

УДК 811.111'37:811.161.2'37]:664.66  
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/40-2-13>

**Ольга ЗАЛУЖНА,**  
*orcid.org/0000-0002-7929-6769*  
кандидат філологічних наук,  
завідувач кафедри англійської філології  
Донецького національного університету імені Василя Стуса  
(Вінниця, Україна) [olgazaluzhna@gmail.com](mailto:olgazaluzhna@gmail.com)

**Дар'я НОВОЖИЛОВА,**  
*orcid.org/0000-0002-6363-6634*  
магістрантка кафедри англійської філології  
Донецького національного університету імені Василя Стуса  
(Вінниця, Україна) [novozhylova.d@donnu.edu.ua](mailto:novozhylova.d@donnu.edu.ua)

## СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ІЗ ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ «ХЛІБОБУЛОЧНІ ВИРОБИ» В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Статтю присвячено вивченню семантичних особливостей фразеологічних одиниць із гастрономічним компонентом «хлібобулочні вироби» на матеріалі англійської та української мов. Предметом дослідження є семантичні особливості фразеологізмів англійської та української мов, у структурі яких присутній семантичний компонент «хлібобулочні вироби». Емпіричний корпус дослідження становить 225 одиниць, обраних методом суцільної вибірки з лексикографічних джерел англійської (161 одиниця) та української (64 одиниці) мов.

Установлено, що кількість лексичних компонентів на позначення хлібобулочних виробів, задіяних у формуванні аналізованих ФО, у цілому співпадає в обох мовах: 4 одиниці в англійській мові (*bread* 'хліб', *pie* 'пиріг', *cookie* 'печиво', *cake* 'торт') і 3 – в українській (хліб, пиріг, тісто), два з яких є спільними для обох досліджуваних мов: *bread*/хліб і *pie*/пиріг.

В англійській мові найбільшу продуктивність демонструє група ФО з елементом *bread* 'хліб' (58 од., 36%), менш продуктивними є групи з компонентом *cake* 'торт' (46 од., 28,6%) і *pie* 'пиріг' (36 од., 22,4%); найменшою продуктивністю характеризується група ФО з компонентом *cookie* 'печиво' (21 од., 13%). В українській мові значно домінує група ФО з компонентом хліб (42 од., 65,6%), менш продуктивними є ФО з елементом пиріг (14 од., 21,9%), найменш чисельною є група ФО з компонентом тісто (8 од., 12,5%).

Аналіз емпіричного корпусу дослідження дає змогу зробити висновок, що *bread*/хліб є найбільш значущим хлібобулочним виробом в обох досліджуваних лінгвокультурах, утім в українськомовному суспільстві він значно домінує, займаючи майже вдвічі більшу частку корпусу дослідження порівняно з емпіричною базою дослідження в англійській мові. Рівнозначущими для англійськомовної лінгвокультури є *cake* та *pie*, які охоплюють практично рівнозначну частку емпіричного матеріалу (28,6% та 22,4% відповідно). Найменшу вагу у відповідних лінгвокультурах мають хлібобулочні вироби *cookie* (13%) і *тісто* (12,5%).

**Ключові слова:** фразеологія, семантика, лінгвокультура, гастрономічний компонент, хлібобулочні вироби, англійська мова, українська мова.

**Olha ZALUZHNA,**  
*orcid.org/0000-0002-7929-6769*  
PhD in Philology,  
Head of the English Philology Department  
Vasyl' Stus Donetsk National University  
(Vinnytsia, Ukraine) [olgazaluzhna@gmail.com](mailto:olgazaluzhna@gmail.com)

**Daria NOVOZHYLOVA,**  
*orcid.org/0000-0002-6363-6634*  
Student at the English Philology Department  
Vasyl' Stus Donetsk National University  
(Vinnytsia, Ukraine) [novozhylova.d@donnu.edu.ua](mailto:novozhylova.d@donnu.edu.ua)

## SEMANTIC PECULIARITIES OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH GASTRONOMIC COMPONENT 'BAKERY PRODUCTS' IN ENGLISH AND UKRAINIAN

*The article is devoted to the study of semantic peculiarities of phraseological units with gastronomic component 'bakery products' in English and Ukrainian. The subject of the research are semantic peculiarities of the phraseological units which contain lexical component 'bakery products'. The empirical database comprises 225 units, selected by continuous sampling from lexicographic sources in the English (161 unit) and Ukrainian (64 units) languages.*

*It is determined that the number of lexical elements denoting bakery products, involved into formation of phraseological units under analysis, mainly coincides, i.e., 4 units in the English language (bread, cake, cookie, pie) and 3 ones in the Ukrainian (хліб 'bread', nupiz 'pie', micmo 'batter / dough'); two out of which are similar for both languages – bread and pie.*

*The most productive group in the English language is represented by units with the component bread (58 units, 36%), less productive are the groups with the lexical elements cake (46 units, 28.6%) and pie 'nupiz' (36 units, 22.4%); the least productive is the group with the component cookie (21 units, 13%). In the Ukrainian language, the group with the component bread significantly dominates (42 units, 65.6%), less productive are phraseological units with the element pie (14 units, 21.9%), and the least productive is the group representing phraseological units with the component batter/dough (8 units, 12.5%).*

*The analysis of the empirical database allows to arrive at conclusion that bread/хліб functions as the most valuable bakery product in both languocultures, although in Ukrainian speaking society it significantly dominates comprising nearly twice bigger part of the corpus compared with the English speaking one. Equally significant for English speaking society proved to be cake and pie which include almost identical part of the empirical material (28.6% and 22.4% respectively). The least significant in respective languocultures are bakery products cookie (13%) and micmo 'batter / dough' (12.5%).*

**Key words:** *phraseology, semantics, languoculture, gastronomic component, bakery products, the English language, the Ukrainian language.*

**Постановка проблеми.** Фразеологізми та мовні афоризми, які з-поміж іншого включають до свого складу прислів'я, приказки та крилаті вирази (Виноградов, 1977; Кунин, 1996), уважаються мовними одиницями, які найбільш повно та яскраво відбивають національну культуру носіїв мови. Фразеологічні одиниці є одним із найбагатших ресурсів інформації про культурний код носія мови зокрема та світобачення мовної спільноти у цілому, а фразеологічна одиниця «виступає як явище соціально зумовлене, апробоване спільною свідомістю носіїв мови» (Скрипник, 1973: 11). За визначенням І. М. Запухляк, фразеологічні одиниці «кодуєть тривале формування колективного світосприйняття, відбитого в мовній картині світу їхніх носіїв, тому зіставний характер наукових пошуків робить їх промовистим свідченням універсальності й контрасту практичного досвіду націй, їхніх культур, традицій, пріоритетів і асоціацій» (Запухляк, 2021: 16).

Вагомість їжі не тільки як елемента фізіологічної діяльності людини, а і як важливого складника міжособистісної комунікації (Dunbar, 2017; Hyden, 1996) і культурного коду нації (Творун, 2013; Renfrew, 1985) нині не викликає сумнівів, адже цінності загального порядку формуються з найбільш очевидних життєвих потреб людей, до яких, безумовно, відноситься й потреба в їжі (Renfrew, 1985). У свою чергу, продукти харчування та страви в усьому їх обсязі та різноманітті, безперечно, є одним із найважливіших елементів

життєдіяльності народів світу у цілому, що відбивається безпосередньо в мові та комунікативній діяльності кожного її носія (Залужна, 2019).

Хлібобулочні вироби є одним із базових продуктів харчування в сучасному світі, який, згідно з останніми даними, пройшов шлях свого становлення в культурі харчування людства в майже 14,5 тис. років (Arranz-Otaegui, 2018). Із давніх часів, коли представники англійсько- та українськомовні культур перейшли від кочового способу життя до хліборобства та протягом усього наступного розвитку обох суспільств, вагомість зернових сільськогосподарських культур і харчових виробів із них в аналізованих лінгвокультурах невпинно зростала, про що, зокрема, свідчить лексичний склад досліджуваних мов (Творун, 2013; Cocking, 2018).

Отже, актуальність пропонованої наукової розвідки зумовлена потребою зіставного дослідження фразеологічних одиниць (далі – ФО) із гастрономічним компонентом, а саме із компонентом «хлібобулочні вироби», на матеріалі англійської та української мов, адже, урахувавши невпинний розвиток міжкультурної комунікації, нагальною стає необхідність розрізняти культурні особливості й історично сформовані символи, які передають певні значення мовних одиниць, зрозумілих лише носіям мови.

**Аналіз досліджень.** Термін «фразеологічна одиниця» введений В. В. Виноградовим і мав

використовуватися для позначення тих сполук, які не утворюються в процесі мовлення, а відтворюються за традицією. Отже, відтворюваність, на думку вченого, є основною ознакою фразеологізму (Виноградов, 1977: 139). За визначенням О. В. Куніна, фразеологізми – це стійкі поєднання слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурно-семантичними моделями змінних словосполучень (Кунин, 1996: 13). Отже, у цій науковій розвідці за робоче прийняте таке визначення: фразеологічна одиниця – це відтворювана одиниця мови з двох або більше слів, стійка за лексичним складом і структурою, яка характеризується цілісним ідіоматичним значенням.

Серед корпусу фразеологічних одиниць чільне місце посідають фразеологізми з гастрономічним компонентом, тобто одиниці в компонентному складі яких наявні слова на позначення продуктів харчування, які відбивають культурні уподобання та етнічні традиції споживання їжі певної лінгвокультури (Левченко, 2005: 154). Питання взаємозв'язку між мовою, культурою і свідомістю неодноразово привертала увагу лінгвістів, серед яких, зокрема, О. М. Галинська, Н. Б. Головіна, О. В. Забуранна, К. І. Мізін, О. С. Пальчевська, Ю. О. Письменна, Т. Н. Федулєнкова та ін.

Під час вивчення фразеологічного складу мови більшість науковців концентруються на вивченні ФО з певним семантичним компонентом у їх складі або за принципом номінації окремих фрагментів дійсності, зокрема найбільшу цікавість становлять фразеологізми, які характеризують людину, про що свідчить значна кількість наукових розвідок, присвячених цій групі ФО (див. роботи О. С. Альошина, К. Ф. Арсєнтьєвої, Ю. В. Білоус, М. В. Гамзюка, А. А. Джелілова, І. Є. Колеснікової, І. М. Кучмана, Д. Маркової, М. А. Охріменко, В. В. Хмари та ін.). Фразеологізми з гастрономічним компонентом також неодноразово ставали об'єктом наукового дослідження (див. публікації за темою Д. В. Єрмакової (на матеріалі французької та англійської мов), Д. К. Іонеску (в англійській і румунській мовах); Л. В. Шаповалової та В. І. Майоренко (на матеріалі французької мови); Г. Б. Мелєх (на матеріалі німецької мови); А. Р. Дворнікової, С. П. Лісняка, О. В. Телкової (в іспанській мові)). Отже, можемо констатувати, що зіставне дослідження ФО з гастрономічним компонентом «хлібобулочні вироби» на матеріалі англійської та української мов потребують окремого дослідження.

**Мета статті** полягає у визначенні кола ФО англійської та української мов із семантичним компонентом «хлібобулочні вироби» з подаль-

шим зіставним аналізом їх семантики та продуктивності виділених груп. Об'єктом дослідження обрано ФО англійської та української мов із гастрономічним компонентом, які репрезентують різновиди хлібобулочних виробів, зокрема англ. *bread* 'хліб', *cake* 'торт', *pie* 'пиріг', *cookie* 'печиво'; укр. *хліб*, *пиріг*, *місто*. Предметом дослідження є семантичні особливості ФО англійської та української мов, у структурі яких присутній семантичний компонент «хлібобулочні вироби».

Емпіричний корпус дослідження становить 225 одиниць, обраних методом суцільної вибірки з лексикографічних джерел англійської (161 одиниця) та української (64 одиниць) мов. Значну розбіжність у кількісних даних можна пояснити тим, що лексикографічна традиція англійсько-ї українськомовних джерел демонструє дещо різні підходи до трактування фразеологізму як мовної одиниці, як наслідок, залучення різних принципів для укладання словників фразеологізмів: сталі вирази різноманітної структури (включаючи прислів'я та приказки) знаходять своє відбиття в англійськомовних джерелах, тоді як українськомовні лексикографічні видання значно вужче підходять до трактування мовних одиниць, які мають статус фразеологічної одиниці мови. Наукова розвідка керується наявними лексикографічними джерелами, не надаючи власного трактування принципам укладання фразеологічних словників у мовах дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз ФО з гастрономічним компонентом «хлібобулочні вироби» в англійській мові (161 ФО, 100% емпіричного корпусу дослідження) дає змогу стверджувати, що найбільш уживаними лексичними елементами на позначення хлібобулочних виробів є іменники *bread* 'хліб', *pie* 'пиріг', *cookie* 'печиво' та *cake* 'торт'.

Найбільшу продуктивність демонструє група фразеологізмів, які містять у структурі компонент *bread* 'хліб' (58 од., 36%), що дає змогу зробити припущення, що основною складником англійськомовної гастрономічної лінгвокультури є хліб. Наприклад:

(1) англ. *earn one's daily bread* (LID, 1998) 'заробляти на життя'. У цьому прикладі слово *bread* характеризує прожитковий мінімум, тобто вартісну оцінку споживчого кошика, який містить мінімальні набори продуктів харчування, необхідних для збереження здоров'я людини та забезпечення її життєдіяльності;

(2) англ. *break bread with smb.* (LID, 1998) 'розділяти з кимось їжу'. У цій ФО компонент *bread* має

значення чогось сокровеного та найдорожчого, що можна розділити тільки з найближчими людьми;

(3) англ. *like bread and butter* (LID, 1998) 'як хліб з маслом'. У цій ФО лексема *bread* означає щось цілісне та/або нероздільне або те, що ідеально підходить одне одному.

Кількісний аналіз емпіричного корпусу дослідження демонструє, що наступною за продуктивністю є група фразеологічних одиниць з елементом *cake* 'торт', яка складається із 46 од., що становить 28,6% корпусу дослідження в англійській мові. Наприклад:

(4) англ. *a piece of cake* (LID, 1998) 'щось легке, нескладне'. У цій ФО *cake* виступає на позначення чогось маловартісного, того, що можна збити без особливих зусиль;

(5) англ. *(as)nutty as fruit cake* (LID, 1998) 'бути божевільним'. Ця ФО має гумористичний відтінок значення; дослівно вираз можна перекласти 'дуже насичений горіхами, як фруктовий торт'. Утім, як будь-яка одиниця фразеологічного фонду мови, аналізована ФО має переосмислене значення: у цьому випадку основним компонентом метафоричного переносу є прикметник *nutty*, який, з одного боку, має пряме значення *tasting like or containing nuts* 'той, що має смак або містить горіхи', а з іншого – переносне значення *crazy* 'божевільний';

(6) англ. *sell like hot cakes* (LID, 1998) 'продаватися як гарячі пироги, бути нарозхват'. У цьому фразеологізмі слово *cake* вживається з прикметником *hot*, який використовується для метафоричного переносу, який підкреслює, що свіжовипечені хлібобулочні вироби мають високу популярність серед покупців.

Наступною за кількістю є група ФО з лексичним елементом *pie* 'пиріг' (36 од., що становить 22,4% від загальної кількості вибірки). Наприклад:

(7) англ. *to eat humble pie* (LID, 1998) 'визнати, що хтось помиляється та вибачитися'. Додатковим компонентом семантичної структури цієї ФО є 'велике збентеження або сором', який супроводжує цю подію. У цьому прикладі лексичний компонент *pie* можна потрактувати як просвітлення, здатність визнати свої помилки;

(8) англ. *as easy as pie* (LID, 1998) 'щось дуже легке, просте чи інтуїтивне; те, що вимагає дуже мало навичок або зусиль'. У цьому випадку значення елементу *pie* потрактовуємо як досить легку діяльність; метафоричний перенос будується на порівнянні зі стравою, приготувати яку може кожен;

(9) англ. *cut the pie up* (LID, 1998) 'розділити щось'. У цьому ФО лексичний елемент *pie* висту-

пає на позначення будь-чого цілісного (наприклад, грошової суми), що можна або треба розділити на різні порції.

Найменшою продуктивністю в емпіричному корпусі англійської мови характеризується група ФО з компонентом *cookie* 'печиво' (21 од., 13%). Наприклад:

(10) англ. *tough cookie* (LID, 1998) 'сильна, рішуча людина'. У цьому ФО *cookie* набуває значення рис характеру людини й означає особу, яку не легко залякати, відсторонити чи перемогти;

(11) англ. *smart cookie* (LID, 1998) 'розумна людина'. У цьому випадку лексичний компонент *cookie* метафорично репрезентує людину, яка здатна сприймати інформацію набагато вищу за власний рівень освіти;

(12) англ. *cookie pusher* (LID, 1998) 'людина, яка лестить іншим, керуючись корисливими мотивами'. Дослівно ідіома перекладається як «шттовхач печива», тобто компонент *cookie* означає в цьому випадку не людину (див. приклад (11)), а стиль поведінки особи, репрезентуючи її як таку, що лестить для досягнення власної, як правило, корисливої мети.

Аналіз ФО з гастрономічним компонентом в українській мові дає змогу стверджувати, що лексичними компонентами на позначення хлібобулочних виробів є одиниці з компонентами *хліб*, *пиріг* і *місто*. Загальна кількість фразеологізмів із компонентом «хлібобулочні вироби» становить 64 одиниці (100% емпіричного корпусу дослідження).

Хліб, як національний символ України, відіграє важливу роль у культурі та мові, про що свідчить емпіричний аналіз ФО, адже група фразеологізмів із лексичним компонентом *хліб* домінує в українській мові та складається з 42 од., що становить 65,6% від загальної кількості одиниць дослідження. Наприклад:

(13) укр. *великий хліб* (Ужченко, 1998) 'високий урожай зернових'. Ця ФО використовується в умовах, коли сільськогосподарський урожай зернових рослин перевищує середньостатистичну річну норму;

(14) укр. *дати хліб у руки* (Ужченко, 1998) 'забезпечити кого-небудь роботою, заробітком; допомогти здобути спеціальність, освіту'. У цій одиниці лексичний елемент *хліб* репрезентує заробіток або професію, яка покликана допомогти особі мати необхідний мінімум для проживання;

(15) укр. *жити та хліб жувати* (Ужченко, 1998) 'вести матеріально забезпечений спосіб життя'. У цьому прикладі компонент *хліб* уособлює достаток і репрезентує особу, яка може

забезпечити свої базові потреби без особливих витрат чи збитків для свого бюджету.

Наступною за продуктивністю є група ФО з лексичним компонентом *pirig*, їх кількість становить 14 од. (21,9% емпіричного корпусу дослідження). Наприклад:

(16) укр. *надувся як гречаний пиріг* (Ужченко, 1998) 'пихатий (про людину)'. У наведеному прикладі компонент *pirig* використовується на позначення людини, яка є досить різкою у своїх висловлюваннях і поведінці щодо оточуючих;

(17) укр. *щоки як пироги* (Ужченко, 1998) 'товстий'. Метафоричний перенос у цьому прикладі є прозорим: пироги, які мають пухку структуру, подібні до щік людини, яка має зайву вагу.

(18) укр. *пиріг – хоч об дорогу кидай* (Ужченко, 1998) 'невдача'. У цьому прикладі питомий складовий компонент ФО покликаний метафорично репрезентувати ситуацію, яка символізує невдачу або поразку.

Найменш продуктивними в українському корпусі дослідження виявилися фразеологізми з компонентом *тісто*, їх кількість становить 8 од. (12,5%). Тісто є сукупністю харчових продуктів, заготовкою для хлібобулочних виробів, адже з нього випікаються, варяться і смажаться всі борошняні вироби. Натомість в українській фразеології цей компонент знайшов широке застосування:

(19) укр. *з іншого тіста* (Ужченко, 1998) 'не схожий на інших, не однаковий з іншими'. Компонент *тісто* репрезентує якості людини, яка помітно суттєво відрізняється від інших;

(20) укр. *з одного (такого ж) тіста* (Ужченко, 1998) 'однаковий з ким-, чим-небудь, подібний, схожий'. Ця ФО має протилежне значення до прикладу переднього й натомість позначає якості людини, яка не відрізняється від тих, із ким її порівнюють;

(21) укр. *з м'якого тіста* (Ужченко, 1998) 'безвольний, непослідовний у своїх діях, поглядах, переконаннях'. Як і в прикладах (19) і (20), лексичний компонент *тісто* має значення певних якостей і рис характеру людини, які порівнюються з фізичними якостями тіста – м'якість, аморфність тощо.

**Висновки.** Їжа та продукти харчування є не тільки елементами фізіологічної діяльності людини, а й важливим складником міжособистісної комунікації та культурного коду нації. У свою

чергу, ФО є одним із найбагатших ресурсів інформації про культурний код носіїв мови зокрема та світобачення мовної спільноти в цілому, де чільне місце посідають одиниці з компонентом «хлібобулочні вироби».

Інвентар лексичних компонентів на позначення хлібобулочних виробів, задіяних у формуванні аналізованих ФО, у цілому демонструє ізоморфні риси: 4 одиниці в англійській мові (*bread* 'хліб', *pie* 'пиріг', *cookie* 'печиво', *cake* 'торт') і 3 – в українській (*хліб*, *пиріг*, *тісто*), два з яких є спільними для обох досліджуваних мов: хліб і пиріг. Аломорфізм досліджуваних мов полягає в залученні до формування ФО компоненту *cookie* 'печиво' в англійській мові та *тісто* – в українській, які формують лакуни у відповідних мовах.

В англійській мові найбільш продуктивною є група ФО з елементом *bread* 'хліб' (58 од., 36%), менш продуктивними є групи з компонентом *cake* 'торт' (46 од., 28,6%) і *pie* 'пиріг' (36 од., 22,4%). Найменшою продуктивністю характеризується група ФО з компонентом *cookie* 'печиво' (21 од., 13%). В українській мові значно домінує група ФО з компонентом *хліб* (42 од., 65,6%), менш продуктивними є ФО з компонентом *пиріг* (14 од., 21,9%), найменшою продуктивністю характеризується група ФО з компонентом *тісто* (8 од., 12,5%).

Кількісний аналіз емпіричного корпусу дослідження дає змогу зробити висновок, що досліджувані мови переважно демонструють ізоморфізм, де *bread/хліб* є найбільш значущим хлібобулочним виробом в обох досліджуваних лінгвокультурах, утім аломорфна риса полягає в тому, що в українськомовному суспільстві він значно домінує, займаючи майже вдвічі більшу частку корпусу дослідження порівняно з емпіричною базою дослідження в англійській мові. Рівнозначними для англійськомовної лінгвокультури є *cake* та *pie*, які охоплюють практично рівнозначну частку емпіричного матеріалу (28,6% і 22,4% відповідно). Найменшу вагу у відповідних лінгвокультурах мають лакунарні хлібобулочні вироби *cookie* (13%) і *тісто* (12,5%).

Перспектива подальшого дослідження полягає в розширенні емпіричного корпусу за рахунок ФО з іншими гастрономічними компонентами з подальшим визначенням вагомості різних продуктів харчування для англійсько- та українськомовної лінгвокультур у зіставленні.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виноградов В. В. Избранные труды : Лексикология и лексикография. Москва : Наука, 1977. 308 с.
2. Залужна О. О., Головенько В. В. Особливості генези та функціонування синестетичної метафори в оглядах українських страв та продуктів харчування (на матеріалі YouTube відео англійськомовних блогерів). *Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах* : збірник наук. праць / М. Я. Оленяк (голов. ред.). Вінниця :

ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. Вип. 38. С. 62–73. URL: <http://dx.doi.org/10.31558/2075-2970.2019.38.6> (дата звернення: 10.06.2021).

3. Запужляк І. М. Структурні та семантичні особливості фразеологізмів з компонентом на позначення неживої природи в англійській та українській мовах : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17 / Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця, 2021. 252 с.

4. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва : Высш. шк. ; Дубна : Изд. центр «Феникс», 1996. 381 с.

5. Левченко О. П. Фразеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект : монографія. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2005. 349 с.

6. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ : Наукова думка, 1973. 278 с.

7. Творун С. Сакральна цінність хліба в українській народній культурі: традиційні поминальні хліби. *Музей Івана Гончара. Національний центр народної культури*. 2013. URL: <https://honchar.org.ua/p/sakralna-tsinnist-hliba-v-ukrajinskij-narodnij-kulturi-tradytsijni-pomynalni-hliby/> (дата звернення: 10.06.2021).

8. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. Київ : Освіта, 1998. 224 с.

9. Archaeobotanical Evidence Reveals the Origins of Bread 14,400 Years Ago in Northeastern Jordan / A. Arranz-Otaegui, A. G. Carretero, M. N. Ramsey, Q. D. Fuller, T. Richter. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2018. № 115 (31). P. 7925–7930. URL: <http://doi.org/10.1073/pnas.1801071115> (дата звернення: 10.06.2021).

10. Cocking L. Why the UK Has So Many Words for bread? *BBC News. Food & Hospitality*. 18<sup>th</sup> July 2018. URL: <https://www.bbc.com/travel/article/20180717-why-the-uk-has-so-many-words-for-bread> (дата звернення: 10.06.2021).

11. Dunbar R. I. M. Breaking Bread: the Functions of Social Eating. *Adaptive Human Behavior and Physiology*. 2017. Vol. 3. P. 198–211. <https://doi.org/10.1007/s40750-017-0061-4> (дата звернення: 10.06.2021).

12. Hayden B. Feasting in prehistoric and traditional societies. *Food and the status quest: An interdisciplinary perspective* (p. 127). In P. Wilson, P. Weissner, & W. Schiefelhövel (Eds.). Oxford : Berghahn, 1996. P. 27–148.

13. Longman Idioms Dictionary (LID). Longman Ltd., 1998. 398 p.

14. Renfrew J. Food and Cooking in Medieval Britain, English Heritage. 1985. 47 p.

#### REFERENCES

1. Vinogradov V. V. Izbrannyye trudy : Leksikologiya i leksikografiya. [Selected Works. Lexicology and Lexicography]. Moscow : Nauka, 1977. 308 p. [in Russian].

2. Zaluzhna O. O., Holovenko V. V. Osoblyvosti henezhy ta funktsionuvannya synestetychnoi metafory v ohliadakh ukrain-skykh strav ta produktiv kharchuvannya (na materialy YouTube video anhliiskomovnykh bloheriv). [Peculiarities of Genesis and Functioning of Synesthetic Metaphor in Reviews of Ukrainian Dishes and Food Products (on the Material of YouTube Videos of English Speaking Bloggers)]. *Typolohiia movnykh znachen u diakhronichnomu ta zistavnomu aspektakh*. 2019. Issue 38. P. 62–73. DOI: <http://dx.doi.org/10.31558/2075-2970.2019.38.6> [in Ukrainian].

3. Zapukhliak I. M. Strukturni ta semantychni osoblyvosti frazeolohizmiv z komponentom na poznachennia nezhyvoi pryrody v anhliiskii ta ukrainskii movakh. [Structural and Semantic Peculiarities of Phraseological Units with the Component Denoting Inanimate Nature in English and Ukrainian]. Diss. ... PhD in Philology : 10.02.17. Vasyl' Stus Donetsk National University. Vinnytsia, 2021. 252 p. [in Ukrainian].

4. Kunin A. V. Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyika. [The Course of Phraseology on Modern English Language]. Moscow : Vyssh. shk., Dubna : Izd. tsentr "Feniks", 1996. 381 p. [in Russian].

5. Levchenko O. P. Frazeolohichna symbolika: lnhvokulturolohichnyi aspekt. [Phraseological Symbols: Linguocultural Aspect]. Monograph. Lviv: LRIDU NADU, 2005. 349 p. [in Ukrainian].

6. Skrypnyk L. H. Frazeolohiia ukrainskoi movy. [Phraseology of the Ukrainian Language]. Kyiv : Naukova dumka, 1973. 278 p. [in Ukrainian].

7. Tvorun S. Sakralna tsinnist khliba v ukrainskyi narodni kulturi: tradytsiini pomynalni khliby. [Sacred Value of Bread in Ukrainian Folk Culture: Traditional Commemorating Breads]. Muzei Ivana Honchara. Natsionalnyi tsentr narodnoi kultury. [Ivan Honchar Museum. National Centre of Folk Culture]. 2013. Retrieved 10 June 2021 from : <https://honchar.org.ua/p/sakralna-tsinnist-hliba-v-ukrajinskij-narodnij-kulturi-tradytsijni-pomynalni-hliby/> [in Ukrainian].

8. Uzhchenko V. D., Uzhchenko D. V. Frazeolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy. [Phraseological Dictionary of the Ukrainian Language]. Kyiv : Osvita, 1998. 224 p. [in Ukrainian].

9. Arranz-Otaegui A., Carretero A. G., Ramsey M. N., Fuller Q. D., Richter T. Archaeobotanical Evidence Reveals the Origins of Bread 14,400 Years Ago in Northeastern Jordan. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Jul 2018. 115 (31). P. 7925–7930. DOI: <http://doi.org/10.1073/pnas.1801071115>

10. Cocking L. Why the UK Has So Many Words for bread? *BBC News. Food & Hospitality*. 18<sup>th</sup> July 2018. Retrieved 22 June 2021 from <https://www.bbc.com/travel/article/20180717-why-the-uk-has-so-many-words-for-bread>

11. Dunbar R. I. M. Breaking Bread: the Functions of Social Eating. *Adaptive Human Behavior and Physiology*. 2017. Vol. 3. P. 198–211. <https://doi.org/10.1007/s40750-017-0061-4>

12. Hayden B. Feasting in prehistoric and traditional societies. *Food and the status quest: An interdisciplinary perspective* (p. 127) In P. Wilson, P. Weissner, & W. Schiefelhövel (Eds.). Oxford : Berghahn, 1996. P. 127–148.

13. Longman Idioms Dictionary (LID). Longman Ltd., 1998. 398 p.

14. Renfrew J. Food and Cooking in Medieval Britain, English Heritage. 1985. 47 p.