

МОВНО-КОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ МОТИВАЦІЇ ФРАЗЕМ ІЗ ГУСТАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.

Випуск 1 (43)

УДК 316.454.52 : 81'373.7

DOI:10.24144/2663-6840/2020.1(43).251–256

Семашко Т. Мовно-когнітивні механізми мотивації фразем із густативним компонентом; кількість бібліографічних джерел – 13; мова українська.

Анотація. Стаття присвячена аналізу чинників мотивації фразеологічних одиниць із густативним компонентом. Запропонована тема є актуальною з огляду на те, що вивчення мотиваційного потенціалу фразеологізмів із залученням когнітивного аналізу перцептивних лінгвокультурних знань допоможе розкрити національну специфіку внутрішньої організації останніх та з'ясувати, як відбувається опрацювання інформації про світ у свідомості носіїв української лінгвокультури, оскільки дозволяє не лише проникнути в глибини етносвідомості, а й дослідити їх через мовні факти.

Відстоюємо думку, що значення фразеологізму є вмотивованим семантикою його компонентного складу, де акцент робиться на стрижневий складник ідіоми, що мотивує й експлікує загальну семантику сталого сполучення. Базовим компонентом, що відіграє основну роль у вираженні семантики сталого сполучення досліджуваної тематичної групи, є доміанти смакових відчуттів – ад'єктиви *солодкий* / *гіркий*.

Сполучаючись із об'єктами референції, останні виявляють стандартні зв'язки з різними класами іменників, апелюючи до ментальної, кількісної, просторової, темпоральної сфер, у межах яких стають базою аксіологічно маркованих фразеологічних одиниць, утворених шляхом метафоричних і метонімічних переосмислень, синестезійного перенесення, що виступають важливим чинником вираження складності досвіду сприйняття. Виразним лексичним підсилювачем фразеологічного образу за вихідною густативною ознакою є порівняння. Означені мовні механізми є глибоко специфічними в аспекті відтворення ставлення українців до світу речей, оскільки поєднують не лише емоційний і оцінний змісти, а й своєрідну сполучуваність, загальні тенденції у виборі форми номінації різних понять, явищ, що є характерними для української лінгвокультури в цілому. Відтак, аналіз мовно-когнітивних механізмів мотивації фразеологізмів із густативним компонентом є релевантним у знаковому культурно-національному просторі мовної особистості.

Ключові слова: номінація, мотивація, внутрішня форма, чуттєве сприйняття, густативний компонент, фразеологічна одиниця.

Постановка проблеми. Проекція сучасної лінгвістики на врахування визначальної ролі людського фактору в усіх галузях людської діяльності призвела до вкорінення в науці про мову когнітивного підходу, спроектованого на нове бачення предмета лінгвістичного дослідження і зорієнтованого на вивчення когнітивних процесів та їх впливу на мовне відображення дійсності. Відтак, мова розглядається як різновид пізнавальної діяльності, як засіб організації, обробки та передачі інформації, що надходить до людини різними каналами, а когнітивні механізми та структури людської свідомості досліджуються через мовні факти. Звідси і посилений інтерес мовознавців до мотиваційних механізмів, що на вербальному рівні виявляються у структурно-семантичних зв'язках між похідними та твірними одиницями мовної системи, а на когнітивному рівні є способом мовної репрезентації концептуальних реляцій синергетичної системи етносвідомості [Селіванова 2010, с. 204]. У пропонованій контекст органічно вплітаються фразеологічні одиниці, що виразно демонструють зміщення фразеологічної парадигми в бік антропоцентризму, оскільки багатогранно репрезентують різноманітні сфери матеріального й духовного життя народу, як носії історичної та культурологічної інформації про етнос.

Аналіз досліджень. Дослідженню мотиваційних процесів фразеологічних одиниць переважно в руслі когнітивної лінгвістики присвячено

численні наукові розвідки. Так, І.Ф. Заваринська у своїх розвідках вивчає лінгвокультурну мотивацію фразеологізмів із компонентом-онімом [Заваринська 2010]; Г.Б. Мелех досліджує мотивацію німецьких гастрономічних фразеологізмів із позицій антропоцентризму з урахуванням аксіологічного потенціалу останніх [Мелех 2014]; Л.В. Пушко аналізує мотиваційну основу фітоморфних фразеологізмів української та англійської мов [Пушко 2007]; Н.М. Савчук вивчає українські фразеологізми, вмотивовані міфічними та історичними реаліями [Савчук 2015]; Т.Ф. Семашко аналізує особливості номінації та чинники мотивації стійких виразів із компонентом-кольоропозначенням [Семашко 2011]; А.М. Сердюк досліджує мотиваційну основу назв рослин у первинному та вторинному семіозисі [Сердюк 2002]; О.А. Шиленко розглядає проблеми вмотивованості фразеологізмів англійської мови [Шиленко 2007] та ін. Попри значну кількість досліджень, питання мовно-когнітивних механізмів мотивації фразем залишається суперечливим, зокрема, не з'ясованими залишаються чинники мотиваційних процесів фразеологічних одиниць із густативним компонентом. Сказане продукує **актуальність** пропонованої розвідки: вивчення мотиваційного потенціалу фразеологічних одиниць із залученням когнітивного аналізу перцептивних лінгвокультурних знань, що є результатом чуттєвого сприйняття, спрямованого на пошуки нових форм опису народного слова, дозво-

лить розкрити національну специфіку внутрішньої організації фразем та з'ясувати, як відбувається опрацювання інформації про світ у свідомості носіїв української лінгвокультури.

Мета дослідження полягає у спробі означити діапазон мотиваційних механізмів у процесі номінації фразеологічних одиниць із густативним компонентом *солодкий / гіркий*.

Досягнення відповідної мети передбачає вирішення таких **завдань**: визначити, які форми знань про світ стають підґрунтям породження фразеологічних одиниць; встановити чинники, які впливають на формування семантики стійких виразів; виявити універсальні й специфічні риси процесу вмотивованості фразеологічних одиниць, пов'язані зі сприйняттям смаку та його відображенням у мові.

Реалізація завдань дослідження потребувала застосування загальнонаукових та спеціальних лінгвістичних **методів і методик** аналізу. Для обробки теоретичного матеріалу були використані *методи аналізу і синтезу; описовий метод* дозволив репрезентувати отримані результати: *когнітивно-ономасіологічний аналіз* використаний для встановлення типу мотивації фразеологічних одиниць відносно когнітивного статусу мотиваційної ознаки; *лінгвокультурологічний метод* сприяв виокремленню типів мотивації з урахуванням прецедентності інформації, покладеної в основу структурних типів фразеологізмів; для виявлення семантичних та мотиваційних особливостей сталих сполучень застосовувався *зіставний метод*.

Матеріалом для аналізу послуговувалась вибірка фразеологізмів із «Словника української мови в 11 томах (1970–1980)» (далі СУМ).

Виклад основного матеріалу. У теорії мотивації центральною категорією для фразем є внутрішня форма. З позицій когнітивної фразеології внутрішню форму вважають результатом дискурсивного мислення, який для свідомості носіїв мови є стимулом щодо формування значення мовного знака; саме внутрішня форма визначає «творчі можливості» останнього. При тому варто пам'ятати, що внутрішня форма фразем, з одного боку, – результат складних мовно-мисленневих процесів, які об'єктивують у мові певні психічні форми відображення номінацій дійсності, з іншого – узагальнено-абстрагована ознака того поняття чи уявлення про денотат, який формує фразеологічні конотації [Семашко 2011, с. 373]. Принциповим для визначення статусу та ролі внутрішньої форми в семантиці фразем є те, що відповідна категорія є засобом об'єктивації у фразеологічній одиниці (ФО) її вмотивованості. Отже, одна із когнітивних функцій внутрішньої форми – здатність до мотивації фразеологічного значення.

Для фразеологізованої аналітичної сполуки генетично структуральними формальними елементами є слова й вільно-синтаксична конструкція, а змістовими – буквально значення прототипу або слів-компонентів. Тому вмотивованість фразеологічного звороту (ФЗ) у порівнянні зі словом ієрархічно ускладнена. Поділяємо думку, що «вмотивованість

на рівні слова – це завжди часткова вмотивованість, це лише деяка залежність значення від іншого значення (дериваційна зв'язність значення). Вмотивованість на рівні сполучення слів – це, як правило, повна вмотивованість» (Переклад наш. – Т.С.) [Шмелёв 1973, с. 117].

Закономірність «тип вмотивованості ФО – ступінь цілісності фразеологічного значення – тип ФО», яку визнає більшість фразеологів, зумовлює чітке розмежування типу вмотивованості значення ФО внутрішнім образом і похідністю його із значень компонентів. Оскільки у складі фраземи всі або деякі її компоненти переосмислюються, взаємозалежність семантики і форми фразем усвідомлюються через посередництво співвідношення значення ФЗ зі значенням слів, які входять до його складу. З огляду на сказане, вважаємо, що значення фразеологізму є вмотивованим семантикою його компонентного складу, де акцент робиться на стрижневий компонент ідіоми. Під стрижневим компонентом розуміємо повнозначний компонент, який виконує у складі фразеологізму смислоутворювальну функцію. Базовим компонентом структури ФО досліджуваної тематичної групи є густативний складник, який відіграє основну роль у вираженні семантики фразеологічного звороту.

Із лінгвістичного погляду смак цікавий тим, що він вербалізується досить своєрідно, лексика, яка належить до сфери густативного сприйняття, менше структурована й оформлена у мові. Наша увага поллюським об'єктиваціям смаку – номенам *солодкий / гіркий* – первинним назвам простих смаків, які пройшли тривалий шлях розвитку, результатом чого є їх семантична незалежність, високий ступінь узагальнення, невмотивованість, стилістична нейтральність, словотвірна продуктивність, що дозволяє означити останні як ядерні позначення смакових властивостей, які «характеризуються найбільш розвиненою, порівняно з іншими назвами смаку, багатозначністю» [Гайдаєнко 2002, с. 5]. Останні, як структурні компоненти фразеологізмів, є носіями особливого змістового навантаження – «смакової оцінки», що виступає базою формування образного значення фразем.

Аспектно, що номен на позначення смакових відчуттів перебувають на різних полюсах густативної шкали, що є поштовхом до їх переосмислення, зумовленого естетико-емоційним тлом сприйняття. Так, солодкий смак викликає бажані відчуття, гіркий – пов'язаний із оцінкою неприємних відчуттів. Звідси, лексеми *солодкий і гіркий* дуже близькі до основних концептів «радість» і «сум», «щастя» і «горе», «добро» і «зло» «бідність» і «багатство» та ін., що зумовлює високий ступінь тотожності їх використання, як структурних компонентів ФО, утворених у результаті різних мовних механізмів.

Результати сучасних лінгвокогнітивних та психолінгвістичних досліджень засвідчують, що образний метафоро-метонімічний спосіб світосприйняття виступає первинною когнітивною функцією, яка невіддільна від раціональної думки і процесу формування понять [Haskell 1987]. І

метафора, і метонімія є результатом асоціативного мислення, однак їхня семантична специфіка така, що при творенні фразеологізму задіюються різні мотиваційні ознаки.

Метафоризація як засіб творення фразеологізмів із смаковим компонентом виявляється у використанні знаків однієї концептосфери на позначення іншої, схожої з нею за якимось показником або асоційованої з нею. Аналіз атрибутів прикметників *солодкий / гіркий* можливий лише за умови з'ясування їх сполучуваності з об'єктами референції, якими, передовсім, є реалії зовнішньої щодо людини дійсності: *час, година, війна, найм, неволя, смерть, світ, доля, життя, роки, доба, день, місяць*, що у сукупності з сенсорним компонентом утворюють ФЗ, які консолідують об'єктивну суперечливість буття та тотожність протилежностей. Серед найдавніших фразеологізмів, що відтворюють сутність національного світу, утворені за метафоричною моделлю: *солодке життя, солодкі роки, гірке життя, гірка неволя* та ін., які отримують проекцію у просторово-темпоральну площину, реалізуючись у своїй тотожності як рух і розвиток, розгортаючись у багатоманітні конкретні мовні узагальнення форм суцього. Вартісним видається порівняння *життя, як медова річка (Вільне, безробітне його життя текло, як медова річка* [СУМ, I, с. 144]), де *ріка* має глибоко символічний зміст. Це символ незворотного потоку часу; *медова ріка* – символ неможливого світу, земного раю, що зумовлює рух значення в кількісну площину та продукує розвиток додаткової семи 'сповнений достатку, щастя, радості'.

Абстрактну характеристику чуттєво-фізичного сприйняття презентують фразеологізми *солодка любов, солодкі мрії, солодкий сон, солодкий поцілунок, солодкі пестощі, солодкі вуста* та ін., у змістовій структурі яких спостережено семантичний зсув: сема 'приємний на смак' зумовлює проекцію ознаки у сферу ментальної характеристики, де розвивається значення 'який викликає моральне та фізичне задоволення', 'бажаний', 'спокусливий' (*Став жовнір господарю ревидувати: чом в тебе, господарю, уста солодкі?* [СУМ, IV, с. 9]).

Особливе місце у структурі фразеологізмів посідає ад'єктив *гіркий*, що пояснюємо багатозначністю відповідного прикметника та його спроможністю до переосмислень. Останній втрачає зв'язок із вихідною густативною ознакою та формує ряд ФО: *гірке кохання, гіркі думки, гірка доля, гірка правда, гіркий жаль, гіркі скорботи, гірке схлипування, гіркий голос, гіркі слова* та ін., розвиваючи негативно марковані значення: 'сповнений горя', 'пригнічений', 'нецікавий', 'образливий'. Відповідні значення у межах контекстів підсилені конкретизаторами ознаки, які впливають не лише на семантику носія ознаки, а й на семантику об'єкта оцінки. Так, залучення до структури фразеологізму *гіркі слова* контекстуального партнера, яким виступає дієслово *розлітеться*, продукує сферу просторово-темпоральної характеристики (пор. *Іноді не втерпить і розлітеться гіркими словами* [СУМ, IV, с. 48]), що виформовує додаткове значення 'тривало'; кон-

кретизатор ознаки дієслово *волати* апелює до квантитативного стратуму (*Тоді жиди рандарі горким голосом заволали* [СУМ, II, с. 21]), що уможливило сему 'сильно'. Функцію підсилення ознаки виконують і розташовані на одній синтагматичній шкалі опозитиви *солодкий / гіркий*. Звідси, як настанови звучать сьогодні етнічно проакцентовані народні афоризми-застереження щодо поведінки у суспільстві: *Не будь солодкий, бо розлижуть, не будь гіркий, бо розплюють* [СУМ, IV, с. 48]; *Не бачить гіркого, не бачить і солодкого* [СУМ, IV, с. 166]; *Не будь ні гіркий, ні солодкий: будеш гіркий проклянуть, а солодкий проглинуть* [СУМ, III, с. 461]; *Не тоді мені лизги губи, як солодкі, тоді мені лизги, як гіркі* [СУМ, III, с. 461], сформовані на канонізованих уявленнях про естетичну, поведінкову норми, які уклалися в суспільстві історично.

Поділяючи думки дослідників, вважаємо, що метонімія загалом «більш реалістична, ніж метафора: вона оперує не образно-асоціативною подібністю, а реальною суміжністю, зіставленням позначень чи їхньою парціальністю (частковістю). За метонімічною моделлю утворений ряд фразеологізмів-образів: *солодка таздиня (господиня, господарка), солодка сусідка, солодка кохана (коханий), солодкий муж* із значенням 'близький і рідний серцю, милий'; *гіркий наймит, гірка сиротина, гірка дівчина* та ін., які демонструють розвиток співчутливо-ментального значення 'який зазнав багато горя, біди', мотивованого внутрішнім змістом об'єктів якісної оцінки.

Утворені шляхом метонімічного перенесення стали сполучення *гіркий хліб, гіркий шматок, гірка хата, гірка гостина* зі значенням 'зароблений важкою працею', 'злидений' витрактовуються у межах бінарних опозицій *свій – чужий; багатий – бідний (В бідній хворостяниці сім'я вечера, хліб її гіркий* [СУМ, XI, с. 48]; *Гірка гостина, коли лиха година* [СУМ, I, с. 318]), що корелюють у ментально-кількісній площині. Якісно нове означення предмета, нову смислову властивість шляхом навмисного перебільшення демонструє сполучення *гіркий мед*. Таке поєднання контрастних понять трактуємо як оксиморон. Поєднання непоєднуваного – *гіркий і мед* (адже мед насправді солодкий) – є не «безглуздом», оскільки фактично йдеться уже не про мед як такий, а про тяжке, сповнене гіркоти поневірянь життя.

В утвореному шляхом метонімічного перенесення ФЗ *гіркий п'яниця* (варіативні форми *гіркий пияк, гіркий п'яниченька*) узагальнено негативну звичку, пов'язану з надмірним вживанням алкоголю. Окреслений образ підданий вторинному переосмисленню 'той, хто багато п'є, пиячить' (*Писар нічого собі, добродушний дідок, п'яниченька тільки гіркий* [СУМ, II, с. 74]) і становить складне семантичне утворення, у природі якого закладене переосмислення внутрішньої форми, що на рівні сенсорної характеристики є результатом образного сприйняття світу.

Текстові матеріали засвідчують фразеологізми з густативним компонентом, які, відтворюючи

ядерну сему 'приємний', у межах контекстуально-го оточення набувають негативних конотацій, що є засобом характеристики властивостей і дій представника українського етносу, як от: *солодкі очі, солодка усмішка, солодка свекруха* та ін. зі значенням 'який виражає нещирю люб'язність'. Відповідна ознака набуває найвищого ступеня вияву завдяки ад'єктиву *медовий*, у внутрішньому змісті якого наявна сема 'надмірний', що продукує значення 'надто люб'язний', 'услесливий' (*Портрет був просто моторошний ... Посмішка – медова* [СУМ, IV, с. 664]). Цей факт, певно, свідчить про почуття міри, пропорції у фізіології та свідомості людини, порушення якої зумовлює зворотні результати [Собчук 2007, с. 252]. Уведений до сполучення прикметник *лисячий* уточнює ознаку, що через аналогію із твариною – *лищицею* (в українській лінгвокультурі розповсюджена думка про надзвичайну хитрість лисиці; пор. образні характеристики *хитрий лис; хитрий, як лисиця; у вічі, як лис*), уможливило додаткову сему 'підступний', 'шахраюватий' (*На обличчі ... та ж солодка лисяча осмішка* [СУМ, IX, с. 446]).

Феноменологічні знання, набуті в результаті безпосереднього сприйняття, є відображенням пов'язаних сенсорних відчуттів у їх різних конфігураціях. Йдеться про синестезію – перенесення якісної ознаки густативної сфери відчуття в інші сфери. «Перетин» відчуттів стає стимулом мовної творчості та імпульсом різних семантичних процесів у внутрішній формі ФО завдяки тому, що саме відчуття слугують основним джерелом знань людини про навколишню дійсність. Дослідний матеріал засвідчує, що густативні відчуття можуть переноситись у інші модуси, формуючи ФЗ різних сфер: аудіального сприйняття – *солодка мелодія, солодкі звуки, солодкий голос*; сферу зорових відчуттів – *солодкий погляд, солодкий вираз очей*; сферу нюхових відчуттів – *солодкий запах, солодкий аромат* тощо.

Найвиразнішим лексичним підсилювачем фразеологічного образу за вихідною густативною ознакою є троп осі псевдототожності – порівняння, де у позиції об'єкта зіставлення до предмета дескрипції представлені усталені об'єкти порівняння, що тяжіють до предметної феноменології та сходять до етнічних еталонів, які містять яскраво виражені ознаки, що є характерними для українського етносу в певних умовах, і як наслідок використовуються для характеристики пізнаваного – суб'єкта порівняння, як-от: *мед, цукор, цукерка, варення, шо-*

колад, виноград, пряничок для ознаки 'солодкий': *солодкий, як мед; солодкий, як цукор; солодкий, як цукерка; солодкий, як пряничок; гірчиця, перець, полин, редька, хрін* для ознаки 'гіркий': *гіркий, як полин; гіркий, як редька; гіркий, як хрін; гіркий, як гірчиця* та ін. Особливо вартісними видаються занурені в етнічну культуру образи *солодкий, аж нудить; солодкий, аж надто; солодкий, аж приторний; солодке, аж з душі верне; солодкий, аж у дупі злипається; гіркий, аж дихання забиває; гіркий, аж язик пропікає; гіркий, аж страх* тощо, співвіднесеність густативної ознаки яких градується глибоко національними синтаксичними конструктами, які індивідуалізують властивості, що позначаються, та є засобом їх інтенсифікації (зачасту надмірної).

Висновки. Результати проведеного аналізу дають змогу зробити висновок, що значення фразеологізмів із смаковим компонентом мотивується семантикою їх складників, де акцент робиться на стрижневому компоненті фраземи – густативному складнику, який експлікує загальну семантику сталого сполучення. Найпродуктивнішими у контексті густативного модусу сприйняття є полюсні ад'єктиви *солодкий / гіркий*. Сполучаючись із об'єктами референції, останні виявляють стандартні зв'язки з різними класами іменників, апелюючи до ментальної, кількісної, просторової, темпоральної сфер, у межах яких стають основою аксіологічно маркованих фразеологічних одиниць, утворених у результаті різних мовних механізмів: метафоричних і метонімічних переосмислень, що виступають важливим чинником вираження складності досвіду сприйняття та сприяють посиленню емоційності й експресивності фразеологічних зворотів; синестезійного перенесення, зумовленого незвичною сполучуваністю, яке позбавляє фраземи шаблонності й одномірності. Виразним лексичним підсилювачем фразеологічного образу за вихідною густативною ознакою є троп осі псевдототожності – порівняння. Компаративні фразеологізми є глибоко специфічними в аспекті відтворення ставлення українців до світу речей, оскільки поєднують не лише емоційний і оцінний змісти, а й своєрідну сполучуваність, характерну для української лінгвокультури в цілому.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо в аналізові фразеологічних одиниць із густативним компонентом в українському фольклорі, що дозволить проникнути в образно-асоціативні механізми міфологічної картини світу українського етносу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гайдасенко І. В. Назви на позначення смаку: етимологія, семантика, функціонування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Херсон, 2002. 17 с.
2. Заваринська І. Ф. Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.17. Київ, 2010. 19 с.
3. Мелех Г. Б. Мотиваційна база німецьких гастрономічних фразеологізмів. *Science and Education a New Dimension: Philology*. 2014. II (6). Issue: 29. P. 62–64.
4. Пушко Л. В. Антропометричність фразеологізмів з фітоморфними номінаціями (на матеріалі англійської і української мов). *Вісник СумДУ. Серія філологія*. 2007. № 2. С. 154–157.
5. Савчук Н. М. Міфічні та історичні реалії як засіб мотивації фразеологізмів української мови. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2015. № 1 (9). С. 154–159.

6. Селіванова О. О. Проблема мотивації в когнітивному висвітленні. *Записки з романо-германської філології*. Вип. 25. 2010. С. 204–217.
7. Семашко Т. Ф. Вибір мотиваційної ознаки у процесі номінації фразем з колоративним компонентом. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови: зб. наук. праць. 2011. Вип. 8. С. 371–375.
8. Сердюк А. М. Мотиваційна основа назв рослин у первинному та вторинному семіозисі (на матеріалі української, російської, німецької та французької мов): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Бердянський державний педагогічний університет. Бердянськ, 2002. 222 с.
9. Словник української мови: В 11 т. / АН УРСР, Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
10. Собчук Л. А. Семантична структура мовних одиниць на позначення смакових сенсibilій в німецькій мові. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*: зб. наук. праць. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. Вип. 2. Київ: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2007. С. 249–253.
11. Шиленко О. А. Проблема вмотивованості фразеологізмів (на матеріалі англійської мови). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2007. Ч. 3 (23). С. 213–216.
12. Шмелёв Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики. Москва, 1973. 280 с.
13. Haskell R. E. Giambattista Vico and the Discovery of Metaphoric Cognition. Cognition and symbolic structures: The Psychology of Metaphoric Transformation / ed. by R. E. Haskell. Norwood, N. J.: Ablex, 1987. P. 67–82.

REFERENCES

1. Haidaienko I. V. (2002) Nazvy na poznachennia smaku: etymolohiia, semantyka, funktsionuvannia [Names for the designation of taste: etymology, semantics, functioning]: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk: 10.02.01. Kherson. 17 s. [in Ukrainian].
2. Zavarynska I. F. (2010) Linhvokulturna motyvatsiia frazeolohizmiv z onimnym komponentom v anhliiskii, polskii ta ukraïnskii movakh [Linguistic and cultural motivation of phraseologisms with the one-component component in English, Polish and Ukrainian]: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk: 10.02.17. Kyiv. 19 s. [in Ukrainian].
3. Melekh H. B. (2014) Motyvatsiina baza nimetskykh hastronomichnykh frazeolohizmiv [Motivational database of German gastronomic phraseologisms]. *Science and Education a New Dimension: Philology*. II (6). Issue: 29. P. 62–64 [in Ukrainian].
4. Pushko L. V. (2007) Antropometrychnist frazeolohizmiv z fitomorfnymy nominatsiiami (na materialy anhliiskoi i ukraïnskoi mov) [Anthropometric phraseology with phytomorphic nominations (in English and Ukrainian)]. *Visnyk SumDU. Seriia filolohiia*. № 2. S. 154–157 [in Ukrainian].
5. Savchuk N. M. (2015) Mifichni ta istorychni realii yak zasib motyvatsii frazeolohizmiv ukraïnskoi movy [Mythical and historical realities as a means of motivating phraseologisms of the Ukrainian language]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu imeni Alfreda Nobelja. Seriia «Filolohichni nauky»*. № 1 (9). S. 154–159 [in Ukrainian].
6. Selivanova O. O. (2010) Problema motyvatsii v kohnityvnomu vysvitlenni [The problem of motivation in cognitive illumination]. *Zapysky z romano-hermanskoï filolohii*. Vyp. 25. S. 204–217 [in Ukrainian].
7. Semashko T. F. (2011) Vybir motyvatsiinoï oznaky u protsesi nominatsii frazem z koloratyvnyim komponentom [Selection of motivational trait in the process of nomination of phrases with a color component]. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova*. Seriia 10: Problemy hramatyky i leksykolohii ukraïnskoi movy: zb. nauk. prats. Vyp. 8. S. 371–375 [in Ukrainian].
8. Serdiuk A. M. (2002) Motyvatsiina osnova nazv roslyn u pervynnomu ta vtorynnomu semiozysi (na materialy ukraïnskoi, rosiiskoi, nimetskoï ta frantsuzkoï mov) [Motivational basis of plant names in primary and secondary semiosis (based on material of Ukrainian, Russian, German and French)]: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.15 / Berdianskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet. Berdiansk. 222 s. [in Ukrainian].
9. Slovnyk ukraïnskoi movy: V 11 t. (1970 – 1980) [Dictionary of the Ukrainian language: in 11 t.] / AN URSSR, Instytut movoznavstva; za red. I. K. Bilodida. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
10. Sobchuk L. A. (2007) Semantychna struktura movnykh odynyts na poznachennia smakovykh sensybilii v nimetskoï movi [The semantic structure of linguistic units for the designation of taste sensibilities in German]. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova*: zb. nauk. prats. Seriia 9. Suchasni tendentsii rozvytku mov. Vyp. 2. Kyiv: Vyd-vo NPU im. M. P. Drahomanova. S. 249–253 [in Ukrainian].
11. Shylenko O. A. (2007) Problema vmotyvovanosti frazeolohizmiv (na materialy anhliiskoi movy) [The problem of the motivation of phraseologisms (in English)]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*. Ch. 3 (23). S. 213–216 [in Ukrainian].
12. Shmelyov D. N. (1973) Problemy semanticheskogo analiza leksiki [Problems of semantic analysis of vocabulary]. Moskva. 280 s. [in Russian].
13. Haskell R. E. (1987) Giambattista Vico and the Discovery of Metaphoric Cognition. Cognition and symbolic structures: The Psychology of Metaphoric Transformation / ed. by R. E. Haskell. Norwood, N. J.: Ablex. P. 67–82 [in English].

**LINGUISTIC AND COGNITIVE DEVICES
OF PHRASE MOTIVATION WITH A TASTING COMPONENT**

Abstract. The article is devoted to the analysis of the motivation factors of phraseological units with a taste component. The proposed topic is relevant in view of the fact that the study of the motivational potential of phraseological units with the involvement of cognitive analysis of perceptual linguistic and cultural knowledge will allow to reveal the national specificity of the internal organization of phraseology and to find out how the processing of information about the world in the consciousness culture.

We argue that the value of phraseological units is the motivated semantics of its component composition, where the focus is on the pivotal component of the idiom that motivates and explicates the general semantics of stable communication. The dominant component that plays a key role in expressing the semantics of a steady mix of the thematic group under study is the dominance of taste sensations – adjectives *sweet / bitter*.

Combining with objects of reference, the latter reveal standard relationships with different classes of nouns, appealing to the mental, quantitative, spatial, temporal spheres, where they become the basis of axiologically marked phraseological units, formed by metaphorical and metonymic reinterpretations, transfer from one sensory sphere to another which are an important factor in expressing the complexity of the experience of perception. Comparison is an important enhancer of the phraseological image of taste.

The following linguistic mechanisms are deeply specific in terms of reproducing the attitude of Ukrainians to the world of things, since they combine not only emotional and evaluative content, but also a kind of connectivity, general tendencies in the choice of the nomination form of different concepts, phenomena that are characteristic of Ukrainian linguistic culture in general. The analysis of linguistic-cognitive mechanisms of motivation of phraseological units with a taste component is relevant in the iconic cultural-national space of the linguistic personality.

Keywords: nomination, motivation, internal form, sensory perception, gustative component, phraseological unit.

© Семашко Т., 2020 р.

Тетяна Семашко – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики та мовної комунікації Національного університету біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна; <https://orcid.org/0000-0003-4296-1259>

Tetiana Semashko – Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Journalism and Language Communication of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine; <https://orcid.org/0000-0003-4296-1259>