

## ПОНЯТІЙНИЙ ТА СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ ІДІОМ, ЩО МІСТЯТЬ СКЛАДНІ ІМЕННИКИ

*Розглядаються понятійний та стилістичний аспекти ідіом, що містять складні іменники. Пропонується їхня комплексна класифікація за стилістичними ознаками. На основі опрацьованого матеріалу визначається подальша спрямованість дослідження на розкриття природи складних слів, а саме іменників, у складі фразеологічних одиниць, або ідіом, зокрема, в межах стилістичного підходу.*

**Ключові слова:** ідіома, фразеологічна одиниця, складний іменник, стилістичне забарвлення.

*Рассматриваются понятийный и стилистический аспекты идиом, включающих сложные существительные. Предлагается их комплексная классификация по стилистическим признакам. На основе изученного материала определяется дальнейшая направленность исследования на раскрытие сути и природы сложных слов, а именно существительных, в составе фразеологических единиц и идиом, в частности, в рамках стилистического направления научного поиска.*

**Ключевые слова:** идиома, фразеологическая единица, сложное существительное, стилистическая окраска.

*The article deals with the differentiation and stylistics aspects of idioms with compound nouns. Their comprehensive classification on the basis of stylistic coloring is presented. Taking into consideration the lexicographic sources and data obtained the author determines the perspectives of further investigation and pays special attention to the etymology of compound nouns within the structure of some phraselogical units and idioms from the stylistics point of view.*

**Key words:** idiom, phraseological unit, compound noun, stylistic coloring.

Нині дедалі частіше виникає потреба в нових найменуваннях сучасних реалій, що спричинює зосередження уваги лінгвістів на пошуках засобів вираження понять через лексичну систему. Серед найпродуктивніших способів поповнення та розширення словника – утворення нових слів за допомогою перевірених, наявних у мові засобів, зокрема словотвору [4, с. 3]. Незважаючи на те, що починаючи з середини ХХ століття словотвір потрактовують як самостійну дисципліну і доволі ґрунтовно вивчають один із найбільш продуктивних словотвірних способів – словоскладання [2, с. 4], фразеологічні одиниці, що містять складні іменники, залишаються дослідженими лише частково. Отже, актуальність дослідження визначається його спрямованістю на розкриття природи складних слів, а саме, іменників у складі фразеологічних одиниць та ідіом у межах стилістичного підходу.

Попри той факт, що значна кількість складних слів є складовою частиною ідіом, усе ще недостатньо вивчені фразеологічні одиниці, що містять складні іменники. На сьогодні не існує єдиної комплексної стилістичної класифікації таких ідіом відповідно до їхнього стилістичного забарвлення, отже, це не виключає помилкового

використання даних виразів у певних лінгво-комунікативних ситуаціях.

Серед праць, присвячених вивченню різних аспектів фразеології, на наш погляд, слід особливо наголосити на фундаментальних і новітніх розвідках таких лінгвістів, як І. Р. Гальперін [7; 8], Н. Н. Амосова [1], О. С. Педа [5], Г. Б. Антрушина [2]. Безумовний всебічний внесок згаданих вище лінгвістів у розвиток стилістики, лексикології та фразеології зокрема послужив методологічною основою нашого дослідження.

Дослідник сучасної фразеології О. С. Педа звертає увагу на умовність визначення фразеологічної одиниці (зосібна, ідіоми) і зазначає, що воно включає різноманітне коло понять, а саме: фразеологічні одиниці (лексично нерозривні словосполучення), прислів'я та приказки, біблійні і євангельські висловлювання, звороти з античної літератури, крилаті вислови, створені письменниками і поетами, тобто всі стійкі, нерозривні словосполучення, закріплені вживанням. Звідси й різноманітна термінологія: фразеологічні вирази називають фразеологічними одиницями, фразеологічними сполученнями, стійкими поєднаннями, ідіомами, ідіоматичними виразами, фраземами та

ін. Проте не всі вчені вважають фразеологічними одиницями прислів'я та приказки, крилаті вислови й афоризми [5]. Однак, відповідно до Oxford Dictionary of Idioms, прислів'я та приказки все ж слід вважати ідіомами.

Беручи до уваги необхідність висвітлення понятійного аспекту досліджуваної проблеми та висновки на основі контекстологічного методу аналізу словосполучень, які за Н. Н. Амосовою, забезпечують об'єктивну класифікацію фразеологічних одиниць з їхнім відокремленням від вільних словосполучень, у нашому науковому пошуку послугуватимемося визначенням Н. Н. Амосової. Отже, ідіома (idiom) – це нерозривне, стійке, образне і емоційне поєднання слів, що утворюють єдине ціле, вжите, як правило, в переносному значенні, не представленою сумою значень компонентів [1, с. 14].

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що вперше узагальнено отримані дані з урахуванням емоційної забарвленості таких фразеологізмів. З метою укладання попередньої авторської класифікації ідіом англійської мови, що містять складні іменники, на основі сучасних словників ідіом та евфемізмів англійської мови були опрацьовані такі джерела: Oxford Dictionary of Idioms; How Not To Say What You Mean; A Dictionary of Euphemisms. Загальна кількість опрацьованого матеріалу становила 148 одиниць фразеологічних виразів, дібраних шляхом лексикографічної вибірки.

Методи дослідження зумовлені метою та особливостями аналізованого матеріалу. Дедуктив-

ний дав підстави на основі конкретних результатів зробити загальні висновки, методуку безпосередніх складників використано для виділення компонентів словотвірних моделей, дистрибутивний аналіз застосовано для визначення особливостей одиниць у різному оточенні, елементи статистичного аналізу слугували опрацюванню та підтвердили достовірність отриманих даних.

Схилиючись до думки, що прислів'я та приказки все ж таки належать до ідіом за визначенням і сутністю, можемо зазначити, що серед досліджуваного матеріалу лише 4 одиниці – прислів'я, а саме: *an Englishman's home is his castle; out of the frying pan into the fire; teach your grandmother to suck eggs; a bad workman blames his tools*.

Незважаючи на те, що фразеологічні одиниці носять образний характер та вживаються у переносному значенні, більшість з розглянутих ідіом не мають чітких стилевих чи емоційних характеристик. Проте, згідно з опрацьованими лексикографічними джерелами, деякі фразеологічні вирази марковані як неформальні (informal) – *in the catbird eat*, літературні (literary) – *wormwood ant gall*, несхвальні (disapproving) – *jump on the band wagon*, гумористичні (humorous) – *the little gentleman in the velvet coat*, застарілі (dated) – *fling (throw) your cap over the windmill*, вульгарні (vulgar) – *be built like a brick shithouse* та евфемістичні (euphemistic) – *blow a raspberry*.

Результати статистичного опрацювання отриманих даних зведені в узагальненому вигляді у таблицю.

Таблиця 1

## Класифікація ідіом з урахуванням стилістичного забарвлення

Нейтральні	103	69,6 %
Літературні	2	1,35 %
Неформальні	24	16,2 %
Несхвальні	2	1,35 %
Вульгаризми	1	0,675 %
Евфемізми	8	5,4 %
Гумористичні	2	1,35 %
Прислів'я	4	2,7 %
Застарілі	2	1,35 %
Разом	148	100 %

Розглянемо таблицю детальніше. Перше місце у ній посідають нейтральні ідіоми, кількість яких значно переважає стилістично забарвлені фразеологічні вирази у зв'язку з тим, що і в словниковому складі мови нейтральний шар домінує. Такі ідіоми можуть бути вжиті в будь-якій лінгвокомунікативній ситуації без урахування стилістичних маркерів. За ними у наступному рядку – літературні фразеологізми – знаходяться вирази, які характеризуються обмеженим колом застосування і в англійській мові мають промовисту назву *bookish words*. Їхня кількість дуже мала, що можна пояснити неформальною особливістю ідіом як феномена в загальному. Особливе місце у нашій класифікації посідають

вирази розмовного прошарку мовлення. Цікаво, що більшість з них у лексикографічних джерелах позначена як неформальні, проте деякі отримали маркування вулгарного характеру, що пов'язано з відтінками їхнього значення. Отже, за неформальними ідіомами йдуть несхвальні, адже вони хоч і виражають негативне ставлення мовця до ситуації у неформальній формі, все ж не мають сильно визначеного емоційного забарвлення. На відміну від них, вульгаризми слугують для комунікативного втілення яскравих емоцій і містять негативний заряд в асоціаті. Передбачається, що в сучасному розвитку семантики мовних одиниць психолінгвістичні явища й механізми їх виникнення та функціонування посідають важливе місце, а якість

психологічно реального значення мовних одиниць великою мірою залежить від історико-культурного розвитку певного етносу, який визначає спосіб мислення й світосприйняття, світовідчуття світорозуміння [3, с. 51-52].

Отже, ідіоми, які в нашій таблиці отримали позначку *вульгарні*, вважаються грубими, неввічливими та небажаними для використання у звичайному мовному середовищі. Для втілення неприйняттого, неприємного або загрозового для мовця у ввічливій формі застосовуються евфемістичні ідіоми. Відомо, що евфемізм є наслідком лексичного табу (заборони) когнітивно-прагматичних факторів упередження, марновірства, релігійних вірувань. Усі ці чинники, безумовно, накладаються на вживання назв певних предметів і явищ навколишнього світу, внаслідок чого людина вдається до утворення і застосування нових виразів. Характерно, що нові позначення «непристойних» предметів і явищ із часом втрачають характер евфемізмів, починають сприйматися як загально-вживана лексика, тому поповнення словникового складу за рахунок евфемістичних одиниць повинно безперервно фіксуватися. Мовний простір масової культури активно заповнюється евфемістичною лексикою, з акцентом на заохоченні суспільства до витворів сучасного масового мистецтва, які часто навмисно наповнюються стигматичними денотатами та спонукають до евфемістичних засобів висловлення думки.

Згідно з результатами нашого дослідження, кількість евфемістичних ідіом значно переважає над вульгаризмами. Наступними в таблиці зазначені ідіоми гумористичного характеру, які утворюються та функціонують за схожою схемою, проте застосовуються лише з метою досягнення гумористичного ефекту. Останні місця таблиці за кількісними показниками займають прислів'я та застарілі фразеологізми, адже з приводу понятійної та стилістичної належності перших до ідіом серед сучасних науковців нема однозначності, а другі майже не вживаються в сучасній англійській мові.

Попередні результати дослідження свідчать про те, що у вітчизняній та зарубіжній фразеології відсутній однозначний підхід до визначення ідіоматики [6, с. 317]. В основному вчені включають прислів'я (з повним осмисленням значень їхніх складових, стилістичного забарвлення) до ідіоматики. Попри те, що лінгвісти демонструють єдність у твердженні, що ідіома – словосполучення, чіє значення не відокремлюються від значення її компонентів, питання універсального визначення ідіом та критеріїв їхньої класифікації по сьогодні залишаються відкритими та цікавлять фразеологів. Вивчення ідіоми, як комплексного мовного знака, розширює межі досліджень ідіоматики та дозволяє здійснювати міждисциплінарний науковий пошук, послуговуючись напрацюванням лінгвокультуро-логії, когнітивістики, соціо- та психолінгвістики.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. – СПб. : Изд-во Ленингр. уни-та, 1963. – 208 с.
2. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. – М. : Дрофа, 2001. – 288 с.
3. Засєкіна Л. В. Психологічна діагностика : [навч. посіб.] / Л. В. Засєкіна, С. В. Засєкін. – Луцьк : Вежа, 2008. – 188 с.
4. Мацкуляк Ю. Й. Структура, семантика та функціонування складних іменників у сучасній німецькій мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Ю. Й. Мацкуляк. – Чернівці, 2008. – 20 с.
5. Педа О. С. Специфіка експресивних засобів мови (фразеологічних одиниць) у газетно-інформативному тексті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://statitablohy.ezreklama.com/pub/articles/linghivistika/spietsifikaiekspiesivnikhzasobim>.
6. Чернобай С. Е. Определение идиомы в современной фразеологии / С. Е. Чернобай // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В.И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации», 2001. – Том 24 (36) № 3. – С. 317–322.
7. Galperin I. An Essay in Stylistic Analysis / I. Galperin. – М. : Высшая школа, 1968. – 68 с.
8. Galperin I. R. Stylistics / I. R. Galperin. – М. : Высшая школа, 1977. – 332 p.
9. Holder R. W. How Not To Say What You Mean : A Dictionary of Euphemisms / R. W. Holder. – Oxford : Oxford University Press, 2002. – 501 p.
10. Oxford Dictionary of Idioms / [ed. Judith Siefring]. – 2-nd edition. – Oxford : Oxford University Press, 2004. – 340 p.

© Манютіна О. І., Соколова Н. О., 2013

Дата надходження статті до редколегії 10.04.2013 р.

**МАНЮТІНА Олена Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент, в.о. зав. каф. іноземних мов для природничих факультетів, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

**Коло наукових інтересів:** лінгвістика тексту, фразеологія.

**СОКОЛОВА Наталія Олегівна** – студентка 4 курсу кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Коло наукових інтересів:** функціональна лінгвістика, неологічний та гендерний аспект сучасної англійської мови.