

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИХ ТИПОВ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКИ

А. С. Вершкова

Белорусский государственный университет, г. Минск,

nastyavs13@mail.ru

науч. рук. – В. Ф. Толстоухова, канд. пед. наук, доц.

В данной статье анализируются различные группы фразеологизмов в английском языке. За основу анализа в данной статье взята классификация фразеологизмов, предложенная А. В. Кунина. В работе раскрыты такие понятия, как номинативные фразеологические единицы, номинативно-коммуникативные фразеологические единицы и междометные фразеологические единицы и коммуникативные фразеологические единицы. Автором было изучены четыре группы с компонентами деньги, погода, животные и еда. Представленные в статье результаты исследования показывают процентное соотношение классов фразеологизмов как внутри вышеуказанных групп, так и среди общего количества фразеологических единиц. На основании полученных данных было выявлено, какие класс фразеологизмов является самым многочисленным, а какой – самым малочисленным. Полученные данные могут быть использованы при проведении занятий по лексикологии, теории и практики перевода.

Ключевые слова: классификация фразеологизмов; номинативные фразеологические единицы; номинативно-коммуникативные фразеологические единицы; междометные фразеологические единицы; коммуникативные фразеологические единицы.

Фразеологизмы являются одной из неотъемлемых частей любого языка. Согласно «Словарю лингвистических терминов» Т.В. Жеребило, фразеологизмы представляют собой «устойчивые обороты, значения которых основано на возникновении постоянного контекста, возникающего тогда, когда одно из слов выпадает из свободного употребления, превращаясь в компонент составной лексемы» [1, с. 438].

Существует различные варианты классификаций фразеологизмов. Самая популярная из них принадлежит В. В. Виноградову. Он на основе степени семантического опрощения выделяет фразеологические сращения, фразеологические единства и фразеологические сочетания.

Однако, являясь популярной, данная классификация многократно подвергалась критике из-за отсутствия чётких границ для распределения фразеологических единиц по вышеуказанным группам. Так, А.И Смирницким была создана своя классификация, включающая в себя фразеологические единицы и идиомы. Данное разделение во многом основано стилистическом критерии.

На наш взгляд, наиболее приемлемой и последовательной является классификация А. В. Кунина, включающая в себя номинативные фразеологические единицы, номинативно-коммуникативные фразеологиче-

ские единицы, междометные фразеологические единицы и коммуникативные фразеологические единицы.

Номинативные фразеологические единицы представляют собой обороты, выполняющие функцию называния, то есть обозначения предметов, явлений, действий, состояний, качеств и т.п. Свойственной им является функция осложненной номинации. Среди номинативных фразеологических единиц различают субстантивные, адвербиальные, адъективные и предложные обороты. В состав данного типа включены фразеологизмы разных структурных типов, такие как обороты со структурой словосочетания, обороты со структурой сравнений, обороты со структурой придаточного предложения с определяемым им словом или без него и обороты с сочинительной структурой.

К номинативно-коммуникативным фразеологическим единицам относятся глагольные обороты. Они могут быть представлены как в виде словосочетаний, так и структурами с подчинительной связью. Глагольные фразеологизмы могут выражать объектные и объектно-обстоятельственные отношения. Объектным отношениям свойственны различные структуры, простейшим из которых является сочетание глагола с существительным. Объектно-обстоятельственные отношения также представляют большое количество фразеологических единиц, однако структурное разнообразие здесь отсутствует. Данному типу отношений соответствуют сочетания глаголов с предлогами.

Междометные фразеологические единицы представляют собой различные структуры, играющие роль междометий. Они являются отражением эмоций и волеизъявлений человека. Практически все междометные фразеологические единицы имеют оценочное значение, выражают отношение человека к окружающему миру или самому себе. Это связано с тем, что междометия по своей природе относятся к эмотивным образованиям.

К коммуникативным фразеологическим единицам относятся фразеологизмы, являющиеся предложениями. Чаще всего они имеют пословичный характер. А. В. Кунин в работе «Курс фразеологии современного английского языка» пишет: «Под пословицами обычно понимаются афористически сжатые изречения с назидательным смыслом в ритмически организованной форме» [2, с. 176].

Учитывая тот факт, что пословицы всегда являются предложениями, среди фразеологических единиц данного типа можно встретить различные виды предложений, как с простыми, так и со сложными конструкциями.

Помимо пословиц к коммуникативным фразеологическим единицам относятся поговорки, которым не выполняют директивную, назидательно-оценочную функцию пословиц.

В английском языке, как и в любом другом, существует огромное количество фразеологизмов. Для исследования были выбраны четыре группы фразеологизмов: фразеологизмы с компонентом деньги, погода, животные и еда.

В группе фразеологизмов с компонентом деньги процентное соотношение было следующее. К номинативному классу были отнесены 15 фразеологизмов (*as sound as a dollar, at all costs, cash-and-carry, color of their money, dollar for dollar, dollars for doughnuts, front money, easy money, golden handshake, hush money, in the money, mad money, other side of the coin, pennies from heaven*), что составило 60% от общего количества. К номинативно-коммуникативному – 5 фразеологизмов (*bet your bottom dollar, control the purse strings, feel like a million dollars/bucks, get a run for your money, take the money and run*), что составило 20%. К коммуникативному тоже 5 фразеологизмов (*A fool and his money are soon parted. A light purse is a heavy curse, A penny saved is a penny earned, Have money to burn/burning a hole in your pocket, He who pays the piper calls the tune, Money doesn't grow on trees*), 20% процентов соответственно. Междоветный класс здесь не был представлен.

В группе фразеологизмов с компонентом погода к номинативному классу принадлежат только 7 фразеологизмов (*calm before the storm, under the weather, a fair-weather friend, face like thunder, a ray of sunshine, a fair-weather friend, spring clean*). 28% от общего числа. Самым многочисленным в данной группе стал номинативно-коммуникативный класс. К нему относятся 15 фразеологизмов (*steal one's thunder, break the ice, take a rain check, get wind of something, to not have the foggiest (idea), to have one's head in the clouds, to be snowed under, to chase rainbows, to throw caution to the wind, to think the sun rises and sets, to put on ice, to have snow on the mountain, save for a rainy day, come rain or shine, blow hot and cold*), что составляет 60% от общей группы. К коммуникативному относятся 3 фразеологизма (*It never rains but it pours. After rain comes fair weather, Every cloud has a silver lining*), 12% соответственно. Междоветный класс не представлен.

Среди фразеологизмов с компонентом животные к номинативному классу относятся 18 фразеологизмов (*lion's share, white elephant, as stubborn as a goat, a can of worms, at a snail's pace, straw that broke the camels back, fly on the walls, the black sheep, a dark horse, a dead horse, from the horse's mouth, the dog days, a lone wolf, as scared as a rabbit, rabbit hole, as poor as a church mouse, paper tiger, a bull in a china shop*), что составляет

72% процента от общего количества. К номинативно-коммуникативному классу 6 (to cry wolf, to keep the wolf from the door, to let the cat out of the bag, to follow like sheep, to lead a cat and dog life, to sleep like a dog), 34% соответственно. К междоментному классу относится 1 фразеологизм (hold your horses!), 4% от общего числа. Коммуникативный класс в данной группе не представлен.

Отобранные фразеологизмы с компонентом еда распределены следующим образом. К номинативному классу относятся 10 фразеологизмов (couch potato, apple of one's eye, hard nut to crack, in a nutshell, full of beans, big cheese, a piece of cake, as keen as a mustard, sour grapes, a bad apple, cool as a cucumber), 40% соответственно. К номинативно-коммуникативному классу – 11 (to be one's cup of tea, sell like hot cakes, take something with a pinch (grain) of salt, be like chalk and cheese, to buy a lemon, to spill the beans, to butter up, to take something with a pinch/grain of salt, to have/put all your eggs in one basket, to cry over spilled milk, to know one's onions), 44% от общего числа. Необходимо отметить, что проценты данных классов практически одинаковые. Коммуникативному классу принадлежат 3 фразеологизма (It's another cup of tea. There's one rotten apple in the barrel. One man's meat is another man's poison.), 12% соответственно. Междоментный класс не представлен.

Таким образом, в результате анализа всех выше указанных групп фразеологизмов, были сделаны следующие выводы. Доминирующим классом фразеологизмов стал номинативный класс (50%). Вторым по численности является номинативно-коммуникативный класс (38%). Третьим – коммуникативный класс (11%). Междоментный класс оказался самым малочисленным (1%).

Библиографические ссылки:

1. *Жеребило Т. В.* Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. Назрань : ООО «Пилигрим», 2010.
2. *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка : Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., перераб. М. : Высш. шк., Дубна : Изд. центр «Феникс», 1996.