *Результат*. Таким чином, англійські фразеологізми можуть бути класифіковані згідно з їхнім когнітивно-аксіологічним змістом. Фразеологізми концепту *Інтерес*, який лежить в основі пізнавальної діяльності, значною мірою передають позитивну оцінку. Концепт *Значущість* є основою для здійснення аналізу та вибору шляхів

досягнення мети. Однак, на цьому етапі людина усвідомлює важливість кінцевого результату, тому фразеологізми концепту *Значущість* мають як негативну, так і позитивну оцінку. Концепт *Порядок* є необхідним для планування певного алгоритму дій та його реалізації у реальності. Це надзвичайно складний та найважчий етап, тому стійкі вирази концепту *Порядок* загалом мають негативну оцінку. Фразеологізми концепту *Результат*, який становить заключну ланку діяльності, у більшості випадків висловлюють позитивну оцінку, адже усвідомлення факту завершеності діяльності викликає у людини почуття задоволення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Д. Логический анализ языка : истина и истинность в культуре и языке / Н. Д. Арутюнова, Н. К. Рябцева. – М. : Наука, 1995. – 201 с.
2. Бессонова О. Л. Гендерный аспект оцінного тезауруса : експериментальне дослідження / О. Л. Бессонова. – Житомир : Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2008. – С. 76–78.
3. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / Александр Владимирович Кунин. – [7-е изд.]. – М. : Рус. яз. ; Медиа, 2006. – 578 с.
4. Прохорова О. Н. Основания аксиологической классификации фразеологизмов английского языка (в сопоставлении с системой русской фразеологии) / О. Н. Прохорова, И. В. Чекулай ; БелГУ // Фразеология и когнитивистика : [материалы I междунар. конф., (Белгород, 4-6 мая 2008 г.) : в 2 т.] – Белгород, 2008. – Т. 1 : Идиоматика и познание. – С. 208–214.
5. Серебренникова Е. Ф. Лингвистика и аксиология : этносемиотрия ценностных смыслов : [коллективная монография] / [Серебренникова Е. Ф., Антипов Н. П., Викулова Л. Г., Ладыгин Ю. А.]. – М. : Тезаурис, 2011. – 352 с.
6. Телия В. Н. Русская фразеология : семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты : [моногр.] / Вероника Николаевна Телия. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 228 с.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Arutyunova N. D. Logicheskiy analiz yazyka : istina i istinnost' v kulture yazyka [Logical Analysis of the Language : the Truth and Reality in the Language culture] / N. D. Arutyunova, N. K. Ryabtseva. – M. : Nauka, 1995. – 201 s.
2. Bessonova O. L. Gendernyy aspekt otsinnogo tesaurusy : eksperimental'ne doslidzhennya [Gender Analysis of the Axiological Thesaurus : the Experimental Study] / O. L. Bessonova. – Zhytomyr : Visnyk Zhytomyrskogo derzhavnogo universytetu imeni Ivana Franka, 2008. – S. 76–78.
3. Kunin A. V. Anglo-russkiy frazeologicheskiy slovar' [English Russian Phraseological Dictionary] / Aleksandr Vladimirovich Kunin. – [7-e izd.]. – M. : Rus. yaz.; Media, 2006. – 578 s.
4. Prokhorova O. N. Osnovaniya aksiologicheskoy klassifikatsii frazeologizmov angliyskogo yazyka (v sopostavlenii s sistemoy russkoy frazeologii) [Bases of the Axiological Classification of Phraseological Words of the English Language (in the Comparison with the System of Russian Phraseology)] / O. N. Prokhorova, I. V. Chekulay ; BelGU // Frazeologiya i kognitivistika [Phraseology and Cognitive Study] : [materialy I mezhdunar. konf., (Belgorod, 4-6 maya 2008 g.) : v 2 t.]. – Belgorod, 2008. – T. 1 : Idiomatika i poznanie. – S. 208–214.
5. Serebrennikova E. F. Lingvistika i aksiologiya : etnosemiometriya tsennostnykh smyslov [Linguistics and Axiology : Ethnic Semiometry of Axiological Senses] : [kollektivnaya monografiya] / [Serebrennikova E. F., Antip'ev N. P., Vikulova L. G., Ladygyn Yu. A.]. – V. : Tezaurus, 2011. – 352 s.
6. Teliya V. N. Russkaya frazeologiya : semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokulturologicheskiy aspekt [Russian Phraseology : Semantic, Pragmatic, Lingual and Cultural Aspect] : [monografiya] / Veronika Nikolaevna Teliya. – M. : Yazyki russkoy kultury, 1996. – 228 s.

Матеріал надійшов до редакції 03.10. 2013 р.

Шурупова А. В. Оценочное значение англоязычных фразеологизмов семантического поля *food*.

*Статья посвящена вопросам оценочного значения англоязычных фразеологизмов семантического поля *food*.*

*В работе выявлены теоретические аспекты категории оценки в лингвистике. Рассмотрена аксиологическая классификация фразеологизмов в контексте ценностных концептов. Определены средства репрезентации категории оценки в английском языке на материале фразеологизмов семантического поля *food* на основании методики концептуального анализа когнитивно-аксиологического содержания устойчивых выражений.*

Ключевые слова: англоязычные фразеологизмы, семантическое поле *food*, англоязычные фразеологизмы семантического поля *food*, оценочное значение фразеологизмов.

Shurupova A. V. Evaluative Meaning of English Idioms of the Semantic Field of Food.

The article deals with the questions of the evaluative meaning of English idioms of the semantic field of food. The theoretical aspects of the evaluative category in linguistics are identified. The scientists suppose that the evaluative category appears through the existence of the reverse connection between the subject of displaying the

reality and the result of this displaying in the human's mind. That's why the language is the reflection of the basic system of values. English idioms show the system of values of the definite nation. The axiological classification of idioms in the context of evaluative concepts is observed in the article. The creation mechanism of idioms can be described with the chain interest – meaning – order – result. This chain shows the cognitive and axiological content of the evaluative attitude to the activity. The means of the evaluative category's presentation in English based on the idioms of the semantic field of food are determined in the article. The idioms of the semantic field of food have one of the most important places in the axiologic lexis as they disclose the features of the worldview and the culture of nation. In the process of systematization of English idioms of the semantic field of food it is identified that the concepts Interest, Meaning, Order and Result are expressions of the cognitive and axiologic attitude to the activity. Thus English idioms can be classified according to their cognitive and evaluative content. The concept Interest is the basic cognitive activity. The idioms of this concept express the positive evaluation. The concept Meaning is a ground for doing the analysis and choosing the ways of achieving the goal. However, a person realizes the importance of the result, thus the idioms of this concept have the positive and negative connotation. The concept Order is necessary for planning the definite algorithm of actions and its realization. It is one of the most difficult and important levels, that's why the idioms mainly have the negative evaluation. The idioms of the concept Result in most cases express the positive meaning as the recognition of the fact's completeness causes the feeling of satisfaction.

Key words: *English idioms, semantic field of food, English idioms of semantic field of food, evaluative meaning of idioms.*