

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин і права
Кафедра германської філології та перекладознавства

КВАЛІФІКАЦІЙНА ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр
Освітній рівень

Галузь знань _____ 03 Гуманітарні науки
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність _____ 035 Філологія
Шифр і назва спеціальності

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

на тему: **СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО
ХАРЧОВОГО КОДУ В МОВІ ПЕРЕКЛАДУ**

Шифр 24077

Виконала:
студентка 2 курсу, група ФПАмз-24-1 К. Савіцька К. О. Савіцька
Підпис

Керівник:
д. філол. наук, професор Ю. П. Бойко Ю. П. Бойко
Підпис

Гарант ОПП Ю. П. Бойко Ю. П. Бойко
Підпис

До захисту допускаю: Є. Долинський
Зав. кафедри проф. Долинський Є. В.
« ____ » _____ 2025 р.

Хмельницький, 2025

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
KHMELNYTSKY NATIONAL UNIVERSITY
Department of Germanic Philology and Translation Studies**

Master Degree Thesis in Philology and Translation Studies

under the title: “Strategies for Rendering the Linguoculturological Food Code in the Target Language”

Group FPAmz-24
Education programme:
Germanic Philology and Translation Studies:
English and Second Foreign Language
Majoring 035 Philology
Karina SAVITSKA
Research advisor:
Yu.Boyko, Prof.,
Candidate of Philology

Khmelnytsky,
2025

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	<u>Міжнародних відносин і права</u>
Кафедра	<u>Германської філології та перекладознавства</u>
Рівень вищої освіти	<u>Другий (магістерський)</u>
Галузь знань	<u>03 гуманітарні науки</u>
Спеціальність	<u>035 Філологія</u>
Освітня програма	<u>Германська філологія та перекладознавство: англійська мова та друга іноземна</u>

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Ю.Бойко Юлія БОЙКО
« 07 » лютого 2025 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Савіцька Каріна Олександрівна

- 1. Тема роботи:** «Стратегії відтворення лінгвокультурного харчового коду в мові перекладу»
- 2. Керівник роботи** Юлія БОЙКО, доктор філологічних наук, професор
 Затверджено наказом ректора університету від « 25 » серпня 2025 р. № 65
Термін подання студентом роботи на кафедру 15 грудня 2025 р.
- 3. Вихідні дані до роботи:**
Об'єкт дослідження – лінгвокультурний харчовий код, виражений через фразеологізми як мовні лакуни.
Предмет дослідження– способи перекладу фразеологізмів, які містять харчовий код українською мовою.
Матеріал дослідження– фразеологізми, дібрані із словникових статей у кількості 300 одиниць.
- 4. Перелік питань, які потрібно розробити:**
 - 1) описати фразеологію як проміжний рівень мови;
 - 2) проаналізувати класифікаційні моделі фразеологізмів у сучасній лінгвістиці;
 - 3) розглянути етнолінгвістичні, психологічні та соціальні особливості лінгвокультурного коду в українській мові;
 - 4) схарактеризувати асоціативне поле фразеологізмів у свідомості носіїв української та англійської мови;
 - 5) проаналізувати існуючі способи перекладу фразеологізмів з англійської мови на українську;
 - 6) проаналізувати корпус дібраних фразеологізмів за обраними способами перекладу;
 - 7) запропонувати найадекватніші способи передачі лінгвокультурного харчового коду через фразеологізми з англійської мови на українську.
- 5. Дата видачі завдання** 10 лютого 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН І ГРАФІК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

Назва етапів написання Дипломної роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
Опрацювання літератури за темою	10 лютого – 10 березня 2025 року	<i>виконано</i>
Написання теоретичного розділу роботи (розділ 1)	10 березня – 10 квітня 2025 року	<i>виконано</i>
Презентація теоретичного розділу на науковому семінарі/конференції (виступ)	10– 11 квітня 2025 року	<i>виконано</i>
Підбір фактичного матеріалу за темою дослідження для практичного розділу	14 квітня – 14 травня 2025 року	<i>виконано</i>
Написання практичного розділу роботи	До 10 червня 2025 року	<i>виконано</i>
Оформлення та подання чорнового варіанту дипломної роботи керівнику	10 червня 2025 року	<i>виконано</i>
Попередній захист кваліфікаційної роботи	13 червня 2025 року	<i>виконано</i>
Захист переддипломної практики	10 листопада 2025 року	<i>виконано</i>
Перевірка на плагіат	24 листопада по 1 грудня 2025 року	<i>виконано</i>
Обговорення кваліфікаційної магістерської роботи робочою групою ОПІ	3 5 по 8 грудня 2025 року	<i>виконано</i>
Подання кінцевого варіанту дипломної роботи на кафедрі	15 грудня 2025 року	<i>виконано</i>
Захист дипломної роботи магістра	23 грудня – 30 грудня 2025 року	<i>виконано</i>

Здобувач К.Савіцька Каріна САВІЦЬКА
(підпис)

Керівник роботи Ю.Бойко Юлія БОЙКО
(підпис)

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ФІЛОЛОГІЇ
ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

**Студента(ки) II курсу групи ФПам-24-1
Факультету міжнародних відносин і права
спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови та літератури (переклад
включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми «Германська філологія та
перекладознавство: англійська мова та друга іноземна мова»»**

Каріни САВИЦЬКОЇ
**за темою: СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО
ХАРЧОВОГО КОДУ В МОВІ ПЕРЕКЛАДУ**

Відповідність кваліфікаційної роботи нормативним вимогам (необхідне позначити балами від 3 до 5)		
1.	Наявність основних структурних компонентів роботи	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
2.	Відповідність оформлення роботи, посилань і переліку використаних джерел нормативним вимогам	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
3.	Відповідність побудови Вступу нормативним вимогам	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
4.	Відповідність огляду наукової літератури та використання методологічної бази дослідження нормативним вимогам	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
5.	Відповідність теоретичної частини дослідження заявленій меті та завданням	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
8.	Актуальність, новизна, теоретична та практична цінність дослідження як компоненти якісної освіти в межах цілей сталого розвитку	<u>5</u> усі компоненти присутні <u>4</u> один компонент відсутній <u>3</u> декілька компонентів відсутні
РАЗОМ: 24-40		40 б

Особиста думка керівника: Каріна САВИЦЬКА вдало схарактеризувала фразеологію як проміжний рівень мови та глибоко проаналізувала її класифікаційні моделі в сучасній лінгвістиці.

Авторка детально розглянула етнолінгвістичні, психологічні та соціальні особливості лінгвокультурного коду, а також дослідила асоціативні поля фразеологізмів у свідомості носіїв української та англійської мов.

Особливої уваги заслуговує оригінальний підхід до виокремлення семантичних полів та запропоновані стратегії перекладу фразеологізмів із харчовим компонентом (гастрономічним кодом). Це корелює з сучасними поглядами на відтворення лінгвокультурних лакун мовою перекладу та заслуговує на високу оцінку.

**Кваліфікаційна робота САВІЦЬКОЇ К.О. може бути
рекомендована до захисту**

**Науковий керівник
д.філол.н, проф.**

Ю.Бойко

ЮліяБойко

«19» грудня 2025 р.

**РЕЦЕНЗІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
З ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

Студентки II курсу групи ФПам-24-1

Факультету міжнародних відносин і права

спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови та літератури (переклад
включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми «Германська філологія та
перекладознавство: англійська мова та друга іноземна мова»»

Каріни САВІЦЬКОЇ

(ПІБ студента)

за темою **СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО
ХАРЧОВОГО КОДУ В МОВІ ПЕРЕКЛАДУ**

	Критерії	Оцінка в балах
1.	Наявність основних компонентів структури роботи: ЗМІСТ; ВСТУП; РОЗДІЛ 1; РОЗДІЛ 2; ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ; ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ; ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ; ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ; ДОДАТКИ – максимум 5 балів <i>(усі компоненти присутні – 5 б, один компонент відсутній – 4 б, декілька компонентів відсутні – 3 б)</i>	5
2.	Відповідність оформлення роботи, посилань і переліку використаних джерел нормативним вимогам до кваліфікаційної дипломної роботи – максимум 5 балів <i>(повна відповідність – 5 б, незначні помилки в оформленні – 4, значні помилки в оформленні – 3)</i>	5
3.	Відповідність побудови Вступу нормативним вимогам – максимум 5 балів <i>(повна відповідність – 5, поодинокі огріхи стилістичного характеру; порушення структури Вступу та несуттєві помилки у формулюваннях – 4; суттєві помилки у формулюваннях – 3)</i>	5
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам (наявність наукових джерел за останні 10 років, з них 30% зарубіжні джерела; описана методологічна база дослідження, що використовується в дослідженні; виокремлено ілюстративний та довідковий матеріал) – максимум 5 балів <i>(повна відповідність – 5, несуттєві помилки у формулюваннях, недостатня кількість проаналізованих іноземних джерел (мін. 30%) – 4, відсутні праці наукового керівника або членів кафедри ГФП – 3)</i>	5
5.	Відповідність теоретичної частини дослідження заявленій меті та поставленим завданням – максимум 5 балів (повна відповідність: всебічний аналіз об'єкта дослідження, критичний огляд наукової літ-ри; висновки до розділу – 5 б, несуттєві огріхи структурного характеру, несуттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 4, відсутність власного погляду на здійснений критичний огляд наукових джерел 3)	5
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам – максимум 5 балів (повна відповідність: аналіз предмета дослідження; підтвердження/спростування гіпотези дослідження; використання статистичних методів для верифікації результатів дослідження; наукова новизна отриманих результатів – 5, несуттєві огріхи стилістичного та структурного характеру, несуттєві помилки при перекладі фактичного матеріалу – 4, суттєві помилки при перекладі й аналізі фактичного матеріалу – 3).	5
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження; актуальність, новизна, теоретична та практична цінність дослідження як компоненти якісної освіти в межах цілей сталого розвитку – максимум 5 балів (повна відповідність – 5, несуттєві огріхи стилістичного характеру, неповне висвітлення результатів дослідження – 4, часткове висвітлення результатів дослідження – 3)	5
Разом	Мін 21- макс 35	35

Особиста думка рецензента

Рецензована магістерська дипломна робота, що присвячена дослідженню стратегій відтворення лінгвокультурного харчового коду в мові перекладу, відповідає всім вимогам, які ставляться до робіт такого рівня. Розвідка є актуальною, з огляду на вивчення фразеологічних одиниць англійської та української мов, що маніфестують харчовий код, у зіставному та перекладацькому аспектах. Робота інтегрує когнітивний та лінгвокультурологічний підходи до вивчення фразеологічних одиниць, що є на часі. Дослідження має зв'язок із загальнонауковою тематикою кафедри германської філології та перекладознавства, містить елементи новизни, має теоретичну цінність та практичну значущість. Об'єкт та предмет досліджено повністю. Позитивною рисою роботи є чіткість викладу, науковий стиль, логічність оформлення результатів розвідки та матеріал дослідження, який включає 300 фразеологічних одиниць з харчовим компонентом. Достатня кількість емпіричного матеріалу робить основні положення та результати розвідки валідними, свідчить про репрезентативність вибірки. Особливо цінним є той факт, що у роботі скласифіковано способи відтворення фразеологічних одиниць з харчовим компонентом у перекладі з урахуванням культурних відмінностей носіїв англійської та української мов.

Висновок:

Кваліфікаційна дипломна робота може бути допущена до захисту для отримання другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціалізацією 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська».

Усього набрано балів: 35

Рецензент:

Завідувач кафедри англійської
філології та перекладу
Житомирського державного
університету імені Івана Франка,
кандидат філологічних наук, доцент

БОРИСЕНКО Наталія

(ПІБ рецензента)

(підпис рецензента)

Підпис рецензента завіряю



Місцева Месюс

«22» грудня 2025 рік

Анотація

Савіцька К. О. Стратегії відтвореннялінгвокультурного харчового коду в мові перекладу.

У роботі розглянуто особливості відтворення харчового лінгвокультурного коду в англійській та українській мовах. Визначено роль лінгвокультурології як наукового дискурсу, охарактеризовано поняття «харчовий лінгвокультурний код» та його місце у системі взаємозв'язку «мова – культура». Проаналізовано 300 англомовних та україномовних фразеологізмів із харчовими компонентами, встановлено їхні семантичні особливості та культурні конотації. Описано стратегії перекладу, що спрямовані на збереження культурної специфіки та образності. Запропоновано найпродуктивніші способи відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом у перекладі українською мовою.

Ключові слова: харчовий код, лінгвокультурологія, фразеологізм, переклад, англійська мова, українська мова.

Summary

Savitska K. O. Strategies for reproducingthe linguistic and cultural food codes in the translation language.

The features of reproducing the food-related linguocultural code in English and Ukrainianhave been examined. The role of linguoculturology as a scientific discourse has been outlined, the concept of the «food linguocultural code» and its place within the «language-culture» system have been characterized. Three hundred English and Ukrainian language phraseological units containing food components have been analyzed, and their semantic features and cultural connotations have been identified. Translation strategies aimed at preserving cultural specificity and imagery havebeen described. The most productive methods for rendering food-related phraseological units into Ukrainian have been proposed.

Keywords:food code, linguoculturology, phraseology, translation, English language, Ukrainian language.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	12
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ЯК ВИРАЗНИКІВ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО КОДУ	18
1.1. Лінгвокультурологія як наукова дисципліна в мовознавстві ХХІ століття	18
1.2. Культура як ключове поняття лінгвокультурології.....	23
1.3. Мова і культура: взаємозв'язок	25
1.4. Харчовий аспект як частина лінгвокультурного коду	31
1.5. Відображення харчового лінгвокультурного коду крізь призму фразеологізмів.....	34
1.6. Способи перекладу фразеологічних одиниць	44
Висновки до Розділу 1	47
РОЗДІЛ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО ХАРЧОВОГО КОДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	49
2.1. Способи перекладу фразеологізмів засобом фразеологічного еквіваленту	49
2.1.1. Повні еквіваленти.....	50
2.1.2 Часткові еквіваленти.....	54
2.1.3. Відносні еквіваленти.....	56
2.2. Способи перекладу фразеологізмів засобом фразеологічного аналогу	57
2.2.1. Фразеологічні аналоги з приблизною подібністю структурно- граматичної організації та однією однаковою лексемою.	59
2.2.2. Фразеологічні аналоги з приблизною подібністю структурно- граматичної організації та різним компонентним складом.	61
2.2.3. Фразеологічні аналоги з різною структурно-граматичною організацією та різним компонентним складом.	63
2.3. Способи перекладу фразеологізмів засобом дослівного перекладу	66
2.4. Способи перекладу фразеологізмів засобом описового перекладу	70
2.4.1. Фразеологізми, що описують характер, поведінку та особистісні якості.	72

2.4.2. Фразеологізми, що відображають життєві труднощі, успіхи та невдачі.	75
2.4.3. Фразеологізми, що позначають базові поняття та явища.	78
2.5. Способи перекладу фразеологізмів засобом розтлумачення	81
Висновки до Розділу 2	84
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	86
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91
ДОДАТКИ.....	102

ВСТУП

Етнокультурна своєрідність ФО усвідомлювалася дослідниками з моменту зародження фразеології як окремої філологічної галузі, проте тривалий час відповідне знання залишалося радше інтуїтивним, ніж науково обґрунтованим. Таке становище було зумовлене обмеженістю інструментарію традиційної лінгвістики, якій бракувало понять та методів для висвітлення всього обсягу значущої інформації, актуалізованої мовним знаком. Етнокультурна інформація належить до того змістового шару мовного знака, що пов'язується з формою асоціативним шляхом, а не у конвенційний спосіб. Лише переорієнтація сучасної лінгвістики на дослідження антропоцентричності мови та розвиток когнітивно-дискурсивної парадигми (О. О. Селіванова) надала теоретичний інструментарій, адекватний цілямопису цієї інформації [53, с. 3].

Попри значний інтерес дослідників до етнокультурного компонента смислу ФО (у межах лінгвокультурології, зіставно-порівняльної фразеології та когнітивної лінгвістики), природа цього явища залишається відкритою для наукових дискусій. Існують певні труднощі у визначенні його лінгвістичного статусу, способів входження до змістової структури ФО та виборі уніфікованої термінології. Різні автори пропонують власні підходи: етнокультурний смисл (З. З. Чанишева), лінгвокультурний код (О. О. Селіванова), етнокультурна маркованість (Р. П. Зорівчак). Окремі аспекти теорії фразеологічного значення, розроблені в працях українських вчених та зарубіжних дослідників (зокрема А. Naciscione), потребують синтезу в єдину когнітивно-орієнтовану концепцію, яка б враховувала специфіку харчового коду [53, с. 3-4].

Актуальність даного дослідження набуває особливої значущості в контексті сучасної лінгвокультурології, оскільки їй виступає не лише фундаментальним фактором виживання, але й потужним інструментом культурної ідентифікації. Фразеологічний код мови надає унікальну можливість досліджувати та порівнювати мови та культури народів крізь призму харчових образів. Особливої

важливості набуває вивчення відтворення харчового лінгвокультурного коду в перекладі, що дозволяє розкрити основні механізми міжкультурної комунікації.

Методологічна основа дослідження ґрунтується на принципах лінгвокультурологічного та когнітивного підходів до аналізу фразеологічних одиниць, розроблених у працях Р. П. Зорівчак, Л. В. Савченко, О. О. Селіванової, Ж. В. Краснобаєвої-Чорної, О. П. Матузкової, А. О. Івченка та інших. Застосування зазначених підходів дозволяє поєднати аналіз мовної форми з інтерпретацією культурних смислів і перекладацьких стратегій.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Магістерська робота пов'язана з проблематикою наукової теми кафедри германської філології та перекладознавства «Проблеми лексико-граматичної семантики, прагматики та стилістики в когнітивно-дискурсивній парадигмі».

Об'єктом дослідження є фразеологізми із харчовим компонентом як виразники лінгвокультурного коду англійської та української мов.

Предметом дослідження є особливості відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом при перекладі.

Мета дослідження полягає в аналізі семантичних особливостей фразеологізмів, з'ясування ролі етнокультурного компонента у семантичній організації англійських та українських маркованих харчовим компонентом фразеологізмів та віднайдені адекватних шляхів їх відтворення у мові перекладу.

Поставлена мета дослідження зумовила виконання таких **завдань**:

- 1) окреслити роль лінгвокультурології наукового дискурсу;
- 2) визначити поняття «харчовий лінгвокультурний код», його значення в контексті лінгвокультурології та у взаємозв'язку «мова – культура»;
- 3) дослідити особливості фразеологічних одиниць із харчовим компонентом в англійській та українській мовах;
- 4) описати відображення харчового лінгвокультурного коду крізь призму фразеологізмів;
- 5) здійснити порівняльний аналіз семантики фразеологізмів із харчовими компонентами в англійській та українській мовах;

б) дослідити стратегії збереження культурної конотації харчових образів у процесі перекладу;

7) оцінити вплив культурних контекстів на інтерпретацію фразеологізмів із харчовим компонентом;

8) встановити найпродуктивніші шляхи перекладу фразеологізмів із харчовим компонентом на українську мову.

Матеріалом дослідження слугують 300 фразеологічних одиниць з харчовим компонентом, дібрані з англо-українських та українсько-англійських словників: К. Т. Баранцев «Англо-український фразеологічний словник»; Є. І. Гороть, С. В. Гончарук, Л. К. Малімон, О. О. Рогач «Новий українсько-англійський словник»; Є. І. Гороть, Л. М. Коцюк, Л. К. Малімон, А. Б. Павлюк «Великий англо-український словник».

Методи дослідження включають *описовий метод*, який використовувався для опису властивостей фразеологізмів, їх структури та семантики; *структурно-семантичний метод* для аналізу структури фразеологічних одиниць та їх зв'язку з семантикою; *функційний метод* полягає у встановленні ролі фразеологізмів як лінгвокультурних чинників; *зіставний метод* дозволив встановити відповідність між фразеологізмами в українській мові та англійській; *методи аналізу та синтезу* використовувалися, як для опису окремих рис ФХК, так і створення цілісної картини дослідження явища; *метод аналізу словникових дефініцій* використовувався для вивчення, тлумачення, ФХК у словниках; *метод статистичної обробки даних* використовувався для кількісного аналізу отриманих даних.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній вперше здійснено комплексний аналіз харчового лінгвокультурного коду крізь призму фразеології в англійській та українська мовах. У роботі уточнено поняття «харчовий лінгвокультурний код» у контексті міжкультурної комунікації та перекладознавства, а також набули подальшого розвитку перекладацькі стратегії відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом з урахуванням культурних відмінностей носіїв мов.

Положення, що виносяться на захист:

1. Харчовий лінгвокультурний код є складовою частиною мовної картини світу, що відображає національні культурні уявлення, традиції, символи й цінності, пов'язані з харчовими образами. Його аналіз дозволяє розкрити етнокультурну специфіку англійської та української мов.

2. Фразеологізми з харчовим компонентом є носіями культурної пам'яті та відображають специфіку національного менталітету.

3. Відтворення фразеологізмів з харчовими компонентами в перекладі потребує урахування культурних конотацій і образності. Найпродуктивнішими способами перекладу є:

- за допомогою фразеологічного еквівалента;
- за допомогою фразеологічного аналога;
- за допомогою дослівного перекладу;
- за допомогою описового перекладу;
- за допомогою розтлумачення.

4. Збереження харчового компонента у перекладі сприяє збереженню культурних асоціацій та образності оригіналу. Його вилучення чи заміна призводить до семантичних трансформацій і втрати національно-культурного забарвлення.

5. Аналіз 300 англійських та українських фразеологізмів із харчовими компонентами показав, що в англійській мові переважають фразеологізми з компонентами *egg, fish, salt, meat, butter, cheese, apple, mustard*, а в українській – *хліб, сіль, мед, сало*, що засвідчує національну специфіку формування харчового коду.

6. Отримані результати дослідження поглиблюють розуміння взаємозв'язку мови та культури й можуть бути використані у викладанні курсів із лінгвокультурології, перекладознавства та фразеології, а також у практиці міжкультурної комунікації.

Теоретичне значення дослідження полягає в поглибленні уявлень про взаємозв'язок мови, культури та перекладу, а також у розширенні наукових

підходів до вивчення фразеологізмів як репрезентантів харчового лінгвокультурного коду.

Апробація дослідження. Окремі положення магістерської роботи було апробовано під час наукових заходів. За результатами дослідження підготовлено та опубліковано тези: Савіцька К. О. *Фразеологізми з харчовим кодом: проблеми вживання і трактування* // Міжкультурна комунікація і переклад: напрями, пріоритети та перспективи: тези доповідей II Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (10-11 квітня 2025 р.) / Хмельницький національний університет, Хмельницький університет управління та права ім. Л. Юзькова. Хмельницький : ХНУ, 2025. С. 145-147. Савіцька К. О. *Шляхи відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом при перекладі* // XV Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Перекладацькі інновації» (25 листопада 2025 р.) / Суми : Сумський державний університет, 2025. С. 163-165.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів та висновків до кожного з них, загальних висновків, додатків та списку використаних джерел.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та конкретні завдання дослідження, визначено об'єкт та предмет дослідження, його наукову новизну, теоретичне та практичне значення, зазначено матеріал та методи дослідження.

У **першому розділі** розглядаються теоретичні засади лінгвокультурологічного підходу, аналізується взаємозв'язок мови та культури, окреслюється поняття харчового лінгвокультурного коду, визначаються його різновиди та функції, а також описуються способи відображення харчового коду у фразеологічному фонді англійської та української мов.

У **другому розділі** досліджуються основні шляхи та стратегії перекладу фразеологізмів з харчовим компонентом з англійської мови на українську, аналізуються перекладацькі трансформації та способи збереження культурних конотацій.

У **загальних висновках** підведені підсумки дослідження та запропоновані перспективи подальших досліджень в цій галузі.

Список використаної літератури налічує 104 джерела, у тому числі переліку довідкових джерел – 1 позиція, ілюстративного матеріалу – 5 позицій.

Загальний обсяг роботи – 112 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ЯК ВИРАЗНИКІВ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО КОДУ

1.1. Лінгвокультурологія як наукова дисципліна в мовознавстві ХХІ століття

Розвиток лінгвокультурології тісно пов'язаний з докорінними змінами в гуманітарних науках на межі 20-21 століть. Цей період вирізнявся антропологічним поворотом, що сфокусував дослідницький інтерес на всеосяжному аналізі складних взаємодій між мовою, культурою та людською свідомістю.

Фундамент лінгвокультурології сформувався під впливом низки впливових наукових традицій. Важливу роль відіграли праці представників порівняльно-історичного мовознавства, зокрема І. Гердера та Я. Грімма; вчення В. фон Гумбольдта; концепція Л. Вейсгербера; гіпотеза лінгвістичної відносності, розроблена Е. Сепіром і Б. Ворфом; досягнення психологічного напрямку в лінгвістиці, представленого працями К. Бюлера, Г. Пауля, А. Потебні та інших вчених [44, с. 192]. Становлення лінгвокультурології збагатили ідеї неогумбольдтіанства, методологічні підходи австрійської школи «слів і речей», а також чисельні антропологічні та культурологічні дослідження [7, с. 36].

Зацікавленість культурною інформацією, яка міститься в мовних знаках, була предметом уваги дослідників різних напрямів мовознавства, включаючи філософію мови, семіотику, етнолінгвістику, етнопсихолінгвістику, лінгвокраїнознавство та когнітивну лінгвістику [65]. У лексичній, культурній, когнітивній семантиці та лінгвоконцептології ці теми розглядалися в працях А. Вежбицької; а в лінгвістиці тексту – у роботах О. Воробйової, І. Колегаєвої, В. Кухаренко та інших науковців [42, с. 6].

Лінгвокультурологія як окрема наука сформувалася у 1990-х роках, поєднуючи здобутки гуманітарних і лінгвістичних дисциплін: психології, культурної антропології та філософії, психолінгвістики, етнолінгвістики, етнопсихолінгвістики, когнітивної лінгвістики та лінгвокраїнознавства. Деякі з цих дисциплін мають «генетичний» зв'язок із лінгвокультурологією, інші ж пов'язані через спільні об'єкти дослідження. Основними науками, на які спирається лінгвокультурологія, є культурологія, етнолінгвістика, соціолінгвістика та лінгвокраїнознавство [40, с. 104].

Лінгвокультурологія, використовуючи досягнення різноманітних лінгвістичних дисциплін, характеризується власним інтегративним підходом, наголошуючи на взаємодії мови, культури та свідомості [7, с. 36].

Порівняно з культурологією, яка основну увагу приділяє теорії та практичному застосуванню системних досліджень культури, лінгвокультурологія пропонує системний опис мовних та культурних фактів, розглядаючи їх взаємозалежність. Культурологія є базовою наукою для лінгвокультурології, як підкреслює О. Селіванова [66, с. 260].

У цьому контексті можна окремити два підходи до розуміння дисциплінарного статусу лінгвокультурології:

1. Культурологічний.
2. Лінгвістичний [40, с. 104].

Відповідно до першого підходу, лінгвокультурологія є частиною культурології та використовує її методологію дослідження.

Прихильники лінгвістичного підходу, опираючись на теорії В. Вундта, В. фон Гумбольдта, О. Потебні, Г. Шухардта та інших дослідників, застосовують лінгвістичні методи у своїх дослідженнях, підкреслюючи тісний взаємозв'язок лінгвокультурології з лінгвістикою [40, с. 105].

На відміну від етнолінгвістики, що досліджує етнічні уявлення крізь призму мови в її історичному розвитку, лінгвокультурологія зосереджується на взаємодії мови й культури в контексті національної самосвідомості та її мовної репрезентації. Вона

вивчає комунікативні процеси та дискурсивні сфери як джерела культурної інформації, пов'язаної з менталітетом певного народу [91, с. 261]. Тоді як лінгвокультурологія зосереджується на «фіксації культури в мові та її прояві у дискурсі», етнолінгвістика та етнопсихолінгвістика глибше аналізують вплив етнічних і психолінгвістичних чинників на мовленнєву діяльність та свідомість [8, с. 37].

Лінгвокультурологія та лінгвокраїнознавство тісно пов'язані, але мають кілька суттєвих відмінностей [7, с. 37]. Перш за все, лінгвокультурологія є науковою дисципліною, яка орієнтована на комплексне й об'єктивне дослідження взаємодії мови та культури. Натомість лінгвокраїнознавство зосереджується на національних реаліях, представлених у мові, таких як безеквівалентні мовні одиниці, і часто характеризує вибірковий, ілюстративний підхід до опису культурних аспектів.

Лінгвокультурологія та когнітивна лінгвістика вивчають зв'язок мови й мислення, але з різних поглядів. Когнітивна лінгвістика фокусується на мові як когнітивному механізмі, що кодує і трансформує інформацію, та досліджує, як свідомість людини організує знання про світ. Лінгвокультурологія, зі свого боку, зосереджує увагу на культурному факторі у мові та мовному факторі в людині, вивчаючи, як «культурний зміст, втілений в значенні мовного знака та є своєю рідною культурною пам'яттю нації» [7, с. 37].

Об'єктом лінгвокультурології є взаємодія мови й культури: мова розглядається як вираження культури, а культура вивчається через мову. Ця наука досліджує цілісний взаємозв'язок між мовою, культурою та людиною, яка створює культуру за допомогою мови. Лінгвокультурологія аналізує мовну діяльність з ціннісно-сислової думки [43, с. 163]. Сучасні дослідження показують, що об'єктом лінгвокультурології є мова, яка виступає як культурний феномен, тісно пов'язана з культурою та індивідуальною/колективною свідомістю.

Предметом лінгвокультурології є мовні одиниці та дискурсивні структури, що несуть в собі «культурно вагоме значення» [65]. Вони розкривають культурно-історичний контекст ментальних і лінгвістичних комплексів, які представлені в

міфах, легендах, ритуалах, фольклорі, літературі, фразеологізмах, метафорах і символах [42, с. 11]. Мова зберігає культурну пам'ять нації, передаючи її архетипи, стереотипи та світогляд.

Основними одиницями, які вивчаються в лінгвокультурології, є:

- безеквівалентна лексика і лакуни;
- міфологізовані мовні одиниці;
- пареміологічний фонд;
- фразеологічний фонд;
- образи, стереотипи, символи;
- метафори й образність;
- стилістичний устрій;
- мовленнєва поведінка;
- мовний етикет [35, с. 126-127].

Отже, загальним предметом усіх напрямків та аспектів лінгвокультурології: фразеологічного, лінгвоконцептологічного, лексикографічного, лінгводидактичного, етнопсихологічного, діахронічного, порівняльного, ситуаційного, когнітивного та семантичного – є символи або коди, що формуються внаслідок взаємодії між мовою, культурою та свідомістю.

Лінгвокультурологія зосереджується на розкритті культури та ментальності людини й спільноти через мову. За О. Селівановою, мета лінгвокультурологічного аналізу – опис картини світу, втіленої в щоденному мовленні, дискурсах і текстах [66, с. 261].

Головна мета лінгвокультурології – виявлення культурних цінностей та опозицій, закріплених у мові, які проявляються в дискурсі та відтворюють уявлення про сфери, окультурені людиною, та найдавніші культурні архетипи [42, с. 13].

Дослідження мовних одиниць у контексті культури передбачає вирішення низки завдань, спільних для антропологічно орієнтованих мовознавчих дисциплін, і специфічних для лінгвокультурології.

Основні з них:

- визначення ключових одиниць;

- аналіз культурно-значущої інформації в мовних знаках та її інтерпретації;
- розробка термінології та методологічних основ;
- дослідження універсальних і національно-специфічних рис дискурсу;
- опис культурних цінностей, що формують національну картину світу [40, с. 108].

Методологія – це шлях досягнення визначеної цілі або розв'язання конкретно поставленого завдання. Методологія лінгвокультурологічних досліджень являє собою комплексне питання. Через інтегративний характер цієї науки, часто застосовуються методи з суміжних дисциплін [42, с. 14]. Основна задача полягає у розробці унікальної методології, ґрунтуючись на теоретичних основах та засадах інших наукових напрямів.

У рамках лінгвокультурології виділяються такі методи:

- діахронічний: порівняльний аналіз мовних одиниць у часі;
- синхронічний: порівняння одиниць, що існують одночасно;
- структурно-функціональний: аналіз структури культурних явищ;
- історико-генетичний: вивчення розвитку лінгвокультурних явищ;
- типологічний: виявлення спільних рис між різними культурними одиницями;
- порівняльно-історичний: порівняння одиниць у часі для розуміння їх сутності [80, с. 62-63];

До того ж лінгвокультурологія активно використовує методи когнітивної лінгвістики, що інколи призводить до перетину предметів дослідження.

Наразі, в лінгвокультурології активно розвиваються власні методи для аналізу концептів, що передбачають інтегроване використання різних підходів.

Отже, лінгвокультурологія є міждисциплінарною галуззю, яка досліджує взаємовідношення між мовою та культурою: як мова

відображає культурні реалії та як культура впливає на мову. Вона вивчає взаємодію мови, культури та свідомості, вдаючись до методів, запозичених з різних наукових сфер. Мета лінгвокультурології – зрозуміти, як культурні цінності та уявлення закладені у мові, та як мова формує наше бачення світу. Лінгвокультурологія використовує різні підходи, але стикається зі складнощами у формуванні власної методології, що обумовлено її міжdisciplinарним характером.

1.2. Культура як ключове поняття лінгвокультурології

У лінгвокультурології поняття культури є однією з основних категорій, що визначає напрямок та зміст дослідження. Цей термін має безліч значень через складну і різноманітну природу самого явища. У науці його розглядають крізь призму різних теоретичних підходів.

Зокрема, Л. Уайт трактує культуру як «надбіологічну систему», а А. Кребер і Г. Спенсер – як «надорганічну цілісність». Інші дослідники, такі як Р. Бенедикт, К. Гірц та Д. Стюард, розглядають культуру як «систему поведінки, якій можна навчитися». Існують також підходи, де культура тлумачиться як «сукупність ідей та інформації» (У. Тейлор, К. Вісслер) або як «знаково-символічна система, втілена в мові та дискурсі» (А. Вежбицька, К. Гірц). У деяких концепціях вона взагалі подається як «абстрактна сутність» (К. Клакхон, А. Радкліфф-Браун, М. Херсковіц) [17, с. 38-39].

Розмаїття інтерпретацій культури в науковому дискурсі зумовлено різними теоретичними підходами. Часто науковці зосереджуються на окремих аспектах цього явища, ототожнюючи їх з культурою загалом.

Для лінгвокультурологічного аналізу важливо визначити культуру як цілісну і системну сутність. Наприклад, Л. Уайт і В. Оствальд визначають її «як складну, динамічну та гомеостатичну систему небіологічного характеру, що охоплює досвід людства і забезпечує його збереження, розвиток, відтворення та використання» [41, с. 66].

Основна функція культури – створення умов для виживання суспільства, яка ґрунтується на загальноприйнятій моделі світу. Через це культура тісно пов'язана зі свідомістю й існує одночасно у двох формах – об'єктивній та суб'єктивній [39, с. 77].

Суб'єктивна форма культури репрезентує спосіб прийняття світу, зафіксований у свідомості особистості, а також комплекс уявлень про належне, бажане життя [7, с. 39]. Об'єктивна форма, натомість охоплює соціально закріплені досвід взаємодії з дійсністю, втілений як у матеріальних носіях (знаряддя праці, мистецтві), так і в елементах колективної свідомості (традиціях, звичаях, рисах національного характеру) [7, с. 39].

Культура функціонує лише за умов постійної взаємодії двох її форм. У лінгвокультурології форму існування культури у свідомості її носіїв, називають «культурний простір», під який розуміють сукупність ментальних уявлень про культурні феномени [65]. Цей простір перебуває у тісному взаємозв'язку з когнітивним простором, що у своїй єдності формує як індивідуальні, так і колективні уявлення, характерні для певної культурно-національної спільноти.

Для лінгвокультурології особливу цінність становлять підходи, у межах яких культура постає як «система духовних орієнтирів» (М. Вебер, М. Хайдеггер), як «сукупність норм і настанов» (У. Томас, К. Вісслер), як «діалог культур» або як «система знаків, що кодують соціально значущу інформацію». Не менш важливим є «трактування культури як знання, зафіксованого у свідомості людей» [37, с. 40].

Сутність культури можна визначити як духовний досвід людини й соціуму, що передається з покоління в покоління, надаючи ціннісного смислу речам, нормам, моделям поведінки й ідеалам, які фіксуються у формі знакових систем [39, с. 77]. Кожна культура є конкретною й унікальною формою соціальної практики, що зберігається у колективній пам'яті.

Сучасне бачення культури як «інформаційної структури» показує перехід до синергетичного підходу [42, с. 24]. Цей підхід, що вивчає складні системи розвитку, стає все більш популярним у культурології та мовознавстві. У

цьому контексті формується «системно-синергетичний підхід до культури», а також «лінгвосинергетична парадигма, яка аналізує мову у взаємозв'язку з культурою, свідомістю, соціумом та буттям» [42, с. 24-25]. Культура в цьому підході – складна, інтегративна та динамічна система, що постійно розвивається. Вона не лише є результатом чи процесом, а як ідея або інформацію, що пронизує всі форми людської діяльності.

Усі визначення культури зводяться до чотирьох типів:

1. «Культура як система ідей»;
2. «Культура як поєднання ідей і поведінкових моделей»;
3. «Культура як поєднання ідей та матеріальних артефактів»;
4. «Культура як форма інформації» [63, с. 60].

Останнє визначення містить всі попередні, оскільки охоплює не лише знання, уявлення, поведінкові стереотипи та матеріальні об'єкти, а й характеристики соціальних груп. Хоча культура і може розглядатися як інформація, вона не зводиться виключно до неї, тому, що «інформація використовується системою культури для власних цілей» [7, с. 39]. Культура – це поняття вищого рівня абстракції, що характеризує її як складну систему, яка проявляється у вигляді інформаційної структури.

Отже, культура – багатогранне явище, яке досліджується з різних теоретичних позицій як система цінностей, знань, норм, поведінки, артефактів або інформації. Сучасні, зокрема синергетичні, концепції трактують її як динамічну, самоорганізовану систему. Для лінгвокультурології ключовим є осмислення культури як інформаційної структури, що реалізується у мові та дискурсі.

1.3. Мова і культура: взаємозв'язок

Дослідження взаємозв'язків між мовою та культурою має глибокі коріння. Культурологічний погляд на мову зародився ще в епоху Просвітництва, коли її почали сприймати як прояв духовної культури, інструмент для розуміння

культурної спадщини народів і важливий засіб комунікації, що дозволяє відстежувати зв'язок мови з національним характером [42, с. 27]. У цей період мову визнавали ключовим чинником у процесі становлення і розвитку націй та етносів, що спричинило зростання інтересу до національних мов на противагу латині.

Ідеї про міцний зв'язок мови й культури знайшли подальше обґрунтування в мовній теорії В. Гумбольдта [76, с. 688].

Його концепція стверджує, що:

- у мові зосереджуються матеріальні й духовні аспекти культури;
- культура має національну специфіку, яка проявляється через особливе мовне світобачення;
- мова володіє внутрішньою формою, властивою кожному народу, яка віддзеркалює «народний дух»;
- мова виступає посередником між особистістю і навколишнім середовищем [22, с. 196].

Ці концепції дали поштовх для наступних досліджень, серед яких варто відзначити роботи Ш. Баллі, Ж. Вандрієса, К. Леві-Стросса, А. Потебні, Е. Сепіра, Б. Ворфа та інших науковців [42, с. 28].

Надзвичайний інтерес викликає теорія лінгвістичної відносності Сепіра–Ворфа, яка стверджує, що мислення і світогляд людей визначаються їхньою мовою [34, с. 58]. Висувається припущення, що відмінності в лексичному складі різних мов є вираженням різних способів сприйняття реальності, закодованих у мовних картинах світу.

Цей напрям досліджень розширили Л. Вайсгербер (зокрема через його бачення мови як «проміжного світу»), Дж. Керролл, Д. Олфорд, Х. Плеснер, М. Шелер, Д. Гаймс, а також в працях школи Е. Бартмінського. На початку 20 століття австрійська школа «слів і речей» зосередила свою увагу на детальному аналізі мовних і культурних частин, підтверджуючи важливість культурологічного підходу для лексикології та етимології [7, с. 41].

У сучасних гуманітарних дослідженнях мова трактується як ключовий елемент соціокультурного контексту. В екзистенціалізмі М. Гайдеггера мова розглядається як першооснова культури, а в герменевтиці Г. Гадамера – як форма «досвіду світу», закріпленого в тексті й пов'язаного з соціально-духовними смислами [42, с. 29].

Культурологія підкреслює нерозривний зв'язок мови з національними особливостями культури, що утворюють її унікальність. Мова виступає одночасно самобутнім явищем та знаряддям освоєння і передачі культурних цінностей. Взаємодія мови й культури виявляється у сприйнятті текстів, мовних контактах, становленні культурних моделей поведінки та міжособистісному спілкуванні.

У лінгвістиці взаємозв'язок мови й культури описується за допомогою різноманітних метафор:

- мова – «продукт культури й умов її існування» (К. Леві-Строс) [42, с. 29];
- мова – «частина культури, її природний субстрат» (К. Леві-Строс) [42, с. 29];
- мова – «скарбниця культури» (В. Гумбольдт) [42, с. 29];
- мова – «дзеркало культури» [42, с. 30];
- мова – «передавач культури» [42, с. 30];
- мова – «інструмент культури» (Д. Мацумото) [92].

Усі ці тлумачення підкреслюють фундаментальну роль мови у формуванні та збереженні культурної ідентичності. Питання взаємодії мови й культури має дві важливі сторони: з одного боку, мова представляє культуру, з іншого – сама культура формується через мову. Цю специфіку мови називається її «соціотворчою функцією» [42, с. 30]. Мова не лише визначається культурою, а й виконує вирішальну роль у конструюванні простору і часу, забезпечуючи самоідентичність. Розуміння ідентичності вимагає осмислення мови як основи культури.

Такий комплексний підхід до дослідження проблеми «мова і культура» становить основу лінгвокультурології як науки. Мова не тільки зображає культуру, а й інтерпретує її, створюючи нову реальність, у якій живе людина. Д. Мацумото у своїй праці «Людина, культура, психологія» підкреслює, що культура впливає на структуру і функціонування мови, тоді як мова, зі свого боку, підкріплює культурні цінності й світогляд, створюючи можливість для зворотного зв'язку [92]. Пізнання культури можливе через мову, як і глибоке розуміння мови – через культуру. Адже культура формує мовні категорії та концепти, організовуючи мислення мовної особистості. Мова – це своєрідний «архів» культурних цінностей, що передаються з покоління в покоління (М. Фуко) [42, с. 31].

У сучасній лінгвокультурології ключовим об'єктом є мовна діяльність у її ціннісно-смісловому аспекті, а предметом – простір смислів, втілений у мові [42, с. 32].

З цього впливає значущість вивчення мови культури, які класифікуються за:

- сферою діяльності (мова математики, мистецтва);
- приналежністю до субкультур або спільнот (мова хіпі);
- комунікативними читрансляційними ситуаціями (мова проповіді, політичні виступи) [92].

У лінгвокультурології мова культури представлена концептами, символами, ритуалами, міфологемами та іншими елементами, що втілені в мовні знаки (О. Селіванова). Дослідники розглядають лінгвокультуру як омовлену культуру, де знаки мови виступають носіями культурних значень. Знаковість є спільною ознакою мови й культури як систем, де знак слугує посередником між ментальною та предметною сферами у процесі комунікації [19].

Взаємодія мови й культури неможлива без комунікації. Мова, що слугує інструментом збереження й передачі культурного досвіду, не лише формує світогляд, а й постає результатом впливу культури. Саме комунікативна діяльність є ключовою ланкою їхньої взаємодії.

Учасники спілкування постають як носії мови та культури, інтерпретуючи мовні й культурні знаки відповідно до соціального контексту (Ч. Морріс) [42, с. 32-33].

Оскільки знакові структури мови й культури реалізуються в процесі обміну смислами, центральною ланкою їхнього поєднання виступає комунікація. У сучасному науковому світі комунікація трактується як соціокультурне явище. Таке розуміння базується на припущенні, що будь-яка соціальна дія містить культурні сенси й проявляється через комунікацію (Ю. Габермас, І. Колегаєва та інші) [42, с. 33].

Особливий інтерес у цьому контексті становить діалогічна комунікація, яку розуміють як взаємодію свідомостей, що ґрунтується на принципах діалогу культур та культурологічній концепції. Її ефективність залежить від ступеня перетину когнітивних і культурних просторів співрозмовників: повне не перетинання робить діалог неможливим, тоді як повне збігання – позбавляє його сенсу [42, с. 34].

Таким чином, діалогічність передбачає не просто врахування присутності Іншого, а постійну взаємодію з ним, у процесі якої суб'єкти будують власну самоідентичність. Комунікативна навігація у цьому контексті означає пошук оптимальної дистанції між собою та Іншим, яка дає можливість зберегти особисту ідентичність і досягти взаєморозуміння [48, с. 83-84].

Однією з дискусійних проблем у лінгвокультурології є питання про первинність мови чи культури, що отримало різноманітне трактування у науковій літературі.

Д. Гаймс виділяє чотири підходи до цього:

- 1) мова первинна;
- 2) первинною є частина культури;
- 3) мова і культура в взаємозв'язку;
- 4) мова і культура залежать від фундаментального чинника (світогляд, національний характер) [42, с. 35].

Більшість дослідників вважають мову частиною культури, хоча дискусії щетривають. К. Леві-Строс розглядає мову як продукт культури та фактор формування культурних кодів. Сучасні дослідники схиляються до думки, що сперечатися про первинність не масенсу – мова і культура становлять нерозривне ціле, зміна однієї неминуче призводить до змін іншої [8].

У межах лінгвокультурології важливо уточнити:

- мова як процес є частиною культури, але як засіб спілкування перебуває з культурою на одному рівні;
- з позиції структури мови соціокультурний компонент виявляється частиною мови.

Попри тісний зв'язок, мова і культура – це різні семіотичні системи: культура не ідентична мові, хоча й має схожу структуру. Їх об'єднує спільна здатність виражати світогляд, взаємодіяти в діалозі, мати суб'єкт, нормативність та історизм.

Водночас відмінності полягають у тому, що мова орієнтована на масовість, тоді як культура – на елітарність [42, с. 37]. Проте в сучасному світі ця межа стирається, поступаючи місцем масовій культурі.

Сучасна лінгвокультурологія розглядає мову, культуру і свідомість як єдиний синергетичний континуум, у якому мова відіграє ключову роль у створенні культурних сенсів. Лінгвокультура – це система мовних одиниць, що репрезентують ціннісно-смісловий простір певного етносу. Її завдання – вивчення вербальних засобів осмислення й передачі значущої культурної інформації у зв'язку з мовою та мовленням, що дозволяє краще зрозуміти мовну картину світу певного народу [7, с. 43].

Отже, вивчення взаємозв'язку між мовою й культурою є ключовим напрямом лінгвокультурології. Сучасні підходи трактують мову не лише як засіб передачі, але й як інструмент творення культурних смислів. Мова й культура – нерозривно пов'язані феномени, що взаємодіють через комунікацію,

формує синергетичний континуум, у межах якого відбувається осмислення світу й самовираження тносу.

1.4. Харчовий аспект як частина лінгвокультурного коду

Харчова сфера є одним із ключових аспектів людського існування. Основна потреба людини у їжі, необхідна для життя, трансформується у комплексну систему харчових образів, що набувають символічного значення. У результаті формується харчовий код, який нерозривно пов'язаний з мовою та культурою [42, с. 49].

Носієм національно-культурної специфіки виступає вся мовна система, проте саме лексика відіграє у цьому провідну роль. Фразеологізми, як стійкі мовні одиниці виступають важливим носієм культурної інформації [42, с. 49]. З огляду на це, вивчення зв'язку між харчовим лексичним полем та лінгвокультурними особливостями набуває особливої актуальності та наукової ваги.

Їда є важливим маркером культури, оскільки репрезентує не лише значущий культурний рівень – кулінарні традиції, – а й виконує головну функцію у процесі забезпечення людського існування, що зумовлює її важливе положення в соціокультурному просторі. Крім того, фразеологічний фонд мови надає візасоби для вивчення тнокультурної специфіки з позицій лінгвокультурології, зокрема у контексті порівняльного аналізу мовних картин світу та культурних парадигм різних народів.

Лінгвокультурний код трактується як система символів, об'єднаних за тематичною схожістю та образною основою, які виконують знакову функцію та закріплені за мовними десигнаторами в межах лексико-фразеологічного поля [42, с. 45].

У межах наукових досліджень лінгвокультурного коду зазвичай виокремлюють основні його різновиди, що відповідають типології культурних кодів: антропний, соматичний, просторовий,

часовий, природний, предметний, духовний, харчовий, кольоровий та зооморфний [35, с. 19]. За останнє десятиліття в науковому дискурсі з'явились поняття «субстанційні та концептуальні» коди культури [89, с. 54].

Найрозгорнутішу й систематизовану типологію, на нашу думку, запропонувала Л. В. Савченко. Вона розмежовує кодинатри групи:

- субстанціональні (антропний, соматичний, зооморфний, фітоморфний, предметний, природний);
- концептуальні (спатіальний, темпоральний, геометричний, колоративний, квантитативний, меморіальний, каузативний, аксіологічний, кваліфікативний);
- вербальний [62, с. 87].

Розмежування субстанційних кодів культур відбувається на основі спільності плану вираження – матеріальної природи знаків, які формують код. Натомість концептуальні коди виділяються за смисловою єдністю елементів (концептів, ідей, мотивів), що можуть співвідноситися з різним матеріальним втіленням значення – зокрема рослинними, тваринними чи харчовими образами. Важливо зазначити, що концептуальний код може одночасно реалізуватися через декілька субстанційних кодів [42, с. 50].

Таким чином, елементи харчових традицій, втрачаючи своє початкове значення та набуваючи нових смислових відтінків, утворюють харчовий (гастрономічний, кулінарний, глютонічний) код культури, який належить до концептуальних кодів, оскільки він одночасно проявляється як у матеріальній площині, так і на мовному рівні [42, с. 51].

Яскравий прояв цього коду простежується в національних традиціях приготування та споживання їжі.

Англійська кухня характеризується не витонченістю, а практичністю – перевага надається простій та поживній їжі. Влучно видається думка Сомерсета Моєма про те, що «у Великій Британії добре харчуватись, якщо тричі на день снідати» [42, с. 52]. Така характеристика небезпідставна: традиційний англійський сніданок включає *бекон, яйця, ковбасу, томати, печериці,*

квасолю. До найпоширеніших і найулюбленіших у британців страв належать *ростбіф, баранина або свинина з овочами й картоплею*, а також страви з використанням бобових. Окрім цього, Джеймс О'Дріскол додає, що важливу роль у щоденному раціоні відіграють *молочні продукти*, а також *чай* – один із найуживаніших напоїв [99].

Українська кухня вирізняється своїми виразними етнокультурними рисами. Її становлення тривало до середини 18 століття, що обумовлено історичним шляхом українського народу. Кулінарні традиції українців містять елементи запозичені з кухонь інших культур, зокрема з тюркської кулінарії було взято метод смаження овочів на олії, а турецька *дюш-вара* перетворилася на українські *вареники*. У період 11-12 століттях на територію України почали імпортувати *гречку* з Азії [44, с. 194].

Основу українського харчового коду становлять такі продукти, як *свинина, сало, буряк, пшеничне борошно*. До характерних рис технології приготування страв належить комбінована теплова обробка значної кількості інгредієнтів, що поєднуються навколо головного продукту – прикладом може слугувати *борщ*. Традиційними національними стравами є *вареники, галушки, гречаники*, зроблені з бездріжджового тіста. Значне місце посідають овочі: *морква, гарбуз, картопля, помідори*; бобові: *квасоля, сочевиця*, а також фрукти та ягоди, зокрема *слива, груша, вишня*, що використовуються для приготування напою *узвар*. Суттєвий вплив на український раціон справили *помідори та соняшникова олія*. Типовими приправами є *цибуля, часник, кріп, перець та оцет* [44, с. 194-195].

Отже, харчовий код як суттєвий компонент концептуального простору культури, проявляє себе не тільки у символічному значенні продуктів і страв, але й у мовних засобах, що їх репрезентують. Його міцне коріння в культурних традиціях кожного народу обумовлює необхідність розгляду національних особливостей харчування як важливого етапу в лінгвокультурному аналізі.

1.5. Відображення харчового лінгвокультурного коду крізь призму фразеологізмів

Фразеологізми є не лише важливою частиною мовної системи, а й цінним джерелом знань про культуру, побут, традиції та світогляд народу. Саме у стійких мовних зворотах закодовано образи, що відбивають національну ментальність, зокрема у сфері харчування.

Після загальнення характерних рис національних кулінарних традицій доцільно проаналізувати лінгвокультурне відображення харчового коду крізь призму фразеологізмів. Насамперед варто окреслити зміст понять «їжа» та «їда», що лежать в основі відповідного лексичного поля. У «Тлумачному словнику української мови» за редакцією А. О. Івченка зазначено: «їда» – це процес поживання їжі, тоді як «їжа» – це харчові продукти у готовому до вживання вигляді [103, с. 168].

Харчова сфера охоплює широкий спектр явищ і понять, які у мовній свідомості проявляються через багатозначність і символізм відповідних лексем. Усе, що пов'язане з їжею та харчуванням, об'єднується в лексичне поле «їда», яке містить численні тематично пов'язані лексичні групи [44, с. 195]. Саме вони є основою для формування фразеологічних одиниць з харчовим компонентом.

Виділяються такі ключові лексико-тематичні поля харчової лексики, представлені у фразеологічному фонді мов: *найменування різновидів їжі, способи її готування та споживання, випічка, посуд, фізичні та категоріальні властивості їжі, напої*, а також *інші харчові компоненти* [44, с. 195]. Серед них найширше представленим є поле *найменувань їжі*, що підтверджує високу продуктивність образів із харчовим компонентом у формуванні фразеологічного фонду англійської та української мов. Детальний розподіл фразеологізмів за лексичними полями наведено в табл. 1.1 та 1.2.

**Розподіл фразеологізмів з харчовим компонентом за лексичними полями в
англійській мові**

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

Табл 1.2.

**Розподіл фразеологізмів з харчовим компонентом за лексичними полями в
українській мові**

Лексичне поле	Відсотки %
Види їжі	34,7
Дії з готування, годування і поїдання	24
Випічка	13
Посуд	9,1
Напої	8
Якості та категоріальні ознаки	5,8
Фізичні процеси приготування їжі	2,8

Інше	2,6
Разом	100

Як це видно із табл. 1.1 та 1.2, фразеологізми з харчовим компонентом в англійській та українській мовах мають як спільні, так і відмінні риси розподілу за лексичними полями. В обох лінгвокультурах переважають одиниці, пов'язані з *найменуваннями їжі*, що підтверджує універсальність образів із харчовим компонентом у мовній картині світу.

Водночас в українській мові значну частку становлять фразеологізми, що стосуються процесів *готування, годування та поїдання*, а також *випічки*, що підкреслює культурну значущість процесуального аспекту харчування. Англійська мова, натомість, характеризується децювищою часткою фразеологізмів, безпосередньо пов'язаних із *назвами харчових продуктів*.

Найменш репрезентованими в обох мовах є фразеологізми з компонентами на позначення *фізичних процесів приготування їжі*, що засвідчує їх периферійний характер у структурі харчового лінгвокультурного коду.

У межах домінантного лексико-семантичного поля в англійській фразеології є назви харчових продуктів. Вирізняються, зокрема, такі лексеми: *egg, fish, salt, meat, cheese, butter, apple, nut, corn, food, mustard, cream*. Найуживанішим з них є компонент *egg (яйце)*, який посідає чільне місце в структурі англійського харчового лексикону [44, с. 195-196].

Статистичні дані підтверджують твердження антропологів щодо ключової ролі єць у харчових звичаях англійців: до 20 століття вони були одними з найпоживніших і найдоступніших продуктів для простого населення [94, р. 184]. Фразеологічний аспект слова *яйце* набуває різноманітних конотативних значень: від символу буденності (напр.: *“to take eggs for money”* → «дати себе обдурити»), до уособлення скромної, але все ж цінної здобичі (напр.: *“better an egg in peace than a ox in war”* → «краще мати мале в мирі, ніж велике на війні»).

Крім того, слово *egg* у складі англійських фразеологізмів може асоціюватися з діяльністю або втручанням у чужі справи (напр.: “*go and teach your grandmother to suck eggs*” → «не вчив ченого»; “*have eggs on the spit*” → «бути зайнятим якоюсь справою»). Подібні семантичні відтінки простежуються і в українській фразеології, напр.: «носитися як курка з яйцем», «як квочка на яйцях», де лексема *яйце* також виконує образну функцію і вказує на надмірну турботу або зайнятість.

З-поміж лексичних одиниць харчового походження у фразеології англійської мови значенісць займає компонент *fish* (риба), який вирізняється не лише частотністю, а й насиченим символічним змістом.

Зважаючи на історичну популярність пива у Великій Британії, яка берє свій початок ще з часів Середньовіччя, *риба та м'ясо*, які традиційно подавалися до цього напою, стали невіддільною частиною раціону англійців. Важливу роль відіграло також географічне положення країни – острівне розташування забезпечило мешканців доступом до широкого асортименту морепродуктів, що сприяло частому вживанню риби у повсякденному меню британців [44, с. 196]. Як наслідок, ця кулінарна особливість закріплена в численних фразеологізмах.

Оскільки *риба* була звичним та доступним продуктом навіть для бідних верств населення, вона часто постає як метафоричний образ буденності чи справизагалом (напр.: “*another kettle of fish*” → «зовсім інша справа»). Фразеологізм “*loaves and fishes*”, що має біблійне походження, символізує рибу як тілення земних благ нарівні з хлібом. З поширенням християнства *риба* стає їжею для споживання у дні посту, замінюючи м'ясо – важливий елемент англійського харчового коду [91, р. 10]. Целюструється прислів'ям “*don't make fish of one and flesh of another*” → «ставитися до всіх справедливо». В українській мові схожий сенс передає фразеологізм «ні риба нім'ясо», яким описують людину невизначену та безхарактерну.

Крім кулінарного, *риба* надалі була символічною ознакою у релігійному та політичному контексті. Зокрема, в період правління Єлизавети I дотримання посту

асоціювалося з католицизмом, що могло свідчити про політичну неблагонадійність. Протестанти, прагнучи продемонструвати лояльність до влади, відмовлялися від вживання *риби* у піснідні [42, с. 56]. Цвітлено у фразеологізмі “*to eat no fish*” → «не дотримуватись постів», *виявляти відданість державі*».

В англійській фразеології компонент *fish* здебільшого має негативне забарвлення. Наприклад, вислів “*fishy story*” вказує на неправдоподібну або вигадану розповідь. У багатьох фразеологізмах *риба* постає як уособлення певних рис характеру: “*cold fish*” → «непривітна людина»; “*odd fish*” → «чудна людина». Часто увага зосереджується на характерному запаху *риби*, як у прислів'ях “*best fish smell when they are three days old*” → «і гості, і риба швидко набридають» або “*fish begin to stink at the head*” → «усе псується з голови».

Значущість *риби* як харчового образу простежується й в українській мовній картині світу. Однак, на відміну від англійської, в українській фразеології переважають позитивні конотації. Це, ймовірно, пов'язано з історичними та культурними особливостями, зокрема популярністю *рибної юшки* серед козаків. Її готували в казанах і розливали по дерев'яних «ваганках», що закарбувалося у таких виразах: «як *риба з водою*» → «відчувати себе вільно, комфортно», «і *риба* наловити, і ніг не змочити» → «досягти результату без зусиль» [78, с. 65].

Ще один компонент, важливий як у харчовому, так і в культурному контексті – *сіль*. В англійській фразеології *сіль* часто символізує гідність, розум чи цінність людини: “*to be worth one's salt*” → «бути корисним, добре виконувати свою роботу»; “*above the salt*” → «сидіти на почесному місці за столом». Це свідчить про високу значущість солі у харчуванні та культурі британців.

У межах української культурної традиції сіль посідає вагоме місце як у побуті, так і в обрядовості. Її символічне значення особливо яскраво виявляється у поєднанні з хлібом – традиційному поєднанні, що демонструє ідею гостинності, доброзичливості та благословення [42, с. 57].

Окрім сакрального значення, пов'язаного з елементами захисту та очищення в народній медицині, сіль в українських фразеологізмах часто виконує магічну або символічну функцію: «сіль тобі в очі», «як сіль у воді», «сипати сіль на рану». У цих виразах сіль уособлює біль, емоційне напруження, або щось, що має властивість зникати безслідно.

Водночас у деяких висловах описуються смакові якості їжі: «дати соли» → «надати чомусь гостротичивиразності»; «пуд солі їсти» → «добре пізнати людину через довготривале спілкування».

Продовжуючи аналіз фразеологізмів з харчовими компонентами, варто зосередитися на інших ключових лексемах, зокрема, *meat* (м'ясо) та *mustard* (гірчицю), які також репрезентують культурні уявлення англіців та українців.

У складі англійських фразеологізмів часто зустрічаються слова *meat*, *beef*, *mutton*, *bacon*, що в більшості випадків асоціюються з достатком, щастям та успіхом. Історично пояснюється тим, що з кінця 13 століття м'ясо почало символізувати силу та соціальний статус, ставши характерним харчовим продуктом вищих верств суспільства [91, р. 10]. Прикладами цього є такі вирази, як “*carry meat in one's mouth*” → «бути джерелом прибутку», “*cry roast meat*” → «хизуватися щастям», “*bring home the bacon*” → «досягти значного успіху». На противагу англійській культурі, в українській традиції чільне місце серед продуктів тваринного походження займає сало. Фразеологізми з цим компонентом, як-от «як кіт на сало», «як салом по губах», здебільшого мають позитивне значення, передаючи відчуття задоволення, бажаності або приємності.

Компонент

mustard

(гірчиця)

ванглійських фразеологізмах трактується як символ влучності, кмітливості чинливості: *“be all to the mustard”* → «бути важливою особою». Натомість в українській мовній картині світу *гірчиця* асоціюється з гіркотою, прикрістю, емоційним дискомфортом, про що свідчать фразеологізми з негативною конотацією: «пахне гірчицею», «гірше гіркої гірчиці».

Ще один лексичний компонент – *cheese* (сир) – в англійській фразеології часто пов’язаний з образом бідності. Наприклад, вираз *“bread-and-cheese marriage”* вказує на шлюб без статків. Це пояснюється тим, що сир був звичайним харчовим продуктом для простих людей [98, р. 60]. В українському мовному просторі *сир*, навпаки, є маркером добробуту – фразеологізм «жити як сир у маслі» ілюструє комфорт, достаток і задоволення життям.

Наступним харчовим образом, на який доцільно звернути увагу, є компонент *butter* (масло). Як в англійських, так і в українських зворотах цей образ передає позитив та асоціюється з добробутом і розкішшю. Англійський вислів *“butter one’s bread on both sides”* означає «дозволяти собі надмірні розкоші», *“have one’s bread buttered for life”* → «жити в достатку». В українській мові також присутня позитивна конотація: «купатися як сир у маслі» чи «як маслом по душі» символізують приємне і комфортне життя.

Подібну семантичну функцію виконує і компонент *мед* в українській фразеології. Він символізує щось приємне, бажане або солодке в емоційному сенсі: «медовідні», «липнути як бджоли до меду». Водночас у певних висловах *мед* передає ідею надмірності або перебільшення, як у фразеологізмах «як мед, то й ложкою», «передавати куті меду». Аналогічно, в англійській мові *honey* асоціюється з позитивними емоціями, лагідністю та ніжністю. Наприклад, у виразі *“lip like honey”* мається на увазі приємні або солодкі компліменти.

Наступною категорією харчових складників є вирази, що позначають процеси годування, готування та поїдання їжі. В англійській фразеології багато виразів, де харчовий елемент асоціюється з мисленням: “*to be eaten up with*” → «аж палати від чогось» (напр., заздрощів чи цікавості), або “*to bite into something*” → «зарубати на носі». В українських фразеологізмах споживання їжі здебільшого пов'язується з переживаннями, часто негативними (напр.: «сором їсть очі» або «серце їсти»).

Крім того, варто зіставити значення дієслів *to feed* та *годувати* в обох мовах. У англійській мові *to feed* як правило вживається в контексті емоцій (напр.: “*to feed one's vanity*” → «тішити чиєсь самолюбство»), тоді як в українських фразеологізмах із словом *годувати* значення нерідко має відтінок фізичного впливу (напр.: «годувати буханцями», «годувати ляцями»).

Також значну частину англійської фразеології складають вирази, що містять слово *drink*, напр.: “*to drink till all is blue*” → «допитися до білої гарячки», “*to drink one's fill*” → «напитися до неохочу». В українській мові знаходимо чимало фразеологізмів, що пов'язані з вживанням алкоголю, що свідчить про спільну схильність до споживання спиртного в обох культурах: «пити без просипу», «пити в запій». Але, попри спільні риси, існують розбіжності у підходах. Англійський вислів “*to drink as a lord*” підкреслює аристократичну традицію багато пити, тоді як в українській фразеології є приказка «Чоловік – не свиня: більше відра не вип'є», що засуджує надмірне пиття, підкреслюючи важливість поміркованості.

Одним з найбільш поширених харчових компонентів є хліб, який символізує цінність і важливість праці [42, с. 62]. Це знаходить підтвердження у фразеологізмах як англійською, так і українською мовами: “*as I live by bread*” → «слово честі», “*daily bread*” → «насушний хліб». В українській фразеології: «відбивати хліб» → «перехоплювати чю-небудь роботу», «тяжкий хліб» →

«заробітки, здобуті важкою працею», «недосипати ночей та недоїдати хліба» → «довго і тяжко працювати, відмовляючись собі в найнеобхіднішому». Важливим є також поєднання хліба і солі, яке символізує добрі наміри, що виражено в таких виразах, як «хліб та сіль», «водити хліб-сіль».

У англійській мові також широко поширені фразеологізми з компонентами *bread* і *butter*, що виражають базові життєві потреби: “*bread and butter*” → «насущений хліб», “*butter on one’s bread on both sides*” → «дозволяти собі надмірні розкоші».

Окрім хліба, важливим компонентом є *pudding*, який в англійців асоціюється з винагородою або результатом праці: “*praise is not pudding*” → «соловей піснями не ситий» [42, с. 63].

Фразеологізми з компонентом *cake* підкреслюють вагомість смакових якостей, як у виразі “*angel cake*” → «торт з ніжною начинкою», що вказує на витонченість, або “*cake is dough*” → «надії не здійснилися», що вказує на невдалий результат.

Разом з тим *pie* (пиріг) ототожнюється з процесом чи справою, що видно з висловів “*cut a pie*” → «втручатися у справу», або “*finger in the pie*” → «бути причетним до чогось», що підкреслює участь у тривалих або звичних процесах.

Компоненти, що вказують на фізичні властивості їжі, такі як *hot*, *cold*, *sweet*, *bitter*, *sour*. О. О. Селіванова зазначає, що в фразеологізмах української мови найбільше представлено смакові відчуття, де позитивна оцінка співвідноситься з солодким, а негативна – з гірким, кислим, солоним [65, с. 189]: «солодити душу» → «тішити себе», «гірка година» → «період з тяжкими обставинами», «аж молоко кисне» → «стає неприємно». Вирази з приємним смаком можуть позначати нещирість (обливати солодким медом). Переважно значення подібних харчових компонентів в українській мові збігається з їх розумінням в англійській, де *bitter* завжди має негативне забарвлення:

“*bitteraswormwood*” → «гіркий як полин», “*bittertears*” → «гіркісльози», “*bittertruth*” → «гірка правда». В англійській фразеології «солодкість» також вказує на улесливість абонецирість: “*sweetashoneyandbitterasgall*” → «на язиці мед, а на серці отрута».

У англійській фразеології найчастіше зустрічаються компоненти *boil*, *roast*, *tabake*, що позначають процес термічної обробки продуктів [42, с. 66]. Вони також можуть вказувати на сприйняття погодних умов: “*toberoastedalive*” → «знемагативід спеки», “*bakingweather*” → «дуже жарка погода». Лексема *boil* показує традицію англійців варити овочі до втрати їх смаку і кольору. Образ вареної їжі зазвичай має негативну конотацію, оскільки вона позбавляється яскравих характеристик: “*boiledeye*” → «невизначний погляд», “*feellikeaboiledrag*” → «почуватися слабким».

В українських фразеологізмах процес варіння так само перегукується з провокацією або вираженням сильних неприємних емоцій, подібно до того, як бульйон кипить під час варіння: «без вогню варити» → «дорікати кому-небудь», «виварювати воду» → «показувати свої надмірні примхи», «заварити кашу» → «затіяти щось дуже складне», «поваритися в котлі» → «побути тривалий час у складному становищі».

Отже, фразеологізми з харчовими компонентами в англійській та українській мовах є яскравим втіленням національного лінгвокультурного коду. Вони передають не лише кулінарні традиції, а й систему цінностей, символів і соціальних норм, властивих конкретному народу. Через стійкі мовні звороти простежується символічне значення їжі, способів її споживання та приготування, що виступає інструментом вербалізації етнокультурного досвіду. Таким чином, фразеологізми з

харчовим складникам сприяють глибшому усвідомленню національної мовної картини світу.

1.6. Способи перекладу фразеологічних одиниць

У процесі дослідження лексики англійської художньої літератури значні труднощі виникають при розумінні та перекладі фразеологізмів – словосполучень, які функціонують як сталі мовні одиниці та не утворюються спонтанно в мовленні. Вони не лише виконують експресивну чистилістичну функцію, а і є носіями культурної пам'яті, передають історичний досвід народу та його побут [20, с. 16].

Фразеологізм вважаються однією з найскладніших лексичних категорій через кілька причин. По-перше, слова у фразеологізмах втрачають своє пряме значення і набувають нового, фіксованого смислу, тому простий переклад кожного слова не дає точного результату. По-друге, перекладач, який недостатньо знайомий з фразеологією вихідної мови, може неправильно розпізнати такі одиниці, що призведе до буквального перекладу і спотворення змісту [26, с. 143]. Аналогічні труднощі виникають і за відсутності знань фразеології мови перекладу, адже знайти еквівалент чи аналог не завжди просто. По-третє, навіть за наявності еквівалентного фразеологізму в мові перекладу, він може не відповідати контексту або мати іншу емоційну конотацію, що ускладнює вибір правильного варіанту [33, с. 129].

Крім того, завдання перекладача – передати не лише смисл, а й емоційно-експресивні характеристики, стилістичні особливості та національну специфіку фразеологізму, що часто вимагає його адаптації до культури мови перекладу.

Особливо складними для перекладача є фразеологізми з харчовими компонентами, адже вони часто базуються на національних кулінарних традиціях,

специфічних образах та уявленнях про їжу. Ці одиниці є своєрідними маркерами ментальності, що ускладнює пошук точного еквівалента в мові перекладу.

Переклад фразеологічних одиниць є об'єктом пильної уваги багатьох дослідників. Це складне лінгвістичне завдання, що передбачає збереження не лише змісту, а й таких компонентів, як образність, стилістична забарвленість, емоційна виразність та національно-етнічна специфіка.

У науковій літературі визначено два головні підходи до перекладу сталих словосполучень: фразеологічний та нефразеологічний [52, с. 47]. Перший спосіб передбачає використання відповідників чи аналогів у мові перекладу, другий – вдається до вільнішого відтворення змісту за допомогою опису, дослівного перекладу або розтлумачення.

На практиці застосування цих підходів до фразеологізмів із харчовим компонентом реалізується через конкретні перекладацькі стратегії:

- **Фразеологічний еквівалент** –

використання аналогічного фразеологізму в іншій мові. Еквівалент відповідає вихідному фразеологізму як за змістом, так і за стилістичним забарвленням. Проте повних еквівалентів небагато, оскільки мовні картини світу в англійській та українській культурах відрізняються [54, с. 62].

Фразеологічні еквіваленти поділяються на три типи:

1) **повні еквіваленти** – повністю тотожні оригіналу як за значенням, так і за структурою.

✓ *“the cream of society”* → «*вершки суспільства*»

2) **часткові еквіваленти** – зберігають значення фразеологізму, але мають певні відмінності на граматичному або лексико-граматичному рівні (наприклад, зміна частини мови, числа, порядку слів).

✓ *“to sell like hot cakes”* → «*розходиться, як гарячі пиріжки*»

3) **відносні еквіваленти** – відповідні за значенням, але відмінні у стилістиці та конотації.

✓ *“packed like sardines”* → «*напхані, як селідці в бочці*»

- **Фразеологічний аналог** – використання фразеологізму з тим самим значенням, але з іншим образом. Такий підхід допомагає зберегти смислову навантаженість, адаптуючи його до національних особливостей [52, с. 47]:

- ✓ *“to be in the soup”* → «*попастив халепу*»;

- ✓ *“chew the fat”* → «*перемивати кісточки*».

- **Дослівний переклад** – зберігає первісний образ. Хоча дослівний переклад не завжди свідчить про високу якість перекладу, він дозволяє зберегти культурну специфіку та особливості мислення носія мови [20, с. 82]:

- ✓ *“the apple of one’s eye”* → «*зіниця ока*»;

- ✓ *“like water off a duck’s back”* → «*як з гуски вода*».

- **Описовий переклад** – пояснювальний варіант у разі відсутності еквівалента [52, с. 48]:

- ✓ *“to cry over spilled milk”* → «*горювати через те, щовже не виправити*»;

- ✓ *“to be full of beans”* → «*енергійний*».

- **Розтлумачення** – передача значення та емоційно-стилістичних відтінків фразеологізму через пояснення його змісту, коли немає прямого еквівалента в мові перекладу.

- ✓ *“that’s not my cup of tea”* → «*мені це не до душі, це не моє*»;

- ✓ *“a sour taste in my mouth”* → «*неприємний осад на душі*».

Отже, успішний переклад фразеологізмів – це не просто заміна слів, а процес, який потребує творчого підходу. Для цього потрібно розуміти як лінгвістичні, так і культурні аспекти.

Застосування різних перекладацьких стратегій, від пошуку еквівалентів і аналогів до дослівного перекладу, опису та розтлумачення, дозволяє перекладачу зберегти зміст, образність та емоційно-експресивну насиченість оригіналу, забезпечуючи високу комунікативну ефективність тексту.

Висновки до Розділу 1

Лінгвокультурологія як міждисциплінарна наукова галузь вивчає взаємозв'язок мови, культури та свідомості, спираючись на досягнення суміжних дисциплін – культурології, етнолінгвістики, когнітивної лінгвістики та психолінгвістики. Центральною одиницею аналізу є мовний знак як носій культурної інформації, що формується та інтерпретується в межах національної картини світу.

Поняття культури розглянуто як складну й динамічну інформаційну систему, що функціонує одночасно в матеріальному й ментальному вимірах, формуючи колективну пам'ять та ціннісно-смислові орієнтири етносу. Доведено, що мова виступає головним механізмом збереження та передачі культурної інформації, цінностей, моделей поведінки, а тому стає основним каналом осмислення культури.

Взаємодія мови й культури було охарактеризовано як багаторівневий процес, де мова не лише відображає, а й творить культурну реальність. У цьому контексті особливу увагу приділено соціокультурній комунікації, яка забезпечує діалогічну взаємодію між носіями різних культурних систем. У сфері харчування фразеологія є одним з найбільш показових засобів вираження культурних моделей, ментальних схем і стереотипів.

Проаналізовано природу харчового лінгвокультурного коду як складової частини концептуального простору культури. Визначено, що харчовий код репрезентує культурно значущі образи їжі, що відображають кулінарні традиції, систему цінностей та історичні особливості певної нації. У сучасній типології культурних кодів харчовий код розглядається як синтез, що поєднує характеристики субстанційного й концептуального кодів і знаходить своє відображення в матеріальній практиці, символіці та мовному вираженні.

Фразеологізми з харчовими компонентами розглянуто як важливе джерело дослідження національних лінгвокультурних особливостей. На

прикладі англійської та української мов було проаналізовано основні лексеми харчового походження, з'ясовано їхню семантичну наповненість, конотації, образність і культурну специфіку. Визначено як спільні риси (універсальні символи їжі, позитивні й негативні асоціації), так і відмінності, зумовлені особливостями менталітету та соціально-історичною різницею обох лінгвокультур.

Проаналізовано основні проблеми перекладу фразеологізмів із харчовими компонентами, пов'язані з їхнім культурним забарвленням та відсутністю прямих еквівалентів. Обґрунтовано, що якісний переклад таких одиниць вимагає глибокого розуміння лінгвокультурного контексту досліджуваних мов, а також застосування різноманітних перекладацьких стратегій і трансформацій, спрямованих на збереження культурної ідентичності вислову.

Отже, у Розділі 1 сформовано теоретичну основу для подальшого аналізу відтворення харчового лінгвокультурного коду в перекладі, що становить мету цього дослідження.

конкретному контексті. У таких ситуаціях перекладачеві доводиться вдаватися до креативних стратегій та здійснювати критичний аналіз вихідного матеріалу з урахуванням комунікативної мети й прагматичних чинників.

Окремо варто згадати про індивідуальні еквіваленти – випадки, коли перекладач змушений створити власний фразеологізм у мові перекладу, максимально наближений за образністю та емоційним ефектом до оригіналу. Такий підхід передбачає мовну гнучкість, творче переосмислення і глибоке володіння стилістикою обох мов. Якщо такий неологізм викликає у читача аналогічну реакцію, як оригінальний фразеологізм у читача мови-джерела, то переклад можна вважати вдалим. За умови професійного виконання, індивідуальні фразеологізми можуть мати ті ж самі властивості, що й усталені одиниці, за винятком того, що вони непридатні для повторного вживання поза конкретним контекстом [73, с. 188].

Детальний аналіз фразеологізмів дозволяє простежити, наскільки різні типи еквівалентності реалізуються в практиці перекладу.

2.1.1. Повніеквіваленти – це фразеологізми мови оригіналу та мови перекладу, які збігаються за значенням, лексичним складом, образністю, стилістичними функціями та граматичною структурою [55, с. 206]. Значення цих еквівалентів не залежить від контексту, що робить їх чіткими та однозначними для перекладу. До цієї групи зазвичай належать фразеологізми, які походять з Біблії, давніх міфів та легенд, а також відомих історичних подій. Мовознавці класифікують такі фразеологічні звороти як інтернаціональні, а перекладачі – як ті, що зазвичай мають точний переклад. Серед великої кількості фразеологізмів лише незначна частина має повний еквівалент у мові перекладу [23, с. 318].

Напр.: (1) *“award (one) the golden apple”* → (1a) **«нагородити золотим яблуком» (визнати чийсь переваги, особливо красу чи мудрість)**

Англійська фразема ґрунтується на античному міфі про «суд Паріса» [38, с. 15]. Вона передає таку ж образність і значення, що й український еквівалент. Незначні синтаксичні варіації не впливають на стилістичну адекватність перекладу.

Напр.: (2) “*tostewinone'sownjuice*” → (2a) «*варитися у власному соку*» (страждати від наслідків власних дій або бездіяльності)

Ця ідіома передає ідентичне значення в обох мовах. Метафора «*варитися у власному соку*» зберігає кулінарну образність, емоційне забарвлення та стилістичну функцію. Граматична структура також однакова: дієслово “*stew*” корелює з українським «*варитися*», таким чином цей фразеологізм є повним еквівалентом.

Напр.: (3) “*assweetashoney*” → (3a) «*солодкий як мед*» (дуже приємний, милий)

Порівняння базується на універсальному смаковому образі меду як символу надзвичайної солодкості та приємності. Обидва варіанти передають як пряме, так і переносне значення: від смаку до характеру або емоцій. Висока стилістична та образна відповідність.

Напр.: (4) “*eatsomeonealive*” → (4a) «*з’їсти живцем*» (дуже суворо критикувати, нищити морально)

Образ жорстокого поводження через метафору канібалізму передає надмірну емоційну реакцію. Український варіант аналогічно звучить експресивно, має таку ж функцію – виразити надзвичайну суворість або агресію. Образна й стилістична відповідність збережені.

Напр.: (5) “*abitterpilltoswallow*” → (5a) «*гірка пілюля*» (важка для сприйняття правда)

Медична метафора неприємного, але необхідного переживання має повну відповідність у двох мовах. Структура, образність і емоційне навантаження ідентичні, що дозволяє розглядати переклад як повний еквівалент.

Напр.: (6) “*Adam'sapple*” → (6a) «*адамове яблуко*» (кадик, анатомічний термін)

Повна образна та семантична відповідність, заснована на спільній біблійній легенді про те, що в горлі Адама застряг шматок забороненого плоду [51]. Етимологія в обох мовах абсолютно збігається, що робить переклад абсолютно точним.

Напр.: (7) *“addoiltothefire”* → (7a) **«доливати масла у вогонь»** (погіршувати ситуацію, розпалювати конфлікт)

Образ базується на фізичному ефекті, коли масло підсилює горіння. Незначна відмінність: англійське *“oil”* в порівнянні з українським *«масло»*, але це не впливає на семантику. Повна змістова та стилістична відповідність.

Напр.: (8) *“addsaltothewound”* → (8a) **«сипати сіль на рану»** (завдавати додаткового болю, погіршувати важку ситуацію)

Фразеологізми ґрунтуються на універсальній фізичній метафорі болю від солі на відкритій рані, що робить їх абсолютно тотожними в структурному, семантичному та емоційному планах.

Напр.: (9) *“appleofdiscord”* → (9a) **«яблуко розбрату»** (причина суперечки, конфлікту)

Історична алюзія на давньогрецький міф про Еріду та Паріса [18, с. 109]. Образне та культурнетлооднакове в обох мовах. Експресивність і функція збережені повністю.

Напр.: (10) *“breadandwater”* → (10a) **«хліб та вода»** (мінімальні засоби для виживання)

Вирази символізують найнеобхідніші продукти для життя. Стилiстична й семантична відповідність забезпечує повну еквівалентність.

Напр.: (11) *“fishintroubledwaters”* → (11a) **«ловити рибу в каламутній воді»** (використовувати складну ситуацію для власної вигоди)

Фразеологізм функціонує як пряме відображення оригінального образу у двох культурах. Метафора проста і зрозуміла, а її суть та емоційне забарвлення ідеально збігаються.

Напр.: (12) *“saltoftheearth”* → (12a) **«сіль землі»** (людина високих моральних якостей)

Цей вираз походить з Євангелії від Матвія (5:13) [9]. Культурне підґрунтя та експресивне навантаження тотожні. У стилістичному плані не має жодних розбіжностей.

Напр.: (13) *“breadandcircuses”* → (13a) *«хліб і видовище»* (відволікання народу від серйозних проблем)

Це відома фраза римського поета Ювенала, яка вказує на те, що римлян цікавить лише їжа та розваги [74, с. 228]. Повна стилістична, змістова та культурна відповідність.

Напр.: (14) *“castone'sbreaduponthewaters”* → (14a) *«кидати хліб на воду»* (робити добрі справи, не чекаючи винагороди)

Фразеологізм з книги Екклесіяста (11:1) [88, с. 7]. Образ хліба, кинутого на воду, символізує безкорисливість. Повна біблійна відповідність.

Напр.: (15) *“putnewwineintoldbottles”* → (15a) *«влити нове вино в старі міхи»* (неможливість поєднання нового зі старим)

Даний біблійний фразеологізм з Євангелія від Матфея (9:17) [79, с. 16]. Незначна структурна адаптація не змінює змісту чи стилістики. Значення та культурне навантаження ідентичні.

Напр.: (16) *“totakethebreadoutofsomeone'smouth”* → (16a) *«відбирати хліб (у когось)»* (позбавляти засобів до життя, заробітку)

Образ хліба як основи життя присутній в обох мовах. Тому, стилістично та емоційно фразеологізми ідентичні.

Напр.: (17) *“forbidden fruit”* → (17a) *«заборонений плід»* (щось бажане, аленедозволене)

Фразеологізм базується на біблійному сюжеті про плід з дерева пізнання добра і зла [59, с. 112]. Образ забороненого плоду асоціюється з порушенням заборони і сильною спокусою. В обох мовах збережено стилістичну, образну й семантичну структуру, що дозволяє вважати цей переклад як абсолютний еквівалент.

Напр.: (18) *“ashungryasawolf”* → (18a) *«голодний як вовк»* (дуже голодний)

Образ вовка, що символізує несамовитий голод, є універсальним для європейських культур. Повна образна відповідність, заснована на спільних уявленнях про вовків.

Напр.: (19) “*thecherryonthecake*” → (19а) «вишенька на торті» (остання деталь, що робить щось досконалим)

Фразеологізм в обох мовах використовує однакову кулінарну метафору – декоративний елемент як завершальний штрих. Повна образна відповідність, але в українській версії може мати ще й додаткові святкові конотації.

2.1.2 Часткові еквіваленти – лексичні, граматичні або лексико-граматичні розходження фразеологізмів з одним тим самим значенням та стилістичною функцією [55, с. 206].

- **Часткові лексичні еквіваленти** поділяються на дві групи. До першої належать фразеологізми, які мають однакове значення, стилістичну функцію та близькі за образністю. У деяких випадках їх граматична структура може збігатися, а в інших – не відповідати одна одній. До другої групи належать фразеологізми, що збігаються за значенням і стилістичною функцією, але дещо відрізняються образністю; граматична структура також може збігатися або не збігатися [55, с. 206].

- **Часткові граматичні еквіваленти** – це фразеологічні одиниці, які збігаються значенням, стилістичною функцією та образністю, проте відрізняються кількістю лексем, граматичною формою цих лексем або порядком слів [55, с. 206].

Напр.: (20) “*abovewater*” → (20а) «триматися на плаву» (виживати в скрутних обставинах, справлятися з труднощами)

Обидва фразеологізми базуються на водній метафорі, де вода символізує труднощі або небезпеку. Англійський варіант буквально означає «над водою», що вказує на стан, коли людина не потопає. Український еквівалент «триматися на плаву» підкреслює активність дій для збереження становища. Семантика збережена, але різні стилістичні конотації та граматичне оформлення роблять цей еквівалент частковим.

Напр.: (21) “*befishoutofwater*” → (21а) «як риба без води» (стан дискомфорту, невідповідності середовищу)

Образ риби без води як символ беспорядності зрозумілий в обох культурах. Структурно український варіант є порівняльною конструкцією, тоді як англійський – описовим виразом. Незважаючи на це, експресивна функція збережена, однак відмінності у граматичній структурі роблять цей переклад частковим.

Напр.: (22) “*to eat a peck of salt with one*” → (22a) «*з'їсти пуд солі з кимось*» (довго знатися, мати тривалі стосунки)

Базується на ідеї тривалого спільного харчування. Різні міри: “*peck*” (близько 9 літрів) та «пуд» (близько 16 кг), але сутність метафори зберігається. Збережено значення та образність, але лексична деталь відрізняється, що призводить до часткового еквіваленту.

Напр.: (23) “*to make one's mouthwater*” → (23a) «*слинка тече*» (викликати апетит)

Фразеологізми базуються на фізіологічній реакції на смачну їжу. Англійський варіант більш описовий, український – короткий і емоційний. Образ і значення збігаються, але структурна форма і стилістика різняться.

Напр.: (24) “*like throwing peas against the wall*” → (24a) «*як об стіну горохом*» (марна витрата зусиль, безрезультатна діяльність)

Фразеологізми ґрунтуються на образі даремних зусиль, коли дія не приносить результату. Відмінність у предметі метафори: “*peas*” / «горох». Попри це, ідея й експресія однакові, хоча лексичне наповнення варіюється, тому еквівалент частковий.

Напр.: (25) “*grow up like mushrooms*” → (25a) «*як гриби після дощу*» (з'являтися у великій кількості)

Образ грибів, що масово з'являються після дощу спільний для обох мов. Український варіант має виразнішу сезонну й народну конотацію, тоді як англійський – загальніший. Образність схожа, але стилістичне наповнення відрізняється.

Напр.: (26) “*eat the fruit of one's own doings*” → (26a) «*пожинати плоди своєї праці*» (отримувати наслідки своїх дій)

Фразеологізм в обох мовах використовує сільськогосподарську метафору: результат праці, який неминуче повертається до виконавця. Український варіант *«пожинути»* підкреслює процес збирання, а англійський *“eat”* – безпосереднє споживання. Образ і зміст схожі, але відмінність у дієслівній частині зумовлює часткову еквівалентність.

Напр.: (27) *“bearitsfruits”* → (27a) **«давати плоди» (приносити результати, виявляти наслідки)**

Фразеологізм походить із біблійного контексту. Значення та стилістична функція в обох мовах збігаються. Проте існують лексичні та граматичні відмінності: англійський вираз *“bearitsfruits”* підкреслює сам процес результату, а український *«давати плоди»* фокусується на дії, що веде до результату. Незначні синтаксичні та образні відмінності роблять цей фразеологізм частковим еквівалентом, оскільки повна тотожність за структурою та образністю відсутня.

2.1.3. Відносні еквіваленти – відповідні за значенням, але мають інше стилістичне і / або експресивне забарвлення [91, с. 188].

Напр.: (28) *“packedlikesardines”* → (28a) **«напхані, як оселедці в бочці» (тіснота, скупченість людей)**

Як бачимо, присутня різниця в образах: англійський використовує *сардини* в консервній банці, український – *оселедці в бочці*. Відображає різні кулінарні традиції, але функція та значення ідентичні.

Напр.: (29) *“bybreadandsalt”* → (29a) **«зустрічати хлібом-сіллю» (радісно зустрічати, вітати згідно з традицією)**

Український варіант – стійкий культурний образ. Хоча формально англійський фразеологізм не має ідентичної традиції, він відображає її в перекладі, тож переклад функціонально доцільний.

Напр.: (30) *“beinapickle”* → (30a) **«бути в халені» (потрапити в скрутну ситуацію)**

Англійський образ *“pickle”* (маринад, розсіл) на противагу українському *«халена»* (неприємність, біда). Образи різняться, проте однакова функція та значення.

Напр.: (31) “*smoothasbutter*” → (31a) «*як по маслу*» (легко, без перешкод)

Англійський варіант акцентує на фізичній властивості масла як гладкого матеріалу, а український – на плавному процесі без перешкод. Попри різні формулювання, основна ідея збережена. Еквівалент відносний через різницю в структурі образу.

Отже, аналіз фразеологічного еквівалента демонструє багатство та різноманітність способів передачі фразеологізмів між англійською та українською мовами. Найбільшу групу становлять **повні еквіваленти** – 19 одиниць (58%), вони повністю збігаються з оригіналом за значенням, стилістичним забарвленням, образністю та граматичною структурою. Такі фразеологізми зазвичай походять із Біблії, античної міфології чи універсальних культурних кодів, що забезпечує їхню інтернаціональність. **Часткові еквіваленти** представлені 8 одиницями (24%). Вони зберігають основне значення, проте демонструють певні відмінності на граматичному або лексико-граматичному рівні. **Відносні еквіваленти** становлять 4 одиниці (12%). Вони відтворюють значення вихідного фразеологізму, але відрізняються у стилістичному або конотативному забарвленні, що обумовлено культурними відмінностями між англійською та українською мовами. Отримані результати підтверджують, що переклад фразеологізмів засобом фразеологічного еквіваленту є складним процесом, який потребує глибокого знання обох мов, їх культурного контексту та розвинених перекладацьких навичок.

2.2. Способи перекладу фразеологізмів засобом фразеологічного аналогу

У випадках, коли фразеологічна одиниця в мові оригіналу не має точного еквівалента в мові перекладу, доцільним стає **використання фразеологічного аналога**. Такий підхід дозволяє зберегти стилістичну та образну насиченість вислову, хоча і передбачає певні трансформації.

У перекладознавстві існує певна варіативність термінології щодо таких одиниць. Зокрема, Я. А. Баран та І. В. Корунець розглядають їх як часткові еквіваленти, підкреслюючи, що значення фразеологічних одиниць адекватно

передається, проте образність і метафорика можуть відрізнятися [31]. Напр.: “*as much use as a chocolate teapot*” → «як мертвому кадило»; “*hand in the cookie jar*” → «спіймати на гарячому»[100].

Фразеологічний аналог у мові перекладу свідчить про те, що подібний за змістом фразеологізм у мові перекладу існує, проте він ґрунтується на іншій образній основі [11, с. 47]. Від еквівалента він відрізняється тим, що при перекладі з’являються певні розбіжності: незначні зміни у формі слів, синтаксичній будові чи заміна окремих компонентів семантично рівноцінними. При цьому образність не втрачається, а лише видозмінюється, зберігаючи загальну адекватність перекладу [31, с. 186].

Фразеологічні аналоги за ступенем збігу лексемного складу та структурно-граматичної організації поділяються на:

- фразеологічні аналоги з приблизною подібністю структурно-граматичної організації та однією однаковою лексемою у компонентному складі;
- фразеологічні аналоги з приблизною подібністю структурно-граматичної організації та різним компонентним складом;
- фразеологічні аналоги з різною структурно-граматичною організацією та різним компонентним складом [31].

Важливою особливістю фразеологічних аналогів є їхня стилістична забарвленість та емоційна насиченість, що відрізняє їх від звичайних лексичних відповідників. При перекладі, як відомо, завжди необхідно враховувати експресивно-стилістичну сторону фразеологічної одиниці та передавати її рівноцінними засобами. Досить важливо також, щоб фразеологічна заміна при перекладі зберігала культурне забарвлення оригіналу.

Аналоги відрізняються від вихідного фразеологічного звороту лише в одному аспекті – це може бути, наприклад, заміною синонімічних компонентів, незначною зміною форми, синтаксичної будови або сполучуваності. В усіх інших відношеннях аналог є повноцінним відповідником фразеологізму мови оригіналу, «відносність» якого залишається непомітною в контексті.

Окрім ФО, проаналізованих нижче, корпус фразеологізмів, що перекладені засобом фразеологічного аналога становить 96 одиниць (див. Додаток А).

2.2.1. Фразеологічні аналоги з приблизною подібністю структурно-граматичної організації та однією однаковою лексемою. Цей тип фразеологічних аналогів вирізняється тим, що порівнювані одиниці мають схожу, проте не ідентичну, структурно-граматичну організацію та містять одну спільну лексему, тоді як інші компоненти відрізняються. Така близькість сприяє збереженню семантичної та структурної відповідності, водночас враховуючи національно-культурні особливості мовних одиниць.

Напр.: (1) *“to eat one’s words”* → (1a) *«взяти свої слова назад»*

Метафора *«їсти слова»* створює образ буквального поглинання сказаного, що символізує відмову від власних тверджень. Український аналог використовує дію *«взяття назад»*, що є більш прямолінійним вираженням. Англійський варіант має сильнішу експресивність через незвичність образу, тоді як український є нейтрально-офіційним за тональністю, напр.: (1) *I’ll make him eat his words!* → (1a) *Я змушу його взяти свої слова назад!*

Напр.: (2) *“to go nuts”* → (2a) *«з’їхати з глузду»*

Образ *“nuts”* (горіхи) асоціюється з божевільням через народну етимологію. Український відповідник передає цю ідею іншим образом – втрату розуму. Напр.: (2) *My sister will go nuts when she finds out I crashed her car.* → (2a) *Моя сестра з’їде з глузду, коли дізнається, що я розбив її машину.*

Напр.: (3) *“eggs are all in one basket”* → (3a) *«поставити все на карту»*

В англійському вислові використовується метафора, яка передає суть ризику – коли всі ресурси зосереджені в одному напрямі, не залишаючи жодних альтернатив чи запасних варіантів. Обидва ці висловлювання по суті говорять про одну й ту ж ідею – небезпеку єдиної ставки. Хоча образи різняться – одні говорять про яйця, інші про карти, вони мають однакову семантику. Стилистично й експресивно вони дуже близькі. Напр.: (3) *You shouldn’t put all your eggs in one basket when it comes to investments.* → (3a) *Не варто поставити все на карту, коли мова йде про інвестиції.*

Напр.:(4)“*be fed up (with)*” → (4a) «*пересититися*»

Англійський фразеологізм означає бути виснаженим, роздратованим або знудженим через щось, що повторюється або дратує. Вираз буквально має харчову метафору: «*нагодувати до краю*», тобто «більше не можу цього терпіти». Український фразеологізм також походить із харчової сфери – він означає наїстися чогось понад міру, з відтінком огиди або втоми від надлишку. У переносному значенні – втратити цікавість чи терпець через надлишок або одноманітність. Таким чином, образна основа (харчова метафора) частково зберігається, а значення і стилістика – повністю передаються. Це робить переклад якісним фразеологічним аналогом, напр.: (4) *I'm fed up with cleaning up after you all the time.* → (4a) *Я вже переситився весь час за тобою прибирати.*

Напр.:(5)“*break the egg in one's pocket*” → (5a) «*спровокувати проблему*»

Англійський вислів використовує образ розбитого яйця, що слугує символом проблеми. В українській мові ми використовуємо фразу «*спровокувати проблему*», яка, хоч і не зберігає кулінарної метафори, але передає ту саму ідею – необережна дія або слово може призвести до негативних наслідків. Таким чином, збережено зміст і прагматичну функцію, хоча образність змінено. Напр.: (5) *If you tell her, you might break the egg in your pocket.* → (5a) *Якщо скажеш їй, можеш спровокувати проблему.*

Напр.:(6)“*neither fish nor fowl*” → (6a) «*ні риба ні м'ясо*»

Обидва вислови буквально описують щось невизначене або непривабливе. Англійський вираз оперує класифікацією тварин (риба – птах), тоді як в українському контексті акцент зміщується на різноманітні типи їжі (риба – м'ясо). Український аналог повністю відповідає англійському, напр.: (6) *He got offended because you said he was neither fish nor fowl.* → (6a) *Він образився, тому що ти сказав, що вінні риба ні м'ясо.*

Напр.: (7)“*cook the books*” → (7a) «*підтасовувати факти*»

Кулінарна метафора «готування книг» створює іронічний образ маніпуляцій з документами. Український аналог використовує пряму назву дії без кулінарної образності, проте зі збереженням негативного відтінку. Напр.: (7) *They fired the*

accountant because he was cooking the books. → (7a) *Бухгалтера звільнили, бо він підтасовував факти.*

2.2.2. Фразеологічні аналоги з приблизною подібністю структурно-граматичної організації та різним компонентним складом. До цієї групи належать фразеологічні одиниці, які при збереженні подібної граматичної структури повністю відрізняються лексичним складом. У таких аналогів сигніфікативно-денотативне значення та суб'єктивно-оцінна конотація можуть бути однаковими або близькими, а функціонально-стилістична та емоційно-експресивна конотація – збігатися повністю або частково. Ця група є найчисельнішою серед фразеологічних аналогів.

Напр.:(8) *“likechalkandcheese”* → (8a) *«схожі, як сова на яструба»*

Англійський фразеологізм протиставляє *крейду* та *сир* як кардинально різні речовини. Українська метафора використовує образи *двох хижих птахів*, які насправді мають певні відмінності у способі життя. Англійський варіант базується на тактильних та смакових відмінностях, український – на поведінкових особливостях птахів, що краще резонує з українською аудиторією. Обидва підкреслюють несхожість, але через різні сфери-джерела, напр.: (8) *MytwinandIarelikechalkandcheese.* → (8a) *Ми з братом схожі, як сова на яструба.*

Напр.:(9) *“asalikeaspeasinapod”* → (9a) *«як дві краплі води»*

Обидва образи передають ідею повної подібності, але через різні природні явища – *горох у стручку* та *краплі води*. Напр.: (9) *The twins are as alike as peas in a pod.* → (9a) *Близнюки схожі, як дві краплі води.*

Напр.:(10) *“theicingonthecake”* → (10a) *«вишенька на торті»*

Кулінарні метафори в обох мовах позначають завершальний, найкращий елемент. Англійському образу *“icing”* (глазур) відповідає український образ *«вишенька»* демонструють різні традиції оздоблення десертів у культурах. Функціонально фразеологізми ідентичні, створюючи образ приємного доповнення, напр.: (10) *I love my job and getting public recognition is merely the icing on the cake.* → (10a) *Я люблю свою роботу, а отримати публічне визнання – це лише вишенька на торті.*

Напр.:(11) *“pick the plums out of”* → (11a) *«збирати вершки»*

Образ *“plums”* (сливи) у фразеологізмі вказує на вибір найкращого, найціннішого. Український аналог *«збирати вершки»* використовує аналогічну метафору, адже вершки також символізують найкраще. Обидва вислови виконують функцію фокусування на найцінніших моментах або завданнях. Це класичний фразеологічний аналог, де змінюється метафоричний образ, але зберігається значення і стилістика. Напр.: (11) *They are picking the plums out of the cake.* → (11a) *Вони збирають вершки з торта.*

Напр.:(12) *“live off the fat of the land”* → (12a) *«жити як сир у маслі»*

Англійський фразеологізм описує розкішне, безтурботне життя, використовуючи образ *“fat of the land”* (букв. «жир землі»). Український відповідник – образ *«жити як сир у маслі»*, що має подібне значення добробуту та комфорту. Це класичний фразеологічний аналог зі збереженням стилістики та семантики, напр.: (12) *They live off the fat of the land in their countryside estate.* → (12a) *Вони живуть як сир у маслі на своєму заміському маєтку.*

Напр.:(13) *“eat high on the hog”* → (13a) *«жити на широку ногу»*

Фразеологізм *“eat high on the hog”* походить з американської англійської та має харчове походження. Він означає жити розкішно, з надлишком, адже «верхня частина туші свині» – це найбільш цінні та смачні шматки м’яса, доступні багатим. Отже, той, хто їсть «зверху свині», живе заможливо. Український аналог використовує інший метафоричний образ (розмір ноги як ознака розмаху в житті), але передає тотожне значення – безтурботне, багате життя, часто з легким відтінком надмірності або хизування. Обидва фразеологізми мають експресивне забарвлення і влучно передають поняття розкоші, отже є повноцінними аналогами. Напр.: (13) *Since his promotion, he’s been eating high on the hog.* → (13a) *Після підвищення він почав жити на широку ногу.*

Напр.:(14) *“all beer and skittles”* → (14a) *«життя – мед»*

Фразеологізм британського походження, який означає, що життя не завжди легке і приємне. Український аналог – контрастний вислів із місцевим колоритом. Наприклад: (14) *Life is not all beer and skittles.* → (14a) *Життя – це не мед.*

Напр.: (15) *“tosaveone’sbacon”* → (15a) *«врятувати свою шкуру»*

Образ *“bacon”* (бекон) символізує власне життя або безпеку. Український відповідник – інша метафора, що виконує ту саму функцію. Різниця полягає в конкретності образу, напр.: (15) *Yourmotheroncesavedmybacon. She lent me money when I neededit.* → (15a) *Твоя мама колись врятувала мою шкуру. Вона позичила мені гроші, коли я їх потребував.*

2.2.3. Фразеологічні аналоги з різною структурно-граматичною організацією та різним компонентним складом. Цей тип фразеологічних аналогів характеризується найбільшою мірою розбіжності: порівнювані одиниці відрізняються як граматичною будовою, так і компонентним складом. Єдиною основою для встановлення аналогічних відношень є семантична відповідність, що свідчить про високий ступінь національно-мовної своєрідності таких фразеологічних виразів.

Напр.: (16) *“to take something with a grain of salt”* → (16a) *«сприймати з великою обережністю»*

Англійська ідіома базується на давньоримській традиції додавати сіль до їжі для безпеки. Образ *“grainofsalt”* уособлює сумнів та обережність. Український відповідник зберігає сенс, але втрачає метафоричність оригіналу. Обидва вислови закликають до обачності, проте англійський варіант більш образний та історично насичений. Напр.: (16) *We musttake it all with a grain of salt.* → (16a) *Ми повинні сприймати все з великою обережністю.*

Напр.: (17) *“beinhotwater”* → (17a) *«бути в біді»*

Фразеологізм описує стан неприємностей або проблем. Український аналог є прямим позначенням негативної ситуації без метафоричного образу гарячої води. Втрачається образна конкретність оригіналу, але зберігається точна семантика скрутного становища. Стилістично український варіант є нейтральнішим, тоді як англійський має яскравішу експресивну забарвленість, напр.: (17) *I’m inhotwaterbecauseI forgotmywife’s birthday.* → (17a) *Я опинився в біді, бо забув про день народження дружини.*

Напр.: (18) *“answer’s a lemon”* → (18a) *«як з козла молока»*

Англійський образ “*lemon*” (лимон) часто використовується як метафора невдалої покупки або марного об’єкта, особливо щодо техніки. У вислові «*answer’s a lemon*» йдеться про відповідь, яка нічого не варта або не допомагає. Український варіант «*як з козла молока*» є влучним, бо передає ту ж ідейну суть – відсутність користі, але через іншу культурно зрозумілу метафору. Образність змінено, але значення збережено повністю, напр.: (18) *His answer’s a lemon – it solves nothing.* → (18a) *Від нього – як з козла молока: нічого путнього.*

Напр.:(19) “*from) souptonuts*” → (19a) «*від букви до букви*»

Англійський вислів описує повний обід від першої страви до десерту як символ повноти. Українська метафора використовує алфавітний принцип для позначення вичерпності. Англійський образ більш конкретний та пов’язаний з кулінарними традиціями, український більш абстрактний та інтелектуальний. Наприклад: (19) *He told me everything – from soup to nuts.* →(19a) *Він розповів мені все – від букви до букви.*

Напр.:(20) “*another kettle of fish*” → (20a) «*зовсім інша справа*»

Англійський вислів походить від шотландського звичаю готувати рибу на природі та означає відмінну ситуацію. Український аналог є нейтральним висловом без метафоричності. Оригінал зберігає етнокультурний колорит та історичні конотації, переклад фокусується на прямому значенні відмінності, напр.: (20) *Having knowledge is one thing but being able to communicate it to others is another kettle of fish.* → (20a) *Мати знання – це одне, а вміти донести їх до інших – зовсім інша справа.*

Напр.:(21) “*not for all the tea in China*” → (21a) «*не за всі гроші світу*»

Англійський вираз підкреслює повну відмову від чогось, навіть за дуже велику винагороду. Чай із Китаю – історично цінний товар. Переклад українською «*не за всі гроші світу*» передає оперує прямим поняттям грошей у світовому масштабі. Англійський варіант культурно-специфічний та історично-обумовлений(колоніальна торгівля чаєм), український натомість універсальний та зрозумілий. Напр.: (21) *I wouldn’t do that job not for all the tea in China.* → (21a) *Я б не зробила цю роботу не за всі гроші світу.*

Напр.:(22) “*buy a lemon*” → (22a) «*купити kota в мішку*»

“*Buyalemon*” означає купити щось неякісне, з дефектом. В українській мові «*купити kota в мішку*» означає купити щось не перевірявши, що також часто закінчується розчаруванням. Образ змінено, але ситуація й настрої ідентичні – невдала покупка, напр.: (22) *If you don't check the car properly, you may buyalemon.* → (22a) *Якщо ти не перевіриш машину як слід, можеш купити kota в мішку.*

Напр.:(23) “*jam-packed*” → (23a) «*яблуку ніде впасти*»

Англійський образ використовує щільність варення як метафору переповненості. Українська метафора створює гіперболічну картину через неможливість впасти навіть малому предмету. Український варіант вислову більш поетичний та експресивний, англійський більш прямолінійний, напр.: (23) *Their suitcase was jam-packed with clothes and souvenirs from their trip.* → (23a) *Їхня валіза була набита одягом та сувенірами з подорожі, що яблуку ніде було впасти.*

Напр.:(24) “*atone's sweet pleasure*” → (24a) «*на власний розсуд*»

Вираз означає дію за власним бажанням чи примхою. В англійській версії зустрічається емоційно позитивний образ «*солодкого задоволення*», у той час, як український переклад наголошує на можливості вибору, але без яскравої образності. Загальний сенс залишається тим самим, напр.: (24) *He can leave at his sweet pleasure.* → (24a) *Він може піти на власний розсуд.*

Напр.:(25) “*believe that the moon is made of green cheese*” → (25a) «*вірити повній нісенітниці*»

Англійський фразеологізм “*believe that the moon is made of green cheese*” походить з давнього жарту, який означає наївну віру в щось абсурдне. Український відповідник «*вірити повній нісенітниці*» не містить настільки яскравої метафори, однак адекватно передає зміст і зберігає стилістичну насиченість. Це приклад фразеологічного аналога, в якому змінено образність, але збережено іронічно-глузливий підтекст та загальне значення. Напр.:(25) *Only a fool would believe that the moon is made of green cheese.* → (25a) *Тільки дурень може вірити в повну нісенітницю.*

Отже, кожен із типів фразеологічних аналогів має свої специфічні риси: перший передбачає часткову лексичну подібність, другий ґрунтується на

граматичній схожості без спільних компонентів, а третій є найвіддаленішим за формою. У ході дослідження ми розглянули 25 прикладів із корпусу 96 одиниць: 7 прикладів (28%) – це **аналоги з однією однаковою лексемою**, 8 (32%) – з **приблизною подібністю структурно-граматичної організації та різним компонентним складом**, і 10 (40%) – з **різною структурою та компонентами**. Ці приклади підтверджують, що для якісного перекладу фразеологізмів важливо враховувати не лише їх значення, а й стилістичні, образні та культурні особливості. Саме це дає змогу повноцінно передати ідею, яку закладено в оригіналі.

2.3. Способи перекладу фразеологізмів засобом дослівного перекладу

Дослівний переклад – це спосіб перекладу, в якому компоненти фразеологічної одиниці оригіналу перекладаються послівно (структурні елементи мови оригіналу запозичуються і перекладаються за допомогою мовного матеріалу мови перекладу). При цьому не ставиться за мету збереження первинної образності чи конотативного забарвлення вислову [93, р. 68-80]. Застосування цього способу виправдане лише тоді, коли він забезпечує збереження смислу вихідної одиниці.

Дослівний переклад вважається доцільним у випадках, коли інші перекладацькі стратегії, зокрема використання фразеологічних еквівалентів чи аналогів, не забезпечують адекватної передачі семантико-стилістичних та експресивно-емоційних значень фразеологізму [64]. До цього методу вдаються у випадках, коли виникає потреба передати гру слів оригіналу.

Дослівні відповідності мають певні переваги. Вони допомагають зберегти образ оригіналу, а також дають можливість подолати труднощі, що можуть виникнути під час передачі складних метафоричних образів. При створенні дослівного перекладу перекладач має переконатися, що образ у вихідній одиниці є мотивованим, і його відтворення в перекладі сприятиме правильному розумінню переносного значення з боку читача.

Таким чином, дослівний переклад як перекладацький спосіб є доречним насамперед для фразеологічних єдностей, що не втратили метафоричності, окремих прислів'їв, які не мають підтексту, а також сталих порівнянь. Водночас важливо враховувати, що успішність такого перекладу можлива лише за умови, що його результат буде природно сприйматися носіями мови перекладу.

Для ілюстрації способу перекладу проаналізуємо приклади фразеологічних одиниць, переданих дослівно.

Напр.:(1) *“half-baked idea”* → (1a) *«сиря ідея»*

Англійський фразеологізм відзначається чіткою метафоричністю: він уживається для опису ідеї, яка недопрацьована або виникла передчасно. За походженням вислів *half-baked* пов'язаний з кулінарною сферою та в буквальному перекладі означає «недопечений». У перекладі використано дослівний переклад – *«сиря ідея»*, що повністю відповідає семантичному наповненню англійського фразеологізму та сприймається природно у мовному контексті.

Напр.: (2) *“melt in one's mouth”* → (2a) *«танути в роті»*

Англійський вислів уживається для опису винятково ніжної, делікатної їжі. Він ґрунтується на синестезійній метафорі, що переносить фізичне явище танення на смакові та тактильні відчуття під час вживання їжі. Тут застосовано дослівний переклад – *«танути в роті»*, яка в цілому зрозуміла й передає зміст оригіналу.

Напр.:(3) *“eatlikeapig”* → (3a) *«їсти як свиня»*

Напр.:(4) *“eatlikeawolf”* → (4a) *«їсти як вовк»*

Кожен із цих фразеологізмів, які ми розглядаємо, побудовані на усталених культурних асоціаціях, пов'язаних із поведінкою тварин під час їжі. У першому випадку образ свині традиційно символізує ненажерливість, неохайність і відсутність манер, тоді як у другому – вовк уособлює хижу натуру, жадібність і швидке поїдання їжі. Обидва висловимають виразно негативний колорит та використовуються для гострої критики людських звичок. Символічне значення свині та вовка є спільним як для англійської, так і для української мовних і культурних традицій, що робить переклади *«їсти як свиня»* та *«їсти як вовк»*

цілком адекватними. Дослівні переклади сприймаються природно, тому в них немає потреби у додатковій адаптації.

Напр.:(5)“*eyecandy*” → (5a) «цукерка для очей»

Фразеологізм “*eyecandy*” уживається для позначення об’єкта, який має високу візуальну привабливість, але не обов’язково володіє іншими цінними якостями. Хоча дослівний варіант дещо новий для українського вуха, він активно використовується у молодіжному сленгу та поступово входить до загального мовного вжитку, що свідчить про прийнятність такого перекладу в межах певних соціолінгвістичних груп.

Напр.:(6)“*the appetite comes while eating*” → (6a)«*апетит приходить під час їжі*»

Фразеологізм “*the appetite comes while eating*” є інтернаціональною паремією, поширеною в багатьох європейських мовах. Вираз має як пряме значення – фізіологічне посилення апетиту під час приймання їжі, так і переносне – поступове зростання інтересу чи мотивації в процесі діяльності. Дослівний переклад зберігає як образність, так і семантику оригіналу, органічно вписуючись в українську мовну картину світу. Саме завдяки цьому, дослівний переклад не потребує адаптації й повністю передає філософський підтекст, який розкриває природу людських бажань.

Напр.:(7)“*read the tea leaves*” → (7a) «*ворожити на чайному листі*»

ФО “*read the tea leaves*” походить із британської традиції тасеографії – ворожіння за формами чайного листя на дні чашки. У переносному значенні він означає спробу передбачити майбутнє за неявними ознаками або інтерпретувати неоднозначну інформацію. Дослівний переклад є зрозумілим для українського читача, хоча в нашій культурі більш поширеним є образ «*ворожити на кавовій гущі*». Попри цю культурну відмінність, збережено семантику та образність, як і в оригіналі.

Напр.:(8)“*a chicken and egg situation*” → (8a) «*ситуація «курка чи яйце»*»

Англійський фразеологізм відсилає до відомої філософської дилеми про першопричину: що з’явилося раніше – курка чи яйце. У сучасному вжитку вираз

описує ситуацію замкнутого кола, де неможливо визначити початок проблеми. Дослівний переклад зрозумілий завдяки поширеності самої дилеми, хоча в українській мові цей вираз менш усталений і часто потребує контексту для повного розуміння.

Окрему групу становлять фразеологізми, що демонструють універсальну синестезійну метафору «гіркоти», що вказує на негативні емоції: (9) *“bittertears”* → (9a) *«гіркі сльози»*, (10) *“bittertruth”* → (10a) *«гірка правда»*, (11) *“bitteraswormwood”* → (11a) *«гіркий як полин»*. Вони ґрунтуються на архетипічному перенесенні смакових відчуттів на психологічний стан, де гірке асоціюється з болісним і неприємним. Перших два вирази є атрибутивними конструкціями (прикметник + іменник), де прикметник «гіркий» набуває переносного значення болісності, тоді як третій приклад використовує порівняння з полином – символу максимальної гіркоти. Усі дослівні переклади звучать адекватно, адже образи *«гірких сліз»* та *«гіркої правди»* активно функціонують в українській літературі й побутовому мовленні, а полин має глибокі фольклорні й біблійні конотації. Фразеологізми цієї групи вражають своєю стилістичною універсальністю – вони можуть оживати як у поезії, так і в розмовному мовленні. Це свідчить про те, як глибоко укорінені образи у свідомості носіїв обох мов.

Напр.:(12) *“as white as milk”* → (12a) *«білий, як молоко»*

Стійкий вислів ґрунтується на універсальному еталоні кольору, де *молоко* символізує чистоту та бездоганну білизну. Порівняльна конструкція є структурно ідентичною в обох мовах, що забезпечує точність дослівного перекладу. Образ *молока* як маркера первісної чистоти та свіжості має міжкультурний характер і трапляється в багатьох літературних і фольклорних традиціях, тому переклад сприймається природно та не потребує адаптації.

Напр.:(13) *“dailybread”* → (13a) *«насущний хліб»*

Напр.:(14) *“earnone'sbread”* → (14a) *«заробляти на хліб»*

Обидва фразеологізми базуються на символіці хліба як основи життя, яка має глибокі біблійні корені та універсальне культурне значення.

“*Dailybread*” походить із Молитви Господньої та позначає базові життєві потреби. Переклад «*насущний хліб*» є усталеним і використовує церковнослов’янський прикметник «насущний», що точніше, ніж буквально «щоденний», передає поєднання матеріальної й духовної необхідності. “*Earnone'sbread*” передає ту ж ідею засобів до існування; переклад демонструє природну для української мови трансформацію присвійного займенника на прийменникову конструкцію. Це приклад того, як успішний переклад може поєднувати структурну точність із граматичною адаптацією.

Отже, дослівний переклад є ефективним засобом передачі фразеологізмів у разі, якщо метафоричні образи є універсальними або культурно близькими між мовами оригіналу та перекладу, а також, коли необхідно зберегти стилістичну та семантичну цілісність вислову. Під час нашого аналізу ми виявили 14 прикладів дослівного перекладу – це близько 5% від усього корпусу з 300 фразеологізмів, які ми розглянули. Більшість з яких (70%) використовує універсальні метафори, наприклад, «*гірка правда*», «*білий як молоко*», «*апетит приходить під час їжі*». Решта(30%) має культурно специфічні образи, такі як «*ворожити на чайному листі*», «*курка чи яйце*». Застосування цього способу вимагає ретельного аналізу мовної та культурної адекватності, оскільки надмірна буквальність може негативно впливати на природність сприйняття перекладу цільовою аудиторією. Успіх дослівного перекладу залежить від вміння перекладача адаптувати граматичні конструкції та лексичні елементи мови перекладу, не порушуючи при цьому цілісності й образності фразеологізму. Таким чином, дослівний переклад – цінний перекладацький інструмент, але його використання має бути зваженим та контекстуально обґрунтованим.

2.4. Способи перекладу фразеологізмівзасобомописового перекладу

При перекладі фразеологічних одиниць, крім пошуку повних або часткових еквівалентів, а також застосування дослівного перекладу, **використовують описовий переклад**. Цей спосіб полягає у тлумаченні фразеологізму, а саме поясненні його змісту за допомогою лексичних засобів мови перекладу, що передають значення максимально коротко та виразно [27, с. 189-190].

Описовий переклад застосовують у разі відсутності повного еквівалента чи аналога в цільовій мові, особливо коли фразеологізм має національний колорит або термінологічний характер, що ускладнює буквальний переклад. Обираючи цей метод, можна ризикувати частково втратити символічність і експресивність оригіналу, проте він забезпечує найбільш точну передачу основного змісту.

Важливо зазначити, якщо перекладач вдається до описового перекладу, він має прагнути зберегти образність фразеологізму або хоча б натяк на його конотативне забарвлення. Використання цього способу дозволяє уникнути буквальної інтерпретації, яка могла б спотворити сенс, і водночас сприяє адекватному сприйняттю вислову цільовою аудиторією.

Таким чином, описовий переклад є дієвим способом у тих випадках, коли інші методи виявляються малоефективними або недоцільними. У таких випадках перекладачеві доводиться зважувати контекст, аби зберегти й зміст, і емоційний відтінок, не втрачаючи при цьому зрозумілості та природності перекладу [25, с. 324-341].

У цьому підрозділі представлено аналіз вибраних фразеологічних одиниць за допомогою описового перекладу. Обраний корпус складається з 25 прикладів із 84, які яскраво демонструють різноманітність семантичних, стилістичних та культурних аспектів фразеологізмів (решта див. Додаток Б). Розгляд цих фразеологізмів відкриває перед нами труднощі перекладацької роботи, пов'язаної зі збереженням змісту, образності та конотацій оригінальних висловів у цільовій мові.

З метою систематизації матеріалу та детального розгляду особливостей описового перекладу, вибрані для аналізу фразеологізми класифіковано за семантичним принципом на три основні категорії:

- фразеологізми, що описують характер, поведінку та особистісні якості;
- фразеологізми, що відображають життєві труднощі, успіхи та невдачі;
- фразеологізми, що позначають базові поняття та явища.

Такий підхід дозволяє виокремити специфічні риси кожної групи та простежити, як у межах описового перекладу втілюються семантичні та стилістичні особливості фразеологічних одиниць.

2.4.1. Фразеологізми, що описують характер, поведінку та особистісні якості. Це поле ФО репрезентують антропоцентричний вимір фразеологічної системи та відображають мовне осмислення внутрішніх психоемоційних станів і моделей поведінки. У межах харчового лінгвокультурного коду ці характеристики часто передаються через образи їжі та процесів її споживання, що зумовлює високу образність і експресивність таких одиниць. У перекладі описовий метод застосовується з метою передачі основного змісту фразеологізму за відсутності відповідника. Проте це нерідко супроводжується частковою втратою метафоричної образності та зниженням емоційно-експресивного ефекту оригіналу.

Напр.: (1) *“be eaten up with something”* → (1a) *«відчувати інтенсивні емоції або переживання»*

Англійський фразеологізм ґрунтується на метафорі фізичного поглинання, в якій закладено стан глибокого внутрішнього виснаження. Уявіть собі, як емоції неначе «з’їдають» вас зсередини. В українському перекладі застосовано описовий метод, що охоплює психологічний аспект. Проте яскравий образ оригіналу дещо втрачається. Семантична точність присутня, але емоційно-експресивний ефект вислову зменшується.

Напр.: (2) *“have eggon one's face”* → (2a) *«опинитися в незручній ситуації через свою помилку»*

Англійський стійкий вислів побудований на візуальному образі забрудненого обличчя після невдалого поїдання яйця, що створює комічний ефект публічного збентеження. В його метафоричному звучанні прихована неприємна ситуація, спричинена очевидною помилкою, що стала відомою всім довкола. Передача змісту здійснена через описовий метод, який підкреслює причинно-наслідковий зв'язок, але втрачає яскраву комічність і образність оригінального вислову. Вважаємо, що, такий підхід виправданий, оскільки головним є передача соціальної ситуації, а не буквальна образність.

Напр.: (3) *“sour grapes”* → (3a) *«удаване нехтування чогось недоступного»*

Походження вислову пов'язане з відомою байкою Езопа про лисицю, яка, не змігши дістати виноград, назвала його кислим [56, с. 47]. У семантичному плані вислів відображає психологічний захисний механізм – знецінення об'єкта, який неможливо отримати. У перекладі реалізовано описову інтерпретацію – *«удаване нехтування чогось недоступного»*, що робить зміст зрозумілим, але усуває алюзію на відому байку та візуально-смаковий образ кислого винограду як символу розчарування. Такий спосіб перекладу застосовують, коли культурні посилання з оригіналу малозрозумілі для адресата, а основне завдання – зберегти зміст.

Напр.: (4) *“eathumblepie”* → (4a) *«визнати свою неправоту»*

Ідіома походить від страви *humble pie* – пирога з потрохів оленя, який у минулому подавали слугам, тоді як господарям діставалися кращі частини туші. У переносному значенні вислів означає вимушене визнання помилки або поразки, що супроводжується втратою гідності. Тут обрано пояснювальну стратегію перекладу – *«визнати свою неправоту»*, який чітко передає зміст дії, але позбавляє її історико-культурного підґрунтя та харчової символіки, що був у оригіналі. Можна стверджувати, що такий підхід доречний у випадках, коли збереження історичної алюзії не є пріоритетом, а головною метою є передати смисл якомога зрозуміліше.

Напр.: (5) *“creamofthecrop”* → (5a) *«найуспішніші з-поміж усіх»*

Англійський фразеологізм використовує молочну метафору, де *cream* (вершки) – найкраща і найжирніша частина молока – підіймається на поверхню, символізуючи природний відбір найкращого. У переносному значенні він позначає

еліту, найвидатніших представників групи. В українській версії значення передано описово – *«найуспішніші з-поміж усіх»*, що точно передає ідею винятковості, проте нівелює природну образність і аграрно-молочний підтекст оригіналу.

Напр.: (6) *“rottenapple”* → (6a) *«людина, яка негативно впливає на колектив»*

Англійський ідіоматичний вираз спирається на природне явище, коли гниль одного зіпсованого плода поступово поширюється на інші, що зберігаються разом. У переносному сенсі вислів позначає особу, чия поведінка або ставлення негативно впливають на групу. У перекладі застосовано описовий метод – *«людина, яка негативно впливає на колектив»*, що точно передає соціальну роль такого індивіда, проте усуває яскраву біологічну метафору. Доцільно вважати, коли акцент робиться на змістовій точності, а не на образності, така передача є обґрунтованою.

Напр.: (7) *“smellfishy”* → (7a) *«викликати підозру»*

Етимологічно вислів *“smellfishy”* відображав інстинктивну реакцію на потенційну загрозу через нюхові відчуття, що з часом набув переносного значення – інтуїтивного відчуття чогось сумнівного або неправдивого. Переклад побудовано на описовому викладі – *«викликати підозру»*, який реалістично відтворює семантичне ядро вислову, попри це усуває чуттєву конкретність та природний базис метафори.

Напр.: (8) *“walkoneggshells”* → (8a) *«поводитися обережно»*

Англійський фразеологізм базується на метафорі надзвичайної делікатності, де ходіння по крихкій яєчній шкаралупі символізує потребу в максимальній обережності, щоб уникнути пошкодження. У переносному значенні вислів описує поведінку в напруженій або конфліктній ситуації, де навіть дрібна помилка може призвести до небажаних наслідків. Використано описову стратегію – *«поводитися обережно»*, що точно відтворює зміст, в той самий час забирає чуттєву конкретику та драматизм вихідного образу.

Напр.: (9) *“make fish of one and flesh of another”* → (9a) *«ставитися упереджено»*

Англійський вираз побудований на контрасті між рибою та м'ясом, що в християнській традиції мали різний харчовий статус у певні періоди церковного календаря. В його метафоричному сенсі йдеться про те, як одна група людей може ставитися до іншої з упередженням. В українській версії передано – «*ставитися упереджено*», що точно передає суть поведінки, проте нівелює глибину культурно-історичного підтексту та харчову метафорику оригіналу.

Напр.: (10) "*quarrel with one's bread and butter*" → (10a) «*діяти всупереч своїм інтересам*»

Англійський фразеологізм ґрунтується на образі основного засобу існування, символічно вираженого через *breadandbutter* – елементарну їжу, необхідну для виживання. У переносному значенні він позначає самодеструктивну поведінку, коли людина підриває власні життєві основи. У перекладі використано описовий метод – «*діяти всупереч своїм інтересам*», що передає основну ідею вислову, але усуває метафоричний образ і харчову символіку, внаслідок чого зменшується емоційно-експресивний вплив оригіналу.

2.4.2. Фразеологізми, що відображають життєві труднощі, успіхи та невдачі. Це поле ФО передає досвід людини у взаємодії з життєвими обставинами, її реакції на труднощі, перемоги та поразки. Часто такі фраземи несуть оцінне та емоційне забарвлення, що допомагає мовцю виразити ставлення до певної ситуації. У межах харчового лінгвокультурного коду ці життєві події передаються через порівняння з процесами приготування чи споживання їжі, що додає висловам наочності та колориту.

Напр.: (11) "*bring (one, something) into troubled waters*" → (11a) «*поставити в ніякове становище*»

Цей вираз має своє коріння в морській термінології: "*troubled waters*" буквально означає каламутні або буремні ділянки моря, небезпечні для судноплавства. У переносному значенні він позначає дію, що створює складнощі чи проблемні моменти. Перекладено фразеологічний зворот з використанням описового підходу – «*поставити в ніякове становище*», що передає створення дискомфортної ситуації за допомогою розмовного українського звороту.

Така інтерпретація зберігає негативну конотацію, але згладжує морську образність, замінюючи її на абстрактніше формулювання, адаптоване до сучасного мовлення.

Напр.: (12) “*eggdance*” → (12a) «*важка справа, що потребує багато зусиль*»

ФО “*eggdance*” занурюється в глибину культури: він бере свій початок зі старовинної форми розважального танцю, під час якого виконавець мав пересуватися між розкладеними на підлозі яйцями, не пошкоджуючи їх. З часом цей образ набув переносного значення – дія, що вимагає надзвичайної акуратності, майстерності та контролю. Значення було адаптовано до сучасного сприйняття через описовий спосіб – «*важка справа, що потребує багато зусиль*», – який передає загальну складність завдання, однак втрачає особливий відтінок обережності та символ перевірки вмінь. Таким чином, послаблюється культурно-історична алюзія, проте прагматичне ядро вислову залишається незмінним.

Напр.: (13) “*landone'sfish*” → (13a) «*досягти бажаного результату*»

Фразеологічний зворот має рибальське походження: у прямому значенні позначає момент успішного витягування улову на берег – фінальну, найбільш очікувану фазу процесу. У вихідному контексті цей образ уособлював винагороду за терпіння, професійну вправність і влучний момент дії. Згодом вислів набув переносного значення – досягнення бажаного результату після докладених зусиль. В українському варіанті використано описовий переклад – «*досягти бажаного результату*», що безпосередньо передає прагматичний зміст, але позбавляє рибальської метафори та емоційного забарвлення оригіналу. У результаті усувається культурно-образний компонент, однак зберігається семантична точність і зрозумілість для цільової аудиторії.

Напр.: (14) “*haveatoughnutto crack*” → (14a) «*мати справу з чимось складним*»

У буквальному сенсі англійський фразеологізм описує процес розколювання твердих горіхів, що потребує фізичних зусиль. У переносному значенні цей вислів вживається для позначення складного завдання чи проблеми, щоб її розв’язати потрібно використовувати високий рівень інтелекту або практичних навичок. В українській версії застосовано описовий метод – «*мати справу з чимось складним*»,

який відтворює загальний зміст проблемності, але при цьому втрачає тактильну конкретність та образність, які притаманні первісному вислову.

Напр.: (15) *“to bite off more than one can chew”* → (15a) *«взятися за непосильну справу»*

Англійська ідіома спирається на фізіологічний досвід приймання їжі, коли занадто великий шматок неможливо пережувати. Етимологічно, вислів *“bite off more than one can chew”* відображає ситуацію переоцінки власних можливостей у найпростішому побутовому контексті. Для передачі цього значення в українській мові застосовано описовий метод – *«взятися за непосильну справу»*. Такий переклад точно відтворює семантичне ядро вислову й доносить суть проблеми, водночас втрачаючи фізіологічну конкретність і образну наочність оригіналу.

Напр.: (16) *“goppear-shaped”* → (16a) *«іти не за планом»*

Англійський фразеологізм *“goppear-shaped”* належить до британського сленгу і походить з авіаційної сфери, де форма груші асоціювалася з втратою контрольованої траєкторії. У переносному значенні він позначає ситуацію, коли плани чи процеси не реалізуються за запланованим сценарієм. Значення передано шляхом опису – *«іти не за планом»*, що передає ідею відхилення від очікуваного результату. Водночас такий переклад втрачає британський колорит, візуальну образність деформації та можливі професійні асоціації, втім забезпечує семантичну точність і зрозумілість для читача.

Напр.: (17) *“upset the apple cart”* → (17a) *«зіпсувати всі плани»*

Англійська ідіома походить від образу перекинутого возика торговця яблуками, що призводить до хаосу та втрат. Етимологічно вислів передає миттєве руйнування встановленого порядку через необережну дію. Для передачі цього значення в українській мові застосовано описовий метод – *«зіпсувати всі плани»*, який ефективно передає наслідки руйнівної дії. Такий переклад забезпечує семантичну точність і робить вислів зрозумілим для читача, водночас нейтралізуючи експресивний ефект оригіналу.

Напр.: (18) *“kill the goose that lays the golden eggs”* → (18a) «зруйнувати джерело прибутку»

Англійська ФО є прямою алюзією на езопівську байку про селянина, який убив гуску, сподіваючись одразу отримати всі золоті яйця [97, с. 241]. У переносному значенні вислів позначає знищення постійного джерела вигоди задля миттєвої користі. У перекладі використано описовий метод – «зруйнувати джерело прибутку», який точно відтворює економічний аспект вислову, але послаблює казкову образність золотих яєць та моральний підтекст байки. Переклад передає точне значення та залишається зрозумілим для читача, натомість пом'якшуючи експресивні та алегоричні нюанси оригінального вислову.

2.4.3. Фразеологізми, що позначають базові поняття та явища. Це поле ФО демонструють фундаментальні аспекти людського досвіду і втілюють їх у харчових образах, що відображають повсякденні реалії та соціокультурні звички. Образність їжі та процесів її споживання надає висловам впізнаваності, а також допомагає зафіксувати культурні особливості мови.

Напр.: (19) *“Adam's wine”* → (19a) «звичайна вода»

Англійський фразеологізм має біблійне походження та відсилає до часів першої людини, коли єдиним доступним напоєм була звичайна вода. Етимологічно вислів *“Adam's wine”* створює контрастну гру слів між благородним напоєм і простою водою [28, с. 323]. У переносному сенсі він підкреслює первинність і природність води як основного напою людства. Для передачі цього значення в українській мові застосовано описовий метод – «звичайна вода», який повністю передає денотативне значення ідіоми, втім втрачає біблійний та іронічний відтінки й образність оригіналу, стаючи стилістично нейтральним.

Напр.: (20) *“put butter on bacon”* → (20a) «додавати щось зайве»

Англійський фразеологічний зворот походить з кулінарного контексту, де додавання масла до вже жирного бекону сприймається як надмірне та непотрібне. У переносному значенні вислів описує ситуацію, коли здійснюється дія, що не має потреби та лише збільшує надлишок. В українському перекладі застосовано пояснювальний метод – «додавати щось зайве», зберігаючи змістову точність

вислову, проте втрачаючи конкретну кулінарну образність та легкий гумористичний відтінок оригіналу.

Напр.: (21) *“to compare apples and oranges”* → (21a) *«порівнювати абсолютно різні речі»*

Англійська ідіома ґрунтується на метафоричному зіставленні двох різних фруктів, що ілюструє хибність спроби встановити подібність між об'єктами, які не мають суттєвих спільних характеристик. З погляду етимології, вислів *“compareapplesandoranges”* відображає усвідомлення того, що об'єкти несумісні, навіть якщо вони формально належать до однієї категорії. Український варіант – *«порівнювати абсолютно різні речі»* – репрезентує описовий переклад, спрямований на збереження точності значення та логічної чіткості. Водночас така інтерпретація нейтралізує фруктову метафору і послаблює вислів зорово-образної виразності, що в оригіналі посилює його риторичний та ілюстративний ефект.

Напр.: (22) *“theproofisinthepudding”* → (22a) *«все перевіряється на практиці»*

Англійський фразеологізм є скороченою формою вислову *“theproofofthepuddingisintheeating”*, що виник у контексті кулінарної традиції, де оцінка якості страви можлива лише після її дегустації [90, с. 152]. З етимологічного погляду, вислів відображає принцип, згідно з яким істинність або ефективність будь-якого явища можна встановити лише шляхом безпосередньої перевірки. Переклад реалізовано за допомогою описового методу – *«все перевіряється на практиці»*, який передає сутність принципу емпіричної перевірки. Разом з тим український варіант стає абстрактнішим і узагальненим: сенс лишається точним, хоча й позбавляє вислів початкової кулінарної конкретики та образної насиченості.

Напр.: (23) *“bread-and-butterletter”* → (23a) *«лист подяки за гостинність»*

Англійський стійкий вислів використовує образ основної, життєво необхідної їжі, яка в культурному контексті символізує базові потреби людини. У сучасному вживанні фразеологізм означає традиційний лист, де адресант висловлює вдячність господарям за зустріч. Український переклад здійснено за допомогою описового методу – *«лист подяки за гостинність»*, що відображає

функціональне призначення вислову. Однак така інтерпретація втрачає метафоричну природу оригіналу, яка пов'язана з харчовою символікою, що надає англійському варіанту додаткової емоційної виразності та культурної глибини.

Напр.: (24) *“meatandpotatoes”* → (24a) *«основна суть справи»*

Англійський фразеологізм походить із кулінарної сфери та метафорично відсилає до традиційної основи західної кухні, де м'ясо та картопля символізують поживні, необхідні компоненти щоденного раціону. У переносному значенні вислів означає ключові аспекти будь-якої діяльності чи проблеми. В українському перекладі значення подано описово – *«основна суть справи»*, що передає раціональний зміст і відображає пріоритетність головних елементів. При цьому тлумачення усуває притаманну оригіналу кулінарну образність і культурний підтекст, через що зменшується виразність вислову.

Напр.: (25) *“as sure as eggs are eggs”* → (25a) *«безсумнівно»*

Англійський ідіоматичний виразпобудований на засобі тавтології, який підсилює відчуття абсолютної впевненості, апелюючи до самоочевидного факту. З етимологічного погляду вислів відтворює логічну конструкцію, де повторення тотожних елементів слугує метафорою незаперечної істини. Тут використано описову інтерпретацію – *«безсумнівно»*, що влучно передає інтенсивність упевненості за допомогою прислівникової форми. Водночас таке відтворення нейтралізує тавтологічну образність і гру з логічною очевидністю, притаманні оригіналу, що знижує його експресивність і стилістичну своєрідність.

Отже, описовий переклад фразеологізмів у роботі перекладача є важливим інструментом, особливо в тих випадках, коли відсутні безпосередні відповідники або аналоги у мові перекладу. Цей метод надає можливість якісно передати значення ідіом, роблячи їх зрозумілими для цільової аудиторії. З проаналізованого матеріалу з 84 фразеологізмів описовий переклад було застосовано у 25 випадках, що становить приблизно 30% від усіх одиниць. Серед них 40% стосувалися **характеристик особистості та поведінки**, 36% – відображали **життєві труднощі, успіхи та невдачі**, а 24% – позначали **базові поняття та явища**. З іншого боку, слід пам'ятати про можливі труднощі під час застосування цього методу: часто

можуть втрачатися культурні алюзії, образність та емоційно-експресивний відтінок, який притаманний для оригіналу. Проведений аналіз прикладів показує, що описовий переклад вимагає від перекладача не лише глибокого розуміння контексту, а й знання культурно-історичного підґрунтя, а також прагнення зберегти баланс між точністю й стилістичною виразністю. Описовий переклад є доцільним і необхідним елементом у перекладацькій практиці. Він дозволяє досягти основної мети – правильно передати зміст та забезпечити комунікативну ефективність вислову в іншій мовній культурі.

2.5. Способи перекладу фразеологізмів засобом розтлумачення

Без розтлумачення фразеологічних одиниць неможливо зробити адекватний переклад та відтворити семантичні й стилістичні особливості, щоб передати думку автора. Л. В. Шерба наголошував, що розтлумачення фразеологізмів – «справа вельми делікатна і вимагає винятково загостреного мовного сприйняття» [10]. Перекладач має не тільки з'ясувати буквальний зміст виразу, але й передати його прагматичний, емоційний і стилістичний ефект.

На відміну від перекладу окремих слів, розтлумачення фразеологізмів вимагає адаптивного підходу. Воно повинно бути чітким, точним та зрозумілим, щоб передати основну ідею фразеологічної одиниці. Важливо враховувати не лише денотативний зміст, а й конотацію – оцінку, експресивність, емоційність, що надає фразеологізму більшої виразності в порівнянні з нейтральним словом-синонімом.

Коли значення фразеологічної одиниці відповідає значенню слова, його можна пояснити одним словом-синонімом (напр.: *“eat one's toads”* → «*підкорятися*») [104]. Однак повної ідентичності між фразеологізмом і словом-синонімом зазвичай немає. Фразеологічні вирази демонструють не лише факти дійсності, але й позицію мовця щодо них, тому їх розтлумачення має враховувати емоційно-експресивний потенціал одиниці. У словниках поряд із короткими синонімами надаються розгорнуті дефініції, що передають додаткові нюанси

значення (напр.: *“inanutshell”* → «*у двох словах; коротко*») [102].

Своєрідність розтлумачення фразеологізмів залежить від їхньої синтаксичної ролі, а конкретне значення визначається в контексті. При формулюванні розтлумачення перекладач враховує три фактори: семантику, синтаксичну функцію і структуру фразеологічної одиниці.

Розглянемо приклади перекладу англійських фразеологізмів українською мовою засобом розтлумачення. Окрім, проаналізованих нижче ФО, корпус фразеологізмів, перекладених цим засобом, становить 75 одиниць (див. Додаток В).

Вислів (1) *“allsugarandhoney”* → (1a) *«поводитися надто ласкаво»* поєднує солодкі продукти, уособлюючи зайву милість. Розтлумачення ілюструє надмірність дій, зберігаючи конотативну експресивність. Подібна увага до відтінків значення проявляється у вислові (2) *“appleofanothertree”* → (2a) *«не з нашого кола»*, де метафора проводить паралелі між предметами, що відносяться до різних джерел. Тут розтлумачення вказує на несумісність, підкреслюючи ізольованість особи від конкретної соціальної або культурної групи.

Ще один приклад (3) *“apple-pie order”* → (3a) *«все впорядковано, на своїх місцях»*, що походить від образу *яблучного пирога* і означає організованість. Розтлумачення відображає ідеальний порядок, що дозволяє підкреслити акуратність дій або стану. Протилежну емоційну динаміку демонструє фразема (4) *“arguelikeanapple-wife”* → (4a) *«голосно сваритися, кричати»*. Образ *“apple-wife”* символізує емоційно насичену суперечку, а розтлумачення цього фразеологізму демонструє не тільки сам конфлікт, а й його емоційне забарвлення.

Оцінка особистості передається через вираз (5) *“badegg”* → (5a) *«погана, ненадійна людина»*. Тут метафора підкреслює ненадійність, зберігаючи конотативну виразність. Аналогічно, ідіома (6) *“bananaoil”* → (6a) *«пусті балачки, брехня»* відображає неправдивість слів.

Вираз (7) *“belowthesalt”* → (7a) *«відійти на другий план»* має історичне походження: сіль на столі символізувала соціальний статус, і ті, хто сидів «нижче за сіль», займали менш почесні місця [87, с. 111]. Розтлумачення передає ієрархічний підтекст. Суть ідеї нерезалізованих очікувань містить фразеологізм (8)

“*jamtomorrow*” → (8a) «*обицянки без виконання*». Розтлумачення відтворює марність очікувань і вносить іронічний відтінок.

Позитивні риси особистості висловлює фразеологічна одиниця (9) “*milkofhumankindness*” → (9a) «*добре серце, людяність*», де молоко є символом великодушності. Натомість внутрішній хаос і психологічний дискомфорт описує вираз (10) “*inastew*” → (10a) «*сильно занепокоєний, розгублений*», що передає емоційний стан людини.

Фінансові та соціальні стратегії втілені у висловах (11) “*saltawaymoney*” → (11a) «*відкладати гроші на чорний день, про запас*» та (12) “*soupsomethingup*” → (12a) «*доводити до ладу, покращувати*». У першому випадку метафора соління підкреслює передбачливість, у другому – кулінарне порівняння передає ідею вдосконалення.

Низька цінність підкреслюється фразеологією (13) “*notworthahillofbeans*” → (13a) «*нічого не вартий, марний*», а театральна перебільшеність – (14) “*chewthescenery*” → (14a) «*перебільшувати емоції, драматизувати*». Легкість виконання передає вислів (15) “*beliketakingcandyfromababy*” → (15a) «*просте завдання, дуже легко*», тоді як (16) “*gravytrain*” → (16a) «*джерело великого доходу*» метафорично вказує на легкий прибуток.

Колективну діяльність та вплив окремих осіб ілюструють (17) “*toomanycooksspoilthebroth*” → (17a) «*коли багато людей керують одночасно, результат погіршується*» та (18) “*badapple*” → (18a) «*одна погана особа псує всіх*», де кулінарні метафори підкреслюють організацію та негативний вплив.

Способи подання інформації відображають вирази (19) “*sugarcoatsomething*” → (19a) «*прикрашати правду*» та (20) “*crystinkingfish*” → (20a) «*робити трагедію з дрібниці*». Метафора цукрового покриття уособлює пом'якшення неприємної правди, тоді як образ зіпсованої риби акцентує на перебільшеній негативній реакції. Обережне ставлення до інформації передає вислів – (21) “*takesomethingwithapinchofsalt*” → (21a) «*сприймати обережно, з недовірою*».

Особисті досягнення та наслідки вчинків представлено фразеологізмами (22) *“cutthemustard”* → (22a) *«впоратися, бути на висоті»*, (23) *“take the biscuit”* → (23a) *«переходити межу»*, (24) *“have a bun in the oven”* → (24a) *«бути вагітною»* та (25) *“cook one's own goose”* → (25a) *«нашкодити самому собі»*. Розтлумачення цим фразем має як позитивні, так і негативні конотації, що відображають різноманітність життєвих обставин.

Отже, розтлумачення фразеологізмів є важливим засобом для правильного відтворення фразем, їхнього стилістичного відтінку та авторського задуму. Використання розтлумачення дозволяє передати не лише буквальний зміст, а й емоційно-експресивний потенціал фразеологізмів, завдяки чому текст стає природним і зрозумілим для читача. Це важливо тоді, коли в українській мові немає прямих відповідників, які б передали всі нюанси оригіналу. Такий підхід допомагає досягти високої комунікативної ефективності та зберегти стиль автора в перекладі.

Висновки до Розділу 2

Реалізація лінгвокультурного харчового коду крізь призму фразеологізмів – це складне та багатогранне завдання, яке вимагає від перекладача не лише глибокого знання обох мов, а й розуміння культурного контексту та вміння творчо підходити до пошуку відповідників. Аналіз 300 фразеологізмів дозволяє визначити, як часто використовуються основні стратегії перекладу.

З огляду на результати аналізу, можна виокремити основні способи перекладу фразеологізмів:

1. Переклад за допомогою фразеологічного еквівалента (10,3%), тобто перекладач має знайти відповідник у перекладі мови, значення, образне зображення та стилістичне забарвлення якого повністю відповідали б оригіналу.

2. Переклад за допомогою фразеологічного аналога (32%), тобто знаходження фразеологічної одиниці в перекладі, що має схоже значення, але засноване на іншому образі.

3. Дослівний переклад (4,7%) – може бути застосований у тому випадку, якщо в результаті ми отримаємо вираз, образність якого легко сприймається українським читачем і не суперечить загальноприйнятим нормам української мови.

4. Описовий переклад (28%) – використовується, якщо англійський фразеологізм не має еквіваленту або аналогу, а дослівний переклад міг би привести до спотворення змісту. У такому разі перекладач передає значення за допомогою вільного сполучення слів з поясненням змісту фразеологічної одиниці.

5. Розтлумачення (25%) – це спосіб перекладу, що полягає у поясненні значення фразеологічної одиниці з урахуванням її смислових, емоційних і стилістичних особливостей для забезпечення адекватності перекладу.

Отже, переклад фразеологізмів із харчовим компонентом потребує ретельного добору перекладацької стратегії та врахування контексту. Вибір конкретного способу перекладу залежить від особливостей фразеологічних одиниць, які перекладач має вчасно розпізнати та адекватно відтворити, зберігаючи їх значення, яскравість і виразність.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Лінгвокультурологія є інтегративною галуззю мовознавства, яка перебуває на завершальному етапі становлення як самостійна лінгвістична дисципліна. Вона вивчає мову як феномен культури, а культуру – як систему, значною мірою створену мовою, а також підкреслює взаємозв'язок з індивідуальною та колективною свідомістю. Центральною одиницею аналізу є мовний знак, який виступає носієм культурної інформації та формується в межах національної картини світу. Культура при цьому розуміється як динамічна система, що поєднує матеріальну та ментальну сфери, формує колективну пам'ять і систему ціннісно-сміслових орієнтирів. І саме мова є основним засобом збереження та передачі культурної інформації.

У цьому контексті особливе значення має харчовий лінгвокультурний код. Він є частиною концептуального простору культури, що репрезентує образи їжі, кулінарні традиції, систему цінностей і символічні смисли конкретного народу. Цей код поєднує субстанційний таконцептуальний коди, і проявляється як у матеріальних практиках харчування, так і в мові – через образні асоціації, метафори та символи. Зокрема, фразеологія стає для нас ключем підтримання культурної пам'яті та вираження ментальних моделей і стереотипів. Теоретичні основи дослідження харчового коду базуються на основних принципах лінгвокультурології. Аналіз цього коду неможливий без врахування зв'язку мови з культурою. Адже мова – це скарбниця культури, а культурна специфіка кожного народу проявляється через особливий спосіб розуміння світу. Сучасна лінгвокультурологія розглядає мову й культуру як єдиний синергетичний континуум, у межах якого формуються й передаються етнокультурні сенси. Теорія лінгвістичної відносності Сепіра–Ворфа підтверджує, що мовні категорії визначають спосіб сприйняття реальності, у тому числі й харчових образів. Таким чином, харчовий лінгвокультурний код не тільки зберігає інформацію про харчові

звички, але й створює національну картину світу, забезпечуючи передачу культурних цінностей наступним поколінням.

Поняття «харчовий код» розкривається через те, що харчова сфера є суттєвою частиною людського існування: базова потреба в їжі перетворюється на складну систему культурних і символічних значень. У результаті виникає харчовий код, який пов'язаний із мовою та культурою, і закріплюється у фразеологічному фонді мови. Фразеологізми, що включають харчові компоненти, є важливим носієм етнокультурної інформації, оскільки відображають не лише матеріальну культуру, а й світогляд, цінності та стереотипи окремої нації.

Системний підхід до аналізу харчової фразеології дозволяє визначити, що такі фразеологічні звороти, які містять харчові компоненти є важливим інструментом відображення харчового лінгвокультурного коду в англійській та українській мовах. Вони не лише закріплюють кулінарні традиції та характерні для певної культури продукти, а й передають систему цінностей, соціальні норми, символіку та етнокультурний досвід народів. Дослідження свідчить, що лексеми, пов'язані з їжею, процесами її приготування та споживання, утворюють структуроване лексичне поле, що є основою для фразеологічних одиниць. Через ці стійкі вирази простежуються культурні особливості, історичні та соціальні контексти, що відрізняють англійську та українську мовні картини світу.

Порівняльний аналіз фразеологічних одиниць із харчовими компонентами в англійській та українській мовах засвідчує, що вони відображають національний лінгвокультурний код, а також культурні уявлення народу про їжу. Було виокремлено найчастотніші лексеми (*bread, butter, salt, meat, fish, egg, mustard, honey* тощо), які мають як спільні, так і специфічні конотації. У англійській мові *egg* та *fish* вживаються вбуденному абонегативному сенсі, тоді як в українській вони мають переважно позитивне абонейтральне значення, пов'язане з турботою чи комфортом. *Meat* в англійській фразеології символізує соціальний статус і достаток, а *сало* в українській – комфорт і задоволення. *Honey* в обох культурах уособлює приємне та бажане, але може також передавати надмірність або перебільшення. *Salt* символізує цінність, гідність та гостинність, включаючи

сакральні й соціальні аспекти. Фразеологізми з харчовими компонентами дозволяють простежити як спільні, так і відмінні ознаки сприйняття харчових образів в англійській і українській мовах, відображаючи кулінарні традиції, символіку та національну ментальність.

Аналіз стратегій збереження культурної конотації харчових образів у перекладі показав, що вибір методу передачі фразеологізму залежить від рівня культурної відстані між англійською та українською мовами. Найкращим способом для повного збереження змісту та образності (завдяки спільним культурним корінням) є фразеологічний еквівалент (10,3%), особливо для інтернаціональних одиниць біблійного чи міфологічного походження “*forbidden fruit*” → «заборонений плід»). Фразеологічний аналог (32%) дозволяє зберегти експресивність вислову шляхом заміни іншокультурного образу на близький та зрозумілий українському читачеві (напр.: “*packedlikesardines*” → «напхані, як оселедці в бочці»). Дослівний переклад (4,7%) працює для універсальних метафор, зрозумілих у двох культурах (напр.: “*bittertruth*” → «гірка правда»). Описовий переклад (28%) і розтлумачення (25%) застосовуються здебільшого для культурно-специфічних фразеологічних одиниць, які не мають відповідників в українській мові. Це створює потребу відмовитися від образності в інтересах точності змісту (напр.: “*eathumblepie*” → «визнати свою неправоту»). Основною метою перекладу є досягнення балансу між збереженням культурної автентичності оригіналу та зрозумілістю для української аудиторії.

Культурний контекст є ключовим чинником у формуванні та тлумаченні харчових ідіом на кількох взаємопов’язаних рівнях. У процесі перекладу ступінь культурної відстані безпосередньо впливає на вибір стратегії. Інтернаціональні фразеологізми зберігають своє значення завдяки загальним культурним основам, тоді як культурно-специфічні (напр.: “*belowthesalt*” – *відійти на другий план*) потребують описового перекладу, оскільки їхній соціально-історичний зміст відсутній в українській культурі. На рівні образної мотивації однакові реалії можуть викликати різні асоціації: наприклад, англійський вислів “*walkoneggshells*” означає крихкість і делікатність, тоді як українське *сало* уособлює достаток і не має

відповідника в англійській мові, де подібну роль виконує *м'ясо*. Відмінності спостерігаються і в соціокультурних практиках: в англійській культурі вислів “*breadandsalt*” не має ритуального значення гостинності, як в українського виразу «зустрічати хлібом-сіллю». Історична пам'ять у фразеологізмах відображає різні традиції: англійські одиниці зберігають сліди класового поділу, тоді як українські тісніше пов'язані з аграрною культурою та народними звичаями. Для того щоб отримати адекватний переклад, потрібно не лише знати мову, а й мати глибоке розуміння культурних кодів, історичного контексту та ціннісних орієнтацій обох народів.

При перекладі фразеологізмів із харчовим компонентом виникають труднощі, пов'язані з різницею у культурних кодах. У роботі було визначено п'ять основних способів перекладу:

1. Фразеологічний еквівалент (10,3%) – образні фразеологічні одиниці в рідній мові, які повністю відповідають по змісту англійському фразеологізму і які базуються на одному з ним образі.
2. Фразеологічні аналоги (32%) – потрібно використовувати український фразеологізм, аналогічний по змісту англійському, але, який базується на іншому образі.
3. Дослівний переклад (4,7%) – такий спосіб може бути застосований в тому випадку, якщо в результаті дослівного перекладу отримаємо вираз, образність якого легко сприймається українським читачем та не створює враження непридатності загальноприйнятим нормам української мови.
4. Описовий переклад (28%) – якщо англійський фразеологізм не має в рідній мові еквівалента або аналогу, а дослівний переклад міг би привести до малозрозумілого буквалізму, перекладачеві необхідно відмовитись від передачі образності та використовувати описовий переклад – з поясненням змісту фразеологічної одиниці за допомогою вільного сполучення слів.

5. Розтлумачення (25%) – це спосіб перекладу, що полягає у поясненні значення фразеологічної одиниці з урахуванням її смислових, емоційних і стилістичних особливостей для забезпечення адекватності перекладу.

Таким чином, проведений аналіз дає змогу стверджувати, що лінгвокультурологія є однією із найважливіших галузей мовознавства, яка займається дослідженням взаємозв'язку мови й культури, а фразеологізми при цьому є влучними виразниками національної думки та способу мислення. У фразеологізмах заковано особливі смисли, що передають дух народу, декоруючи їх, ми прокладаємо мости між двома мовами, роблячи комунікацію досконалою та зрозумілою.

Крім того, дослідження підтверджує, що харчовий лінгвокультурний код є важливим інструментом відтворення етнокультурної ідентичності. Його адекватна передача у перекладі сприяє взаєморозумінню між культурами та підвищує якість міжкультурної комунікації.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьев Л. Г. Семантична структура фразеологічних одиниць сучасної української мови та особливості її формування. *Мовознавство*. Харків. 2008. №3. С. 77-83.
2. Ажнюк Б. Н. Англійська фразеологія в культурно-етнічному висвітленні. Київ : Наукова думка, 2011. 134 с.
3. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Харків : Вища школа, 2012. 135 с.
4. Баран Я. А. Бінарний характер лексичного знакамовної системи основа модифікації стійких словосполучень // Питання та методики викладання іноземних мов. Збірник наукових праць аспірантів. Київ. 2009. 143 с.
5. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології: навчальний посібник. Ужгород : Ужгородський державний університет, 2015. 176 с.
6. Бонсевич О. В. Семантичні особливості фразеологічних одиниць з компонентом числа. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства : Зб. наук. пр. студентів і молодих вчен.* Хмельницький : ХНУ, 2023. С. 69–72.
7. Барбанюк О. Лінгвокультурнікодиангломовного дискурсу. *Філологічнідисципліни в закладівищоїосвіти: лінгводидактичніаспекти.* Кам'янець-Подільський: Кам'янець-ПодільськийнаціональнийуніверситетіменіІванаОгієнка. 2023. С. 36–52.
8. Бессонова О. Л. Вербалізація концепту ХАРАКТЕР образними найменуваннями особи в англійській мові. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2010. № 897. С. 11–18.
9. Біблія або Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту: Із мови давньоєврейської і грецької наукаїнську наново перекладена. Видавництво ОБФ «Східноєвропейська місія», 2008.319 с.
10. Білоноженко, В. М. Питаннятлумаченняфразеологічниходиниць. *Культура слова*. Вип.26.1984. С. 90–93.

11. Болдирева А. Є., Яровенко Л. С. Переклад фразеологічних одиниць. *Записки з романо-германської філології : зб. наук. пр.* Одеса : Астропринт, 2024. Вип. 2(53). С. 40–51.
12. Борисенко Н. Д. Проблема перекладу безеквівалентної лексики: етнографічні реалії. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки.* Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. Вип. 1. С. 15–18.
13. Галинська О. М. Фразеологізми як знаки культурної інформації. *Проблеми зіставної семантики: збір. наук. статей.* Київ : Вид. центр КНЛУ, 2011. Вип. 10(2). С. 72–77.
14. Гречина Л. Б. Проблеми перекладу фразеологічних одиниць (на матеріалі німецької, української, латинської мов). *Волинь – Житомирщина.* 2002. № 9. С. 85–89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vg_2002_9_17 (дата звернення: 21.08.2025).
15. Григоренко Н. Проблеми визначення мовних одиниць на позначення емоцій (на матеріалі української та англійської мов). *Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Сер. : Філологічні науки.* 2010. Вип. 89 (3). С. 123–127.
16. Григоренко Т. В. Етнографічна лексика і фразеологія у складі української літературної мови : монографія. Умань: ПП Жовтий, 2010. С. 25–29.
17. Гуменюк І. І. Філологічні дисципліни в закладі вищої освіти: лінгводидактичні аспекти / ред. І. І. Гуменюк. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2023. 236 с.
18. Жидкова Н. Античні і біблійні фразеологізми як засоби асоціативних зв'язків на уроках громадянської та історичної галузі освіти. *Молодь і ринок, (10/218),* 2023. С. 97–111.
19. Загнітко А. П. Лінгвокультурологія : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 3-є вид., перероб. і доп. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 287 с.

20. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою). Львів: Вид-во Львів. ун-ту, 1989. 216 с.
21. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів: Вища школа. 1983. 175 с.
22. Зоріна А. Е., Гладка, О. В. Формування міжкультурної компетентності учнів старшої школи у процесі навчання іноземної мови. Кривий Ріг, 2018. С.195-201.
23. Зубрик А. Р. Особливості та труднощі перекладу англійських фразеологізмів. *Наукові записки [Національного університету Острозька академія]. Серія: Філологічна* 36, 2013. С. 317–318.
24. Іваницька Н. Б. Термінологічні номінації міжмовного зіставлення дієслівних систем. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2015. Вип.53. С. 109–112.
25. Карабан, В.І, Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську мову. Навчальний посібник-довідник для студентів вищих закладів освіти. Вінниця: Нова книга, 2003. 608 с.
26. Карпенко Н. А. Проблема відтворення прагматики фразеологічних одиниць у перекладі. *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. Харк. нац. пед. ун-ту імені Г. С. Сковороди*. Харків, 2021. Вип. 55. С. 142–149.
27. Кияк Т.Р., Науменко А.М., Огуй О.Д. Теорія та практика перекладу. Вінниця: Нова Книга, 2006. 592 с.
28. Корнєва З., Шуміцька Є. Ономастичний компонент у складі англійських фразеологічних одиниць та його відтворення в українському перекладі. *Молодий вчений*. 2018. № 11 (63). С. 321–325.
29. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник 5-те вид., виправ. і допов. Вінниця: Нова Книга, 2017. 448 с.
30. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. Вінниця: Нова Книга, 2001. 448 с.

- 31.Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. Вінниця: Нова Книга, 2003. 448 с.
- 32.Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : Посібник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. 368 с.
- 33.Краснобаєва-Чорна, Ж., Успенко О. Семантико-граматична класифікація фразеологізмів у словнику фразеологічних термінів сучасної української мови. *Лінгвістичні студії*. 2010. Вип. 21. С. 124–133.
- 34.Кришко А. Ю., Бріт Н. М. Вплив ідей Вільгельма фон Гумбольдта (1767–1835) на мовну освіту в Україні XIX – початку XX століття : монографія. Умань : ФПО Жовтий О. О., 2015. 179 с.
- 35.Культурно-детерміновані фактори у практиці перекладу: монографія / ред. А. К. Солодка. Миколаїв, 2017. 209 с.
- 36.Лабінська Б. І. Німецькі фразеологізми з компонентом на позначення фізичного стану людини: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.24; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2004. 20 с.
- 37.Лавриненко С. Т. Проблемні питання методології лінгвокультурологічних студій. *Opera Slavica*, 24(4). 2014. С. 33–43.
- 38.Майстренко М. І. Міфологема Еросу в античних та середньовічно-ренесансних вимірах: монографія. Миколаїв : МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2018. 216 с.
- 39.Матузкова О. П. Англійська ідентичність як лінгвокультурний феномен: когнітивно-дискурсивний аспект. *Когніція, комунікація, дискурс. Напрямок: Філологія*. 2015. № 11. С. 68–86.
- 40.Матузкова О. П. Ідентичність у лінгвокультурології XXI століття: на підступах до вивчення. *Записки з романо-германської філології*. 2012. Вип. 2 (29). С. 102–110.
- 41.Матузкова О. П. Культура як ключове поняття лінгвокультурології XXI століття. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. Т. 1, №6. С. 65–68.

42. Матузкова О. П. Лінгвокультура та переклад : монографія. Одеса : Вид. Букаєв Вадим Вікторович, 2022. 226 с.
43. Матузкова О. П. Лінгвокультура як синергія мови, культури та свідомості. *Записки з українського мовознавства*. 2020. Вип. 27. С. 160–172.
44. Матузкова О. П., Діброва І. В. Харчовий код культури у фразеології англійської, української та грецької мов. *Записки з романо-германської філології*. 2019. Вип. 2. С. 189–208.
45. Матузкова О. П., Коваленко О. В. Взаємодія мови і культури з погляду сучасної лінгвокультурології. *Записки з романо-германської філології*. 2023. Вип. 1. С. 169–181.
46. Медведєв Ф. Українська фразеологія: Чому ми так говоримо. Харків: Вища школа, 1977. 232 с.
47. Медвідь О. М. Системно-функціональні особливості квантитативних одиниць (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. канд. філол. наук. Харків : Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. 2001. 180 с.
48. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 25–26 листопада 2022 р., м. Одеса. Ч. 3. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2022. 364 с.
49. Мізін К. І., Петров О. О. Зіставна лінгвокультурологія: методологічні проблеми та перспективні методики : монографія. Переяслав-Хмельницький; Вінниця; Кременчук: Вид-во ПП Щербатих О. В., 2018. 280 с.
50. Мовчан Б. В. Збереження стилістичної функції фразеологізмів у англійсько-українському перекладі (на матеріалі творів художньої прози). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 46(3). С. 17-24.
51. Мойсієнко А. К. Актуалізація фразеологічних одиниць у художньому тексті. *Українська лексикографія в загальнослов'янському контексті : теорія, практика, типологія*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. С. 115 - 121.

- 52.Нагорна М. Основні шляхи перекладу фразеологізмів українською мовою. *Наука. Освіта. Молодь*. 2016. № 2. С. 47–48.
- 53.Нагорна О. О. Етнокультурні особливості семантики англійських фразеологізмів (на матеріалі британського варіанту англійської мови) : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2008. 23 с.
- 54.Нагорна, О. О. Комунікативно-прагматичний принцип перекладу фразеологізмів з британським етнокультурним семантичним компонентом. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2010. Вип. 51. С. 62–64.
- 55.Новікова Т. Переклад фразеологізмів крізь призму теоретичних досліджень. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Вип. 52, 2015. С. 203–207.
- 56.Онікієнко І. Езопівські традиції в українській літературі першої половини ХІХ століття. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2025. Вип. 1 (104). С. 39–50.
- 57.Прадід Ю. Ф. Значення фразеологізму та його тлумачення в словнику (на матеріалі іменникових фразеологізмів) / Ю. Ф. Прадід. Суми : Еліньйо, 2006. 156 с.
- 58.Прядко І. А. Шляхи творення семантики фразеологічних одиниць з нумеративним компонентом в українській мові. *Учені зап. Таврій. нац. ун-ту ім. В. І. Вернадського. Серія : Філологія*. 2007. Т. 20 (59), № 6. С. 106–111.
- 59.Пушик Н. В. Особливості застосування гастрономічних фразеологізмів в англійській мові. *Перекладознавство та філологічний дискурс: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (м. Івано-Франківськ, 16 березня 2023 р.)*. Івано-Франківськ : Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила», 2023. С. 111–115.
- 60.Ребрій О. В. Вступ до перекладознавства : конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» факультету іноземних мов. Х. :ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. 116 с.

61. Руснак В. І. Зоосемічні фразеологічні одиниці як носії національно маркованої вторинної номінації. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія». Вип. 19. 2011. С. 330–337.
62. Савченко Л. В. Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови: етимологічний та етнолінгвістичний аспекти: монографія. 2013. 600 с.
63. Саракун Л. Сфера культури: інституційна структура, функції та межі реформування. *Науковий вісник Чернівецького університету. Збірник наук. Праць*. 2011. Т. 541-542. С. 59–63.
64. Селіванова О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти): монографія. Черкаси: Брама, 2004. 276 с.
65. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Монографічне видання. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2012. 488 с.
66. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
67. Сергєєва О. В. Використання антонімічного перекладу при передачі фразеологічних одиниць з англійської мови на українську. *Зб. наук. пр. «Актуальні проблеми філології та перекладознавства»*. Хмельницький : ХНУ, 2020. №19. С. 47–50.
68. Сергєєва О. В. Особливості перекладу англійських ідіом морської тематики українською мовою. *Матеріали міжн. наук.-пр. конф. Запоріжжя : Класичний прив. унів-т*, 2020. С. 132–134.
69. Сергєєва О. В. Фразеологічні одиниці в англомовних ЗМІ та їх переклад на українську мову. *Збірник наукових праць з матеріалами міжнародної науково-практичної конференції «Scientific practice: modern and classical research methods»*. США : Бостон, 2021. Т. 2. С. 70–72.
70. Сергєєва О. В., Бонсевич О. В. Домінуючі способи перекладу фразеологічних одиниць з компонентом числа. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород. 2023. Т. 2, № 29. С. 227–230.

- 71.Сергеєва, О. Фразеологізми з нумеральним компонентом: функціонування і переклад.*Актуальні проблеми філології та перекладознавства : зб. наук. пр.* 2024. Вип. 31. С. 15–19.
- 72.Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови : монографія. Київ : Наукова думка, 1973. 232 с.
- 73.Ткачик О. В., Ляпіна О. В. Прагматико-стилістичні особливості перекладу англomовних фразеологізмів-колоноронімів українською мовою в художніх творах.*Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер. : Філологічні науки.* 2014. Вип. 3. С. 186–193.
- 74.Трошкін А. А. Архітектурне середовище міста та задоволення першочергових фізіологічних потреб людини в їжі. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування.* 2012. Вип. 31. С. 228–229.
- 75.Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови : навч. посіб. Львів : Альма-матер, 2007. 235 с.
- 76.Фрасинюк Н. І. Мова та культура у їхній взаємодії. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки.* 2009. Вип.20. С. 688–690.
- 77.Хома Н. Ономастичний простір в українських фразеологізмах (прислів'ях, приказках). *Вісник Прикарпатського національного університету. Філологія / М-во освіти і науки, молоді та спорту України / редкол.: В. Г. Матвіїшин та ін. Івано-Франківськ.* 2011. Вип. 29/31. С. 411–413.
- 78.Чабан А. Ю. Щедрий стіл Середньої Наддніпрянщини: монографія. Черкаси: «Вертикаль», 2017. 320 с.
- 79.Чекалюк, В. Короткий етимологічний словник фразеологічних виразів української мови. Сідней:[б. в.], 1988. 97 с.
- 80.Черник М. В., Куліш В. С., Овсянко О. Л., Зінченко А. В. Методологія лінгвістичних досліджень : конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2018. 78 с.

- 81.Шанский Н. Фразеологія сучасних мов / Н. Шанский. Київ : Знання, 2010. 256 с.
- 82.Швачко С. О. Квантитативні одиниці англійської мови: перекладацькі аспекти: посібник. Вінниця : Нова книга, 2008. 141 с.
- 83.Швачко С. О. Семантичне навантаження денумеральних одиниць // *Зб. наук. праць : Мовні концептуальні картини світу*. Київ. 2002. №7. С. 522–527.
- 84.Шишко А. В., Луканська Г. А. Граматичні трансформації в художньому перекладі. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. Т. 4. № 43. С. 125–128.
- 85.Boyko Yuliya, Sierhieieva Oksana, Kupchyshyna Yulia, Matsiuk Olena, & Dmytroshkin Denys Cultural Relativism and Ethnocentrism as Two Alternative Principles of Cross-cultural Communication *World Journal of English Language*. Vol. 12; No. 8; 2022. P. 121–126.
- 86.Boyko Yuliya, Sierhieieva Oksana, Matsiuk Olena, Dmytroshkin Denys, Levytska Nataliia Cross-Cultural Research in Cognitive Psycholinguistics: Analysis of Linguistic Diversity and Cognitive Processes. *Forum for Linguistic Studies*. Vol 06. Issue 06. Dec. 2024. P. 28–42.
- 87.Guineg M. Exploration of cultural similarities and differences in custom-loaded idioms between English and Chinese. *International Review of Social Sciences and Humanities*. 2012. Vol. 4, No. 1. P. 108–112.
- 88.Keyton W. Qoheleth and soggy bread: the enigmatic exhortation of Ecclesiastes 11. 2020. 17 p. URL: <https://cdn.rts.edu/wp-content/uploads/2020/08/Keyton-Poets-Paper.pdf> (дата звернення: 21.08.2025).
- 89.Koloiz Z. Food (Glutonic) Linguocode in the Typology of Cultural Codes. *International Conference on New Trends in Languages, Literature and Social Communications (ICNTLLSC 2021)*. Atlantis Press, 2021. P. 53–61.
- 90.Lange E. L. The Proof is in the Pudding: on the Necessity of Presupposition in Marx's Critical Method. *Consecutio rerum*. 2018. Vol. 3, No. 5. P. 133–152.
- 91.Mason L. Food culture in Great Britain. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 2004. 264 p.

92. Matsumoto D. *Culture and Psychology. People around the World*. Wadsworth, Thomson Learning, 2000. 570 p.
93. Newmark P. *A Textbook of Translation*. London: Prentice Hall, 1988. 228 p.
94. O'Driscoll, J. *Britain for learners of English*. New York, Oxford University Press. 2009. 224 p.
95. Peden, M. S. *Translating the Boom: The Apple Theory of Translation*. *Latin American Literary Review*, 1987. Pp. 159–172.
96. Pinnavaia L. *Food and drink idioms in English: «A little bit more sugar and lots of spice»*. Cambridge Scholars Publishing, 2019. 201 p.
97. Poluzhyn I. *The origin and meaning of english animalistic idioms*. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. 2020. Вип. 1 (43). С. 237–244.
98. Smith G. *The English Companion: An idiosyncratic A to Z of England and Englishness*. Old House Books, 2006. 283 p.

ПЕРЕЛІК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

99. *Encyclopedia of Food and Culture. Volume 1: Acceptance to Food Politics*. Edited by Solomon H. Katz. Thomson: Charles Scribner's Sons, 2003. 718 p.

ПЕРЕЛІК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

100. Баранцев К. Т. *Англо-український фразеологічний словник*. 2-ге вид., випр. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2005. 1056 с.
101. Гороть Є. І., Гончарук С. В., Малімон Л. К., Рогач О. О. *Новий українсько-англійський словник*. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 700 с.
102. Гороть Є. І., Коцюк Л. М., Малімон Л. К., Павлюк А. Б. *Великий англо-український словник*. Вінниця : Нова книга; Х. : Ранок, 2011. 1700 с.
103. Івченко А. О. *Тлумачний словник української мови*. 4-те вид. Харків: Фоліо, 2002. 539 с.

- 104.Шерік А. Д., Савічук В. Я., Старко В. Ф. Довідник англійських, німецьких та українських ідіом і виразів. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. Видання 2-ге, доповнене і перероблене. 174 с.

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А

Фразеологічні одиниці, перекладені фразеологічним аналогом

№	Англійський фразеологізм	Український аналог
1.	abovethesalt	бути при господарі
2.	totakesomethingwith a grainofsalt	сприймати з великою обережністю
3.	acknowledgethecorn	визнати провину
4.	allbeerandskittles	життя – не мед
5.	anotherkettleoffish	зовсім інша справа
6.	answer's a lemon	як з козла молока
7.	applesauce	порожні балачки
8.	likechalkandcheese	схожі, як сова на яструба
9.	asalikeaspeasin a pod	як дві краплі води
10.	aslikeasanappletoanoyster	як небо і земля
11.	atone'ssweetpleasure	на власний розсуд
12.	backwater	взяти назад свої слова
13.	beathigh-watermark	бути в розквіті
14.	beatlow-watermark	сісти на мілину
15.	befedup (with)	пересититися
16.	begone'sbread	жебракувати
17.	bein a jam	потрапити в халепу
18.	beinsmoothwater	здолати труднощі
19.	asthetree, sothefruit	яблуко від яблуні недалеко падає
20.	allbreadisnotbakedinoneoven	не можна стригти всіх під один гребінець
21.	bemeatanddrinktoone	бути необхідним, як повітря
22.	bemustardatsomething	бути вправним
23.	benot a chicken	бути немолодим

24.	beoffone'snut	надудлитися
25.	beoffone'sonion	бути не в собі
26.	besweetonone	душі не чаяти
27.	bet a cookie	битися об заклад
28.	beinhotwater	бути в біді
29.	beindeepwater	бути в горі
30.	bealltothemustard	бути важливою персоною
31.	believethatthemoonismadeofgreencheese	вірити повній нісенітниці
32.	beabletotellcheesefromchalk	мати здоровий глузд
33.	fryoureggs!	займайтеся своїми справами
34.	(as) fullasaneggisfullofmeat	повний по вінця
35.	eggsareallinonebasket	поставити все на карту
36.	butter-and-eggman	марнотрат
37.	bringone'seggsto a badmarket	зазнати невдачі
38.	breaktheegginone'spocket	спровокувати проблему
39.	fishfor a compliment	набиватися на комплімент
40.	fishforaninvitation	напрошуватися на запрошення
41.	fishystory	небилиця
42.	Aprilfish	першоквітневий дурень
43.	butterfingers	роззява
44.	butterone'sbread	мати шматок хліба
45.	halfofone'snut	не сповна розуму
46.	foodanddrink	і хлібом не годуй
47.	like a catthathashadcream	як кішка, що з'їла сало
48.	toeatlike a horse	їсти за двох
49.	toeatlike a horse	їсти за двох
50.	toeatlike a bird	їсти як горобчик

51.	togonuts	з'їхати з глузду
52.	tohave a fingerineverypie	сунути свого носа
53.	toeatone'swords	взяти свої слова назад
54.	theicingonthecake	вишенька на торті
55.	tosaveone'sbacon	врятувати свою шкіру
56.	togopear-shaped	піти шкереберть
57.	cookthebooks	підтасовувати факти
58.	foodforthought	пожива для роздумів
59.	pieinthesky	журавель у небі
60.	toeat somebody's bread	жити чужим коштом
61.	chickenscometohometoroost	що посієш, те й пожнеш
62.	addspicetosomething	додати перчинки
63.	neitherfishnorfowl	ні риба ні м'ясо
64.	asnuttayas a fruitcake	немає клепки у голові
65.	buginthebutter	ложка дьогтю в бочці меду
66.	redas a beet	червоний як рак
67.	bananaskin	підводне каміння
68.	easymeat	легка здобич
69.	aseasyaspie	раз плюнути
70.	jam-packed	яблуку ніде впасти
71.	plumjob	тепле місце
72.	crackeggswith a sledgehammer	рубати з плеча
73.	notforalltheteainChina	не за всі гроші світу
74.	thereisnosuchthingas a freelunch	безкоштовний сир буває тільки в мишоловці
75.	outtolunch	сам не при собі
76.	butterwouldn'tmeltinsb'smouth	прикидатися овечкою
77.	buy a lemon	купити kota в мішку

78.	topbanana	велика риба
79.	(from) souptonuts	від букви до букви
80.	eathighonthehog	жити на широку ногу
81.	notknowbeansabout	ні бельмеса не розуміти
82.	cupwasfull	чаша терпіння переповнилася
83.	scornfuldogseatdirtypuddings	прийде коза до воза
84.	milk a he-goatinto a sieve	носити воду решетом
85.	liveoffthefatoftheland	жити як сир у маслі
86.	sopintheapan	ласий шматок
87.	dumbasanoyster	німий як риба
88.	carrotandstick	батіг і пряник
89.	fingerlickinggood	пальчики оближеш
90.	thecakeisnotworththecandle	шкурка вичинки не варта
91.	givesomeonecurry	дати прочухана
92.	givesomeonebeans	дати на горіхи
93.	take a sledgehammertocrack a nut	стріляти з гармати по горобцях
94.	asmuchuseas a chocolateteapot	як мертвому кадило
95.	picktheplumsoutof	збирати вершки
96.	handinthecookiejar	спіймати на гарячому

ДОДАТОК Б

Фразеологічні одиниці, перекладені описовим перекладом

№	Англійський фразеологізм	Описовий переклад
1.	actlikeoilonsomething	заспокоювати
2.	Adam'swine	звичайна вода
3.	angelcake	торт з кремом з кокосових горіхів
4.	beeatenupwithsomething	відчувати інтенсивні емоції або переживання
5.	bring (one, something) intotroubledwaters	поставити в ніякове становище (когось, щось)
6.	eggdance	важка справа, що потребує багато зусиль
7.	fishyeye	тьмянний, позбавлений життя погляд
8.	makefishofoneandfleshofanother	ставитися упереджено
9.	landone'sfish	досягти бажаного результату
10.	cryroastmeat	розказати всім про своє везіння
11.	putbutteronbacon	додавати щось зайве
12.	quarrelwithone'sbreadandbutter	діяти всупереч своїм інтересам
13.	bitternuttocrack	неприємна ситуація, з якою важко змиритися
14.	deafnut	людина, яка не слухає порад
15.	have a toughnuttocrack	мати справу з чимось складним

16.	chewthecud	довго й зосереджено обмірковувати щось
17.	to bite off more than one can chew	взятися за непосильну справу
18.	to compare apples and oranges	порівнювати абсолютно різні речі
19.	to know which side one's bread is buttered on	знати свою вигоду
20.	the proof is in the pudding	все перевіряється на практиці
21.	smart cookie	дуже розумна людина
22.	tough cookie	сильна та витривала людина
23.	have egg on one's face	опинитися в незручній ситуації через свою помилку
24.	as cool as a cucumber	цілком спокійний
25.	to butter someone up	лестити комусь, щоб отримати вигоду
26.	have a sweet tooth	любити солодке
27.	sour grapes	удаване нехтування чогось недоступного
28.	egg someone on	підбурювати когось до небажаної дії
29.	go pear-shaped	піти не за планом
30.	drop like a hot potato	швидко позбутися когось або чогось
31.	eat someone's lunch	перевершити когось у конкуренції
32.	a piece of cake	дуже легке завдання
33.	have your cake and eat it too	прагнути поєднати не поєднуване

34.	eat humble pie	визнати свою неправоту
35.	couch potato	людина, яка нічого не робить і постійно сидить вдома
36.	big cheese	впливова особа
37.	be as keen as mustard	бути дуже енергійним
38.	know one's onions	добре знати свою справу
39.	cream of the crop	найуспішніші з-поміж усіх
40.	to skim the cream	забирати найкраще
41.	hard cheese	от невдача!
42.	to beef about	висловлювати невдоволення
43.	pork out	об'їдатися
44.	rotten apple	людина, яка негативно впливає на колектив
45.	smell fishy	викликати підозру
46.	to break bread with somebody	розділяти з кимось їжу
47.	bread-and-butter letter	лист подяки за гостинність
48.	bring one to one's milk	примусити когось скоритися / погодитися
49.	brown as a berry	дуже загорілий
50.	cake and ale	веселе життя
51.	chalk for cheese	дуже низька ціна за гарну річ
52.	chaw bacon	незграбний хлопець
53.	chicken feed	мізерна плата
54.	walk on eggshells	поводитися обережно

55.	playgooseberry	бути третім зайвим
56.	turntojelly	стати розгубленим
57.	crumbsofcomfort	невелика частинка радості серед труднощів
58.	meatandpotatoes	основна суть справи
59.	oilandvinegar	речі або люди, що не поєднуються
60.	ashappyas a clam	бути надзвичайно задоволеним
61.	asdeadas a mutton	абсолютно нефункціональний
62.	aswarmastoast	дуже тепло, затишно
63.	cutthemelon	ділити здобич
64.	lifeisjust a bowl of cherries	безтурботне й приємне життя
65.	stickto someone's ribs	наїстися досхочу
66.	goodegg	добра людина
67.	a rosinpickle	готові до покарання
68.	carrottop	руде волосся
69.	assureaseggsareeggs	безсумнівно
70.	upsettheapplecart	зіпсувати всі плани
71.	sowone's wildoats	пережити буремну юність
72.	tolayanegg	зазнати невдачі
73.	over-eggthepudding	перестаратися
74.	hotpotato	гостра тема
75.	goose'segg	нульовий рахунок (у грі)
76.	killthegoosethatlaysthegoldeneggs	зруйнувати джерело прибутку
77.	earnbrowniepoints	заробляти прихильність

78.	to be eaten up with	пожирати себе від (ревнощів, заздрості)
79.	baking weather	дуже спекотна погода
80.	boiled eye	невиразний погляд
81.	eat the pie of humiliation	відчути на собі приниження
82.	fish before the net	гнатися за тим, чого ще нема
83.	have something on your plate	навалилося купу справ
84.	no spring chicken	роки дають про себе знати

ДОДАТОК В

Фразеологічні одиниці, перекладені розтлумаченням фразеологізму

№	Англійський фразеологізм	Розтлумачення
1.	allsugarandhoney	я надто ласкаво
2.	appleofanothertree	не з нашого кола
3.	apple-pieorder	все впорядковано, на своїх місцях
4.	arguelikeanapple-wife	голосно сваритися, кричати
5.	badegg	погана, ненадійна людина
6.	bananaoil	пусті балачки, брехня
7.	belowthesalt	відійти на другий план
8.	jamtomorrow	обіцянки без виконання
9.	milkofhumankindness	добре серце, людяність
10.	in a stew	сильно занепокоєний, розгублений
11.	saltawaymoney	відкладати гроші на чорний день, про запас
12.	soupsomethingup	доводити до ладу, покращувати
13.	notworth a hillofbeans	нічого не вартий, марний
14.	chewthescenery	перебільшувати емоції, драматизувати
15.	beliketakingcandyfrom a baby	простіше простого, дуже легко
16.	gravytrain	джерело великого доходу
17.	toomanycooksspoilthebroth	коли багато людей керують одночасно, результат погіршується
18.	badapple	одна погана особа псує всіх

19.	tosugarcoat (something)	прикрашати правду, замилювати очі
20.	takesomethingwith a pinchofsalt	сприймати обережно, з недовірою
21.	takethebiscuit	переходити межу, вразити негативно
22.	have a bunintheoven	бути вагітною
23.	cookone'sowngoose	нашкодити самому собі
24.	crystinkingfish	робити трагедію з дрібниці
25.	cutthemustard	впоратися, бути на висоті
26.	donkey'scarrot	водити за ніс, обманювати
27.	in a nutshell	у двох словах, коротко
28.	wakeupandsmellthecoffee	зрозуміти реальність, усвідомити справжній стан справ
29.	flatas a pancake	абсолютно плоский, рівний
30.	makemincemeatofsomeone	розгромити, повністю перемогти
31.	asbusyaspopcornon a skillet	дуже активний
32.	forpeanuts	дуже дешево, за копійки
33.	eatcrow	визнати свою помилку, шкодувати про щось
34.	have a lotonone'splate	мати багато справ, бути перевантаженим
35.	thefatisinthefire	створити проблему
36.	be a cuptoolow	не на своєму місці, некомфортно
37.	inyoursaladdays	у молодості, юності

38.	not give a fig	байдуже ставитися, не цікавитися
39.	as much use as a chocolate fireguard	марно витратити час або ресурси
40.	you can't make omelets without breaking eggs	для досягнення результату потрібні жертви
41.	the land of milk and honey	багата, благодатна земля
42.	to be toast	бути приреченим, зазнати повного провалу
43.	to feel one's oats	бути впевненим, на коні
44.	to be paid peanuts	отримувати дуже мало, мізерну зарплату
45.	as cheap as chips	дуже дешевий
46.	to take eggs for money	обвести навколо пальця, обдурити
47.	cold fish	людина з холодним характером, байдужа
48.	odd fish	дивна людина
49.	to be worth one's salt	знати собі ціну, бути компетентним
50.	to bite into something	робити щось із великим ентузіазмом
51.	to swallow an insult	терпіти образу
52.	to feed one's vanity	тішити самолюбство
53.	to drink till all is blue	надмірно вживати алкоголь
54.	to drink one's fill	напитися досхочу
55.	as I live by bread	слово честі, клятва
56.	milk for babes	проста, очевидна істина
57.	to feel like a boiled drag	відчувати себе виснаженим

58.	eatasyouhavebaked	пожинати наслідки своїх дій
59.	eatatone'snerves	діяти на нерви, дратувати
60.	eatdust	зазнати поразки
61.	eatintoone'svitals	завдавати сильного болю
62.	eatlotus	сидіти без діла, байдикувати
63.	eatone'sownflesh	байдики бити, нічого не робити
64.	toeatone'sheadoff	розсердитися, втратити самовладання
65.	eatone'sheartout	сумувати, журитися
66.	eatoutofone'shand	виконувати чийсь накази
67.	eat (someone) outofhouseandhome	надмірно споживати, користуватися чужими ресурсами
68.	eatthebreadofaffliction	зазнати труднощів
69.	eatthecalfincow'sbelly	ділити шкуру невбитого ведмедя
70.	eattheginger	брати найкраще
71.	eatthebreadofluxury	жити на широку ногу, в розкоші
72.	eatone'stoads	підкорятися
73.	findthebeaninthecake	знайти удачу
74.	fishorcutbait	діяти рішуче, або успіх, або провал
75.	fullofvinegar	енергійний, гарячий на руку

Анотація

Савіцька К. О. Стратегії відтворення лінгвокультурного харчового коду в мові перекладу.

У роботі розглянуто особливості відтворення харчового лінгвокультурного коду в англійській та українській мовах. Визначено роль лінгвокультурології як наукового дискурсу, охарактеризовано поняття «харчовий лінгвокультурний код» та його місце у системі взаємозв'язку «мова – культура». Проаналізовано 300 англомовних та україномовних фразеологізмів із харчовими компонентами, встановлено їхні семантичні особливості та культурні конотації. Описано стратегії перекладу, що спрямовані на збереження культурної специфіки та образності. Запропоновано найпродуктивніші способи відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом у перекладі українською мовою.

Ключові слова: харчовий код, лінгвокультурологія, фразеологізм, переклад, англійська мова, українська мова.

Харчовий код є важливим елементом культурної ідентичності, оскільки їжа не тільки задовольняє базові потреби, а й формує національні традиції, стереотипи й символи, що відображаються у мові. Фразеологізми, які містять харчові компоненти, є носіями культурної пам'яті та важливим матеріалом для вивчення взаємодії мови та культури.

Об'єктом дослідження є фразеологізми із харчовим компонентом як виразники лінгвокультурного коду англійської та української мов.

Предметом дослідження є особливості відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом при перекладі.

Мета дослідження полягає в аналізі семантичних особливостей фразеологізмів, з'ясування ролі етнокультурного компонента у семантичній організації англомовних та україномовних маркованих харчовим компонентом фразеологізмів та віднайдені адекватних шляхів їх відтворення у мові перекладу.

Матеріалом дослідження слугують 300 фразеологічних одиниць з харчовим компонентом, дібрані з англо-українських та українсько-англійських словників: Баранцев К. Т. «Англо-український фразеологічний словник»; Гороть Є. І., Гончарук С. В., Малімон Л. К., Рогач О. О. «Новий українсько-англійський словник»; Гороть Є. І., Коцюк Л. М., Малімон Л. К., Павлюк А. Б. «Великий англо-український словник».

Методи дослідження включають *описовий метод*, який використовувався для опису властивостей фразеологізмів, їх структури та семантики; *структурно-семантичний метод* для аналізу структури фразеологічних одиниць та їх зв'язку з семантикою; *функційний метод* полягає у встановленні ролі фразеологізмів як лінгвокультурних чинників; *зіставний метод* дозволив встановити відповідність між фразеологізмами в українській мові та англійській; *методи аналізу та синтезу* використовувалися, як для опису окремих рис ФХК, так і створення цілісної картини дослідження явища; *метод аналізу словникових дефініцій* використовувався для вивчення, тлумачення, ФХК у словниках; *метод статистичної обробки даних* використовувався для кількісного аналізу отриманих даних.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному лінгвокультурологічному аналізі харчового коду на матеріалі двох мов та уточненні поняття «харчовий лінгвокультурний код» у контексті перекладознавства.

Теоретична значущість дослідження полягає у розвитку положень лінгвокультурології щодо функціонування харчових кодів і перекладацьких стратегій відтворення фразеологізмів із харчовим компонентом.

Практичне значення дослідження полягає в можливості їх використання у викладанні курсів перекладознавства, лінгвокультурології, порівняльної лексикології, а також у спецкурсах із прагматики перекладу.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів та висновків до кожного з них, загальних висновків, додатків та списку використаних джерел.

Мета роботи досягнута, були проаналізовані семантичні та перекладацькі особливості фразеологізмів із харчовим компонентом англійської та української мов, визначено способи перекладацьких трансформацій і стратегії збереження культурних конотацій.

Як показало дослідження, в англійській мові найчастіше зустрічаються фразеологічні одиниці з компонентом *egg*, значну частку займають також *fish, salt, meat, butter, cheese, apple, nut, corn, food, mustard, cream*. В українській мові переважають фраземи з компонентами – *сіль, хліб, мед, сало*, що відображає культурну специфіку харчового коду.

Можна виділити основні способи перекладу фразеологічних одиниць:

- за допомогою фразеологічного еквівалента;
- за допомогою фразеологічного аналога;
- за допомогою дослівного перекладу;
- за допомогою описового перекладу;
- за допомогою розтлумачення фразеологізму.

Збереження харчового компонента у перекладі допомагає зберігати культурні конотації та образність, а його вилучення або заміна призводить до семантичних трансформацій та втрати національно-культурних асоціацій. Отримані результати поглиблюють розуміння взаємодії мови й культури та можуть бути використані як основа для подальших досліджень у галузі міжкультурної комунікації та перекладознавства.

Summary

Savitska K. O. Strategies for reproducing the linguistic and cultural food codes in the translation language.

The features of reproducing the food-related linguocultural code in English and Ukrainian have been examined. The role of linguoculturology as a scientific discourse has been outlined, the concept of the «food linguocultural code» and its place within the

«language-culture» system have been characterized. Three hundred English and Ukrainian language phraseological units containing food components have been analyzed, and their semantic features and cultural connotations have been identified. Translation strategies aimed at preserving cultural specificity and imagery have been described. The most productive methods for rendering food-related phraseological units into Ukrainian have been proposed.

Keywords: food code, linguoculturology, phraseology, translation, English language, Ukrainian language.

The food code is an important component of cultural identity, as food not only satisfies basic human needs, but also shapes national traditions, stereotypes and symbols that are reflected in language. Phraseological units containing food components are carriers of cultural memory and important material for exploring the interaction between language and culture.

The object of the research is idioms with a food component as markers of the linguocultural code in the English and Ukrainian languages.

The subject of the research is the peculiarities of rendering idioms with a food component in translation.

The purpose of the research is to analyse the semantic features of phraseological units, to determine the role of the ethnocultural component in the semantic organisation of English and Ukrainian phraseological units marked by a food component, and to identify adequate ways rendering them in the target language.

The research is based on 300 phraseological units with a food component, selected from English–Ukrainian and Ukrainian–English dictionaries: Barantsev K. T. «English-Ukrainian Phraseological Dictionary»; Horot Ye. I., Honcharuk S. V., Malimon L. K., Rohach O. O. «New Ukrainian-English Dictionary»; Horot Ye. I., Kotsiuk L. M., Malimon L. K., Pavliuk A. B. «Comprehensive English-Ukrainian Dictionary».

Methodology.

The *descriptive method* has been used to characterise the properties, structure, and semantics of idioms; the *structural-semantic method* has been applied to analyse the

structure of idiomatic units and its correlation with meaning; the *functional method* has been aimed at establishing the role of idioms as linguocultural markers; the *comparative method*, which has made it possible to identify correspondences between idioms in Ukrainian and English; the *methods of analysis and synthesis* have been used both to describe individual features of idioms with a food component and to develop an integrated picture of the phenomenon under study; the *method of analysing dictionary definitions* has been used to study and interpret idioms with a food component in dictionaries; and the *method of statistical data processing* has been applied for the quantitative analysis of the collected material.

The scientific novelty of the research lies in a comprehensive linguistic and cultural analysis of the food code based on material from two languages and in clarifying the concept of «food linguistic and cultural code» in the context of translation studies.

The theoretical significance of the research consists in developing the principles of linguocultural provisions regarding the functioning of food codes and translation strategies for reproducing idioms with a food component.

The practical value of the research lies in the possibility of applying its results in teaching courses in Translation Studies, Linguoculturology, Comparative Lexicology, as well as in specialised courses on translation pragmatics.

Structure of the research. The qualification work consists of an Introduction, two Chapters with conclusions to each of them, General Conclusions, Appendices, and a List of References.

The goal of the work has been achieved: the semantic and translation features of food phraseological units in English and Ukrainian have been analysed, and methods of translation transformation and strategies for preserving cultural connotations have been identified.

The study shows that in English, phraseological units with the component *egg* are most frequent, followed by *fish, salt, meat, butter, cheese, apple, nut, corn, food, mustard*, and cream also accounting for a significant share. In Ukrainian, phraseological units with the components *salt, bread, honey, lard*, reflecting the cultural specificity of the food code.

The following translation methods have been identified:

- using a phraseological equivalent;
- using a phraseological analogue;
- using a literal translation;
- using a descriptive translation;
- using an explanation of the phraseological unit.

Preserving the food component in translation helps maintain cultural connotations and imagery, while its removal or replacement leads to semantic transformations and the loss of national and cultural associations. The results deepen the understanding of language – culture and may serve as a basis for further research in intercultural communication and translation studies.