

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-215>

УДК 81'33

Цьох Л.Й.

Ужгородський національний університет

Теодорович Л.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З БРИТАНСЬКИМ ЕТНОКУЛЬТУРНИМ КОМПОНЕНТОМ: ЛІНГВОСТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Анотація. У статті висвітлюються структурно-семантичні особливості фразеологізмів із британським етнокультурним компонентом. Дослідження проводиться на основі корпусних технологій у квантитативному аспекті. На основі сформованого дослідницького корпусу із 335 етномаркованих фразеологізмів, де наведено їх значення та коментар до нього, вказано тип етнокультурного маркера, джерело лінгвокультурної інформації, визначено належність кожної фразеологічної одиниці до певного структурного типу, з'ясується особливості їх змістової організації. Доведено, що фразеологічні одиниці з етнокультурним компонентом – важливий елемент мовної картини світу. Етнокультурний компонент значення фразеологізму представлений в основному онімами і реаліями та вмотивований національною культурою: історичними фактами, традиціями, звичаями, міфами, повір'ями, краєзнавчими, етнографічними, політичними термінами та іншими найменуваннями суспільної діяльності народу.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, етнокультурний компонент, етнокультурний маркер, джерело етнокультурної інформації, структурна модель, дослідницький корпус, онім, реалія.

Siokh Larysa

Uzhhorod National University

Teodorovych Larysa

Lviv Polytechnic National University

STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE BRITISH ETHNO-CULTURAL COMPONENT: QUANTITATIVE ANALYSIS

Summary. The article highlights structural and semantic features of phraseological units with a British ethno-cultural component. The research was conducted on the basis of corpus technologies in quantitative aspect. A specific ethno-cultural phraseological data set was constructed based on idiomatic dictionaries (2 English-English ones, English-Ukrainian and English-Russian) as well as specialized sites dedicated to British phraseology. The following criteria were used in the construction of the research corpora: the proper name or the non-equivalent words characterizing British everyday living environment as a component of the phraseological unit and / or a vocabulary note in the lexicographic description, usually *Brit*. After being processed in MS Excel, the corpora contains the following data: 335 phraseological units with ethno-cultural component, their interpretation, commentary on it, type of ethno-cultural marker, source of country-specific information, structural type of idiom. Ethno-cultural markers indicate the affiliation of a particular phraseological unit to British linguistic culture, as well as actualize the background knowledge necessary to understand the phraseological meaning. In research corpora there are the following type of ethno-cultural markers: realia (49%), anthroponyms (18%), toponyms (15%), other proper names (18%). The analysis of ethno-cultural information sources, forming the meaning of the phraseological units with ethno-cultural component, revealed that it is referred to ethnography, historical facts and figures, local history, art, customs and traditions, scientific literature, politics, folklore and fiction. Structural classification of phraseological units establishes that the following types of them are available in the research corpora: verbal (31,34%), substantial (31,34%), adjective (2,09%), adverbial (0,90%), exclamation sentences (6,57%). Structurally separated groups of phraseological units can be divided into subgroups according to the type of structural model. The most common formations are the following combinations: V + N, V + like + Adj + N, N's + N, Adj + N, N + N, (as +) Adj + as + N, Prep + N, N +Prep/ Conj + N etc.

Keywords: phraseological unit, ethno-cultural component, ethno-cultural marker, source of ethno-cultural information, structural model, proper name, realia, research corpora.

Постановка проблеми. Теоретичні дослідження фразеології у сучасній лінгвістиці багатоаспектні і охоплюють широке коло проблем: вивчається семантика і структура фразеологічних одиниць, проводяться класифікації фразеологізмів за різними ознаками, з'ясовуються джерела їх виникнення, прослідковуються структурні зв'язки у фразеологічних системах, окреслюється стилетворча роль фразеологічних одиниць у мові письменників тощо. На думку багатьох дослідників, саме фразеоло-

гія втілює історичну пам'ять народу, відображаючи як мовний, так і культурний досвід нації, що актуалізує лінгвокультурологічні дослідження фразеології. Фразеологія – це «дзеркало, в якому лінгвокультурне суспільство ідентифікує своє національне самоусвідомлення» [6, с. 104].

Дослідження фразеології різних мов у руслі лінгвокультурології спрямовані на виявлення компонентів етнічної культури, виражених як у формі, так і значенні ідіом. Фразеологія будь-якої мови вважається цінною лінгвістичною

спадщиною, в якій представлені такі компоненти національної культури, як звичаї, традиції, вірування, історія мови та її носіїв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Національно-культурна своєрідність фразеологічних одиниць була об'єктом уваги вчених протягом тривалого часу, і на цей момент існують узагальнюючі класифікації різних підходів до їх вивчення. У більшості розглянутих робіт вчені виділяють чотири основних напрямки: лінгвокраїнознавчий, контрастивний, когнітивний, лінгвокультурологічний [8; 9, с. 2–20; 12, с. 227–229].

При дослідженні фразеології з урахуванням лінгвокраїнознавчого аспекту вчені описують і класифікують явища навколишньої дійсності, відбиті в компонентному складі фразеологічної одиниці. На думку лінгвістів, національно-культурна специфіка фразеологічних одиниць виражається в наявності тих чи інших екстралінгвістичних реалій, що характерні для даної культури і належать до фонових знань носіїв мови [4, с. 150; 11, с. 19–31]. Вчені-фразеологи (наприклад, В. Маслова [5], Т. Черданцева [7], Д. Добровольський [3]), дедалі частіше наголошують на національно-культурній специфіці фразеологічних одиниць тієї чи іншої мови, оскільки саме вони відображають традиції, звичаї, реалії, пов'язані з легендами, історичними фактами, літературними джерелами тощо.

Культурологічна цінність фразеологізмів, на думку Є. Верещагіна та В. Костомарова, має три складові: а) фразеологізми відображають національну культуру комплексно, тобто своїм ідіоматичним значенням, всіма компонентами разом; б) національно-культурна специфіка виражається розчленовано, тобто окремими компонентами фразеологізмів; в) фразеологізми відображають народну культуру своїми прототипами, оскільки генетично вільні словосполучення описували окремі звичаї, традиції, подробиці побуту та культури етносу тощо [2, с. 85–86].

Є. Чернякова зазначає, що національно-культурні риси фразеологізмів з урахуванням лінгвокраїнознавчого аспекту можуть проявлятися на трьох рівнях:

1. Безеквівалентні фразеологізми, існування яких пояснюється вибірковістю фразеологічної номінації народів-носіїв національної мови.
2. Фразеологізми, що містять у собі будь-які екстралінгвістичні реалії, відомі носіям однієї нації, а також оніми, характерні для якоїсь однієї країни.
3. Національна специфіка фразеологізму може відображати історію народу, своєрідні традиції, звичаї, вірування народу, закладені в його прототипі [8].

Таким чином, етнокультурні особливості фразеологізмів привертають увагу сучасних лінгвістів перш за все з позицій відображення національного менталітету.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Попри те, що в сучасному мовознавстві вивчення фразеології досягло значних успіхів і базується на досягненнях як вітчизняної, так і зарубіжної фразеологічної науки, і надалі спостерігається активне опрацювання різних типів фразеологічних одиниць як репрезентантів мовної картини світу, зокрема і етномаркованих. Розвиток комп'ютерної лінгвістики і зростання уваги до статистичних методів обробки мовного матеріалу за останні роки привели до розробки цілого ряду методик, заснованих на корпусних та лінгвостатистичних технологіях. Семантичні особливості англійських фразеологічних одиниць з британським етнокультурним компонентом у такому ракурсі ще не розглядалися, що і складає актуальність нашого дослідження.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є проведення лінгвостатистичного та структурно-семантичного аналізу англійських фразеологізмів британського походження з етнокультурною складовою на основі укладеного дослідницького корпусу.

Виклад основного матеріалу. Дослідження проводилося за наступною методикою. По-перше, було сформовано джерельну базу даних з 4 фразеологічних словників англійської мови (2 англо-англійських [16; 18], 1 англо-російський [13] та 1 англо-український [14]), а також зі спеціалізованих сайтів [17; 19], присвячених британській фразеології. При формуванні корпусу дослідження застосовувалися такі критерії: наявність у складі фразеологізму оніму або реалії, які характеризують життєве середовище англійців, та/або словникова примітка, зазвичай *брит.*, що вказує на належність до етномаркованого лексики британського походження. По-друге, результати перенесено в середовище MS Excel, де наведено значення етномаркованого фразеологізму та коментар до нього, вказано тип етнокультурного маркера, джерело лінгвокультурної інформації, визначено належність кожної фразеологічної одиниці до певного структурного типу. Фрагмент результативної таблиці представлено у табл. 1.

Таким чином, ми отримали корпус даних, або лінгвістичну базу даних, яка, за визначенням І. Штерн, представляє «логічну структуру для систематизованого зберігання мовних одиниць будь-якої природи та їх опрацювання в комп'ютерному середовищі» [10]. Організація

Таблиця 1

Фразеологічні одиниці з британським етнокультурним компонентом

№	ФО та його значення	Коментар	Етнокультурні маркери	Джерело етнокультурної інформації	Структурний тип
4	according to Cocker – точно, правильно	Едвард Кокер – автор англійського підручника з арифметики, дуже поширеного в XVII ст. ФО була популяризована Артуром Мерфі в комедії під назвою “The Apprentice” (PWO).	Антропонім	Наукова література	Prep + N

Джерело: розроблено авторами

матеріалу дослідження у вигляді лінгвістичної бази є найдоцільнішою, оскільки уможливує використання зібраного матеріалу у подальших різноаспектних дослідженнях з використанням інформаційних технологій, а також дозволяє при необхідності доповнювати зібраний матеріал аналогічними за формою лінгвальними даними.

Розуміння значення фразеологізму з етнокультурним компонентом та адекватне використання цих одиниць вимагають розшифрування лінгвокультурологічних маркерів, що входять до складу фразеологічних одиниць та сигналізують про їх належність до британської лінгвокультури.

В нашому корпусі такими етнокультурними маркерами слугують оніми та реалії. Серед онімів найчастіше зустрічаються антропоніми та топоніми, менш вживаними є міфоніми, теоніми, ергоніми, та ін., тому об'єднуємо їх в одну групу «інші оніми». Розглянемо деякі приклади онімних маркерів етнокультурного змісту британських фразеологізмів докладніше.

Найчастішими у складі етномаркованих фразеологізмів є імена та прізвища історичних осіб. Асоціації, пов'язані з тією або іншою особою, базуються на фонових знаннях і зумовлюють семантику фразеологізмів, до складу яких вони входять. Нерідко такі асоціації характеризуються живим зв'язком між антропонімом та позначуваною їм особою. Наприклад, фразеологізм **Queen Ann is dead!** (Значення цього фразеологізму може бути передане іронічним вигуком «Та невже?») [14]. Генеалогія королівської родини вивчається у британських школах, і тому той факт, що королева Анна померла два століття тому (1 серпня 1714 р.), відомий майже кожному британцю. Саме на цьому базується іронічний ефект, ставлення мовця до повідомлення, котре містить очевидну, всім відому інформацію. Близьким до нього в українському фразеологічному фонді є вислів «відкрити Америку» – говорити чи оголошувати про те, що всім давно відоме – за Українським фразеологічним словником [15].

Фразеологічних одиниць з іменами історичних осіб у якості етнокультурних маркерів у нашому корпусі чимало:

to sup with Sir Thomas Gresham – залишитись без обіду (Сер Томас Грешем був успішним купцем, засновником королівської біржі, де також розміщувався притулок для бідних);

old Tom – сорт міцного джину (антропонім Том (*Tom*) відсилає до особистості Томаса Чемберлена – виробника цього сорту джину);

A1 at Lloyd's – бездоганна якість (Едварда Ллойд – власник Лондонської кав'ярні, яку він відкрив на вулиці Тауер у 1688 році. При заповненні реєстру перевезень Ллойда використовували буквенно-цифровий код для класифікації суден у страхових цілях. Найкращі судна позначалися A1);

accounting to Cocker – точно, правильно (Едвард Кокер – автор англійського підручника з арифметики, дуже поширеного в XVII ст. ФО була популяризована Артуром Мерфі в комедії під назвою «The Apprentice»);

Beau Brummel – денді, франт (Боу Брамелль – друг Принца Регента, майбутнього короля Джорджа IV, цінитель та основоположник чоловічої моди в період Регентства (1811-1820 рр.) Він відмовився від перуки, впровадив моду на чолові-

чий костюм та краватку, ставши символом перемін) та інші.

У корпусі досліджених фразеологізмів у якості етнокультурних маркерів було зареєстровано низку розповсюджених англійських імен та прізвищ, що викликають у свідомості британської лінгвокультурної спільноти асоціацію «типовий», «характерний». Популярність імен **Tom** (Том) і **Jack** (Джек) серед британців підтверджується такими фразеологічними одиницями, як:

Tom o'Bedlam – людина, яка втратила глузд, божевільний (Бедлам – психіатрична лікарня в Лондоні, з якої відпускали невиліковно хворих та дозволяли їм просити подаяння);

Tom Tailor – кравець;

Tom, Dick and Harry – звичайні люди (англійці);

cousin Jack – прізвисько мешканців Корнуола, західного графства в Англії (Корнуольські гірники називали один одного кузеном Джеком, оскільки це було найпоширенішим ім'ям у Корнуолі);

Другу за чисельністю групу з онімним етнокультурним маркером складають фразеологізми з топонімами, які, як правило, викликають живі асоціації у британців, але є незрозумілими для членів інших лінгвокультурних спільнот. Серед топонімичних маркерів етнокультурного змісту британських фразеологізмів виокремлюємо, поперше, назви, пов'язані з Лондоном. Серед них:

годоніми (назви вулиць): **on Carey Street** – у боргах, скрутному матеріальному становищі (назва лондонської вулиці, де колись був розташований суд у справах про банкрутство); **Grub-street hack** – писака, графоман (назва лондонської вулиці, де мешкали бідні письменники); **Savile Row** – високоякісна, бездоганна робота (*Savile* – назва вулиці в Лондоні, славнозвісної своїми бутиками та старовинними ательє);

кварталоніми (назви окремих мікрорайонів, кварталів та інших частин міста): **Tyburn blossom** – правопорушник, **Tyburn tiptop** – петля, **dance the Tyburn jig** – бути повішеним, бути покараним (топонім *Tyburn* (Тібурн) називає місце публічних покарань у Лондоні); **billingsgate language** – лайка (Білінгсгейт (*Billingsgate*) – назва Лондонського базару); **Smithfield bargain** – одруження через вигоду, нечесна операція (Смісфілд – центральний м'ясний базар у Лондоні, на якому процвітало шахрайство та крадіжки);

ергоніми (назви різноманітних установ, закладів, організацій та спілок): **black as Newgate's knocker** – поганий, невтішний (Newgate's Knocker – це кільце на великих чорних воротах лондонської в'язниці Ньюсгейт, яка мала недобру славу); **in clink** – у в'язниці Клінк – в'язниця в Саусворці в Лондоні, яка була згодом спалена); **Tom o'Bedlam** – божевільний (Бедлам – назву психіатричної лікарні в Лондоні).

У складі дослідницького корпусу знаходимо фразеологічні одиниці, етнокультурним маркером котрих є топоніми, пов'язані з Великою Британією, що також можуть наводити на різноманітні асоціації. Вони викликаються посиланням на історичну подію, яка відбулася на певній території, репутацією міста та його мешканців або згадкою установи/закладу, що там розташовані або були колись розташовані. У ролі етнокультурних маркерів можуть виступати:

назви *графств* Великої Британії: *custom of Kent* – рівний поділ речей, чесна гра; *Kentish fire* – тривалі аплодисменти, вираження аудиторією свого непогодження стосовно чогось (У Кенті – графстві у південно-східній Англії – існував звичай порівну ділити землю між синами чи братами покійного); *Norfolk jacket* – чоловічий широкий піджак з поясом (Норфолк – графство у східній Англії, на узбережжі Північного моря та затоки Вош, де виготовляються чоловічі піджаки); *to grin like a Cheshire cat* – посміхатися, шкрити зуби (Графство Чешир, відоме виробництвом сирів, яким тут надавали форму кішки, що посміхається);

назви *міст* та *селуц* Великої Британії: *Gretna Green marriage* – таємне одруження (Гретна Грін – шотландське селище, де часто відбувалися весілля без дотримання всіх формальностей, встановлених законом); *to send somebody to Coventry* – ігнорувати когось, уникати (протягом громадянської війни в Англії Кавентрі був осередком патріотизму, і там було чимало роялістів, яких тримали у місцевих в'язницях); *Banbury man* – пуританин (місто Бенбері в Оксфордширі було відоме пуританськими поглядами своїх жителів);

Найчисленнішою групою у дослідницькому корпусі є фразеологізми, що містять у собі як етнокультурний маркер реалію. Серед них можна виділити харчові реалії, грошові реалії та реалії інших предметних сфер. Розглянемо ці підгрупи етнокультурно маркованих одиниць докладніше.

В англомовних фразеологізмах, пов'язаних з виготовленням та споживанням їжі, налічується п'ять номенів, що найчастіше формують фразеологічне значення: *pudding* (пудинг), *cake* (солодка випічка), *tea* (чай), *pie* (пиріг), *bacon* (бекон, шинка). Наприклад:

over-egg the pudding – зіпсувати щось, намагаючись зробити це якомога краще (Пудинг належить до національної кухні британців. Щоб пудинг вийшов смачним, господарки використовують три яйця, а додаткове яйце зіпсує смак та вигляд страви); *find the bean in the cake* – бути щасливим (У святковий пиріг традиційно клали квасолину. Людина, якій діставався шматок пирога з квасолиною, ставала королем вечірки); *tea with the Queen* – важлива зустріч (Чаювання у королеви є дуже престижним запрошенням, яке стосується лише важливих членів Британського суспільства); *have finger in the pie* – бути замішаним у чому-небудь, прикласти руку (Приготування пирога, який належить до власної британської кухні, не обходиться без того, щоб не занурити пальці у тісто); *bring back the bacon* – досягти успіху, отримати нагороду (Переможець в деяких ярмаркових змаганнях в Англії отримував на знак перемоги поросю).

Найактивнішими етнокультурними маркерами фразеологічних одиниць групи «грошові реалії» є *пенні* (*penny*) та *фунт* (*pound*), які вказують на етнокультурну належність відповідних фразеологізмів:

cost a pretty penny – багато коштувати; *not to have a penny to bless oneself with* – бути бідним; *not to have two pennies to rub together* – не мати ні копійки; *turn an honest penny* – чесно заробляти, підробляти; *turn a useful penny* – непогано заробляти; *penny wise and pound foolish* – звер-

тати увагу на другорядні деталі, незважаючи на більш важливі речі (Пенні – найменша грошова одиниця Великобританії; фунт дорівнює 100 пенсам).

З інших реалій можемо виділити ті, що стосуються спортивних ігор, зокрема крикету та мореплавства і суднобудування:

It's not cricket! – так нечесно, неблагородно (крикет – це англійська гра, в якій майже неможливо нечесно грати); *copper bottomed* – істинний, те, на що можна покластись (З метою захисту низу дерев'яних корпусів кораблів від пошкоджень на судах Британського військово-морського Флоту в 1761 році вперше був застосований процес мідного бронювання); *in the offing* – те, що насувається, що незабаром трапиться (Offing – це частина моря, яка найвіддаленіша від берега, але все ще видима. Той, хто чекав на корабель, спочатку бачив його на горизонті).

Отже, етнокультурні маркери вказують на належність тієї або іншої фразеологічної одиниці до британської лінгвокультури, а також актуалізують фонові знання, необхідні для розуміння фразеологічного значення. Розподіл різновидів лінгвокультурних маркерів за частотою вживання у дослідницькому корпусі подано на рис. 1.

Ми також проаналізували джерела етнокультурної інформації, на основі котрих утворилися фразеологічні одиниці з етнокультурним компонентом. До них належать етнографія, історія, краєзнавство, мистецтво, народні звичаї і традиції, наукова література, політика, фольклор та художня література.

Найчисленнішу групу (28,36% дослідницького корпусу) складають фразеологізми, етнокультурне забарвлення котрих співвідноситься з етнографічними джерелами, наприклад: *reason for canopy beds* – пересторога (Більшість англійських будинків колись були вкриті солом'яними дахами. Навіси над ліжками були додатковим захистом від комашні та дощу).

На другому місці (20,90% дослідницького корпусу) складають фразеологічні одиниці, що базуються на історичних подіях чи фактах, наприклад: *Anderson shelter* – бомбосховище (Під час Другої світової війни на прохання сера Джона Андерсена, міністра внутрішніх справ Британії, був створений проект бомбосховища).

Основою значної за кількістю групи фразеологізмів (17,61% дослідницького корпусу) є краєзнавство, наприклад: *from John-o'-Groat's to Land's End* – з одного кінця Великобританії в другий, з півночі на південь (У графстві Корнуол знаходиться західна точка Великобританії – мис «Кінець Землі» (Land's End), «Джон-о-Гротс» – крайня північна точка Великобританії, що отримала назву від імені Яна Грота, родом з Голандії, який поселився біля північного кордону Шотландії при Іакові IV). Народні звичаї, традиції та вірування також знайшли відображення в чималій кількості етномаркованих фразеологічних одиниць (12,54% дослідницького корпусу), наприклад: *black sheep* – паршива вівця, ганьба родини (Існувало повір'я, що чорна вівця була відмічена печаткою диявола і приносила нещастя пастуху та його отарі). Інші джерела сформува-ли незначну частину дослідницького корпусу. Розподіл фразеологізмів за типом етнокультур-

ної інформації у дослідницькому корпусі подано на рис. 2.

Зупинимося також на структурній характеристиці етномаркованих англійських фразеологізмів, що ввійшли до нашого дослідницького корпусу. Структурна класифікація фразеологізмів, що базується на здатності цих мовних одиниць виконувати ті або інші синтаксичні функції, була запропонована І. Арнольд [1, с. 172].

За цією класифікацією досліджувані у роботі англійські фразеологізми поділяються на такі групи:

– дієслівні, наприклад: *to astonish the Browns* – кинути виклик суспільним устоям; *to crook the elbow* – бути п'яницею;

– субстантивні, наприклад: *backroom boys* – дослідники, науковці; *aunt Sally* – об'єкт нападок, жартів;

– прикметникові, наприклад: *big wigs* – впливові люди; *penny ante* – неважливий;

– прислівникові, наприклад: *pearly kings and queens* – вуличні торговці фруктами; *according to Hoyle* – згідно правил, правильно, точно);

– вигуківі, наприклад: *Put a sock in it!* – Замовкни! Тихіше!; *Tell it to the marines!* – Не вірю! Розкажіть це комусь іншому!

У свою чергу, виокремлені за структурним принципом групи фразеологізмів можна поділити на підгрупи відповідно до типу структурної моделі. Найпоширенішими утвореннями є такі комбінації: V + N, V + like + Adj + N, N's + N, Adj + N, N + N, (as +) Adj + as + N, Prep + N, N + Prep/ Conj + N та ін. Розподіл фразеологічних одиниць за структурними типами наведено в таблиці 2.

Слід зазначити, що структурна будова етномаркованих фразеологізмів вирізняється стислістю. Найдовші структури належать до дієслівних ФО; вони можуть складатися з п'яти елементів, і навіть шести компонентів, але така ускладненість структури не є типовою для дослідницького корпусу, основна кількість одиниць котрого має у своєму складі 2–4 константні повнозначні складники.

Висновки і пропозиції. Фразеологічні одиниці з етнокультурним компонентом – важливий елемент мовної картини світу, оскільки вони містять світоглядні уявлення, притаманні певній лінгвокультурній спільноті, систему цінностей людей, які розмовляють цією мовою. Етнокультурний компонент значення фразеологізму вмотивований національною культурою: історичними фактами, реаліями, традиціями, звичаями, міфами, повір'ями, краєзнавством, етнографією, політикою та іншими сферами суспільної діяльності народу.

Залучення корпусних технологій та лінгвостатистичних методів дослідження до ви-

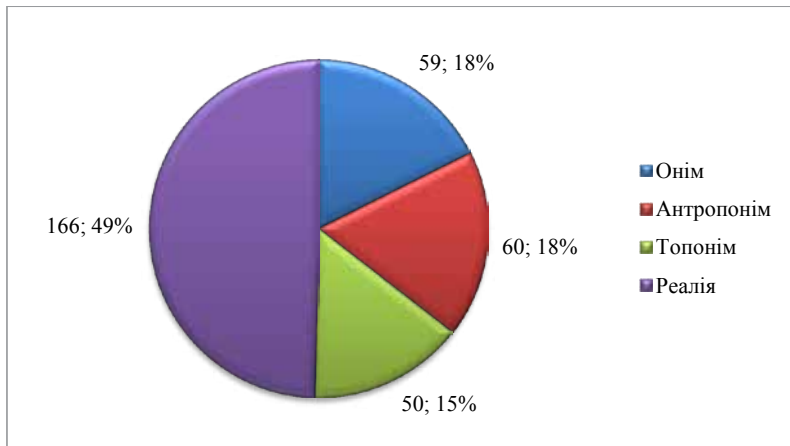


Рис. 1. Маркери етнокультурного змісту англійських фразеологізмів

Джерело: розроблено авторами

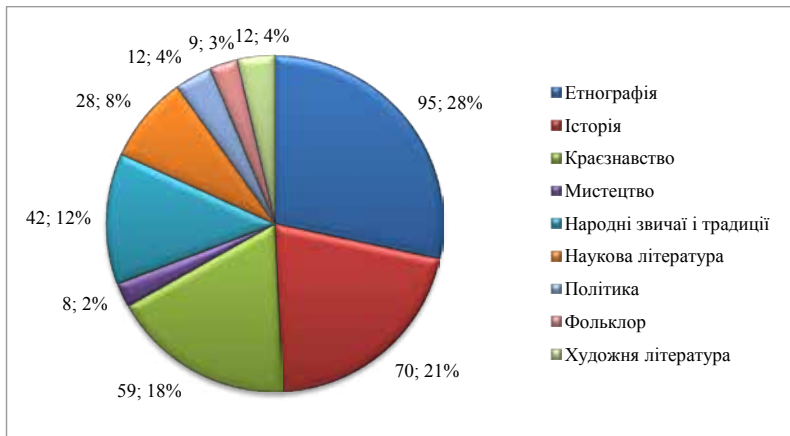


Рис. 2. Класифікація англійських фразеологізмів за типом джерела етнокультурної інформації

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Структурні типи етномаркованих англійських фразеологізмів

№	Структурна модель фразеологізму	Кількість	%
1.	дієслівні	105	31,34%
2.	субстантивні	198	59,10%
3.	прикметникові	7	2,09%
4.	прислівникові	3	0,90%
5.	вигуківі	22	6,57%
	Всього	335	100,00%

Джерело: розроблено авторами

вчення етномаркованої фразеології дозволяє розширити діапазон аналізу їх функціонування та уточнити їх семантичні та структурні складові, адже через квантитативний аналіз мовних явищ можна глибше пізнати лінгвістичний об'єкт у його якісній визначеності. Оформлення результатів у вигляді дослідницького корпусу, дозволяє як об'єктивувати, так і оптимізувати подальші дослідження, окреслити по-новому багато традиційних понять фразеології.

Список літератури:

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования). Ленинград, 1981. 295 с.
2. Верещагин Е.М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. Москва, 1990. 247 с.
3. Добровольский Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии. *Вопросы языкознания*. 1998. № 6. С. 48–57.
4. Крупнов В.Н. Лексикографические аспекты перевода. Москва, 1987. 192 с.
5. Маслова В.А. Лингвокультурология. Москва, 2001. 208 с.
6. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Москва, 1986. 141 с.
7. Черданцева Т.З. Идиоматика и культура. *Вопросы языкознания*. 1996. № 1. С. 58–70.
8. Чернякова Е.А. Методология лингвокультурологического и лингвострановедческого исследования фразеологии. URL: <http://tea4er.ru/home/volume4/3377-2013-05-25-06-08-03> (дата звернення: 07.11.2019).
9. Чикина Е.Е. Фразеология в аспекте христианской культуры: (на материале нем., англ. и рус. яз.). Владимир, 2004. 300 с.
10. Штерн І.Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики: Енциклопедичний словник. Київ, 1998. 336 с.
11. Этнопсихолінгвістика / Отв. ред. Ю.А. Сорокин. Москва, 1988. 192 с.
12. Якушева Е.Г. Современные подходы выявления национально-культурной специфики фразеологических единиц (на материале немецких фразеологических единиц с компонентом-флоронимом). *Современная филология*: материалы междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). Уфа. С. 227–229.
13. Англо-русский фразеологический словарь [сост.: А.В. Кунин]. Москва, 1984. 944 с.
14. Англо-український фразеологічний словник [укл.: К.Т. Баранцев]. Київ, 2005. 1056 с.
15. Український Фразеологічний Словник. URL: http://getword.ru/ukr/slovari.php?table=uk_fraz (дата звернення: 03.05.2019).
16. Cambridge International Dictionary of Idioms / [Ed. by E. Walter]. UK: Cambridge, 1999. 587 p.
17. Meanings and Origins of Phrases, Sayings and Idioms. URL: <http://www.phrases.org.uk/meanings/index.html> (дата звернення: 16.01.2019).
18. Oxford Dictionary of English Idioms. Oxford, 1993. 748 p.
19. Phrases with Origins. URL: <http://towerofenglish.com/MorelandCHaveOrigins.html> (дата звернення: 21.01.2019).

References:

1. Arnold, I.V. (1981). *Stilistika sovremennogo angliyskogo yazyka (stilistika dekodirovaniya)* [Stylistics of the modern English language (stylistics of decoding)]. Leningrad: Prosveshcheniye. (in Russian)
2. Vereshchagin, Ye.M. (1990) *Yazyk i kultura: Lingvostranovedeniye v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo* [Language and Culture: Linguistic and Cultural Studies in the Russian Language as a Foreign Teaching]. Moscow: Russkiy yazyk. (in Russian)
3. Dobrovolskiy, D.O. (1998). *Natsionalno-kulturnaya spetsifika vo frazeologii* [National and cultural specificity of phraseology]. *Voprosy yazykoznaniiya*, no 6, pp. 48–57. (in Russian)
4. Krupnov, V.N. (1987). *Leksikograficheskiye aspekty perevoda* [Lexicographic aspects of translation]. Moscow: Vysshaya shkola. (in Russian)
5. Maslova, V.A. (2001). *Lingvokulturologiya* [Linguoculturology]. Moscow: Akademiya. (in Russian)
6. Teliya, V.N. (1986). *Konnotativnyy aspekt semantiki nominativnykh yedinit* [The connotative aspect of the semantics of nominative units]. Moscow: Nauka. (in Russian)
7. Cherdantseva, T.Z. (1996). *Idiomatika i kultura* [Idiomatics and Culture]. *Voprosy yazykoznaniiya*, no. 1, pp. 58–70. (in Russian)
8. Chernyakova, Ye.A. (2013). *Metodologiya lingvokulturologicheskogo i lingvostranovedcheskogo issledovaniya frazeologii* [Methodology of linguistic and cultural studies of phraseology]. Available at: <http://tea4er.ru/home/volume4/3377-2013-05-25-06-08-03> (accessed: 07.11.2019).
9. Chikina, Ye.Ye. (2004). *Frazeologiya v aspekte khristianskoy kultury: (na materiale nem., angl. i rus. yaz.)* [Phraseology in the aspect of Christian culture: (based on German, English and Russian languages)]. Vladimir: Izdatelstvo Nizhegorodskogo gosudarstvennoho lingvisticheskoho universiteta. (in Russian)
10. Shtern, I.B. (1998). *Vybrani topiky ta leksykon suchasnoyi lnhvistyky: Entsyklopedychnyy slovnyk* [Selected Topics and Lexicon of Modern Linguistics: An Encyclopedic Dictionary]. Kyiv: Artek. (in Ukrainian)
11. Sorokin, Yu.A., Markovina, I.Yu., & Kryukov, A.N. (1988). *Etnopsikholingvistika* [Ethnopsycholinguistics]. Moscow: Nauka. (in Russian)
12. Yakusheva, Ye.G. (2011). *Sovremennyye podkhody vyyavleniya natsionalno-kulturnoy spetsifiki frazeologicheskikh yedinit* (na materiale nemetskikh frazeologicheskikh yedinit s komponentom-floronimom). *Proceedings of the Sovremennaya filologiya: Russia, Ufa, April, 2011*. Ufa, pp. 227–229. (in Russian)
13. Kunin, A.V. (1984). *Anglo-russkiy frazeologicheskii slovar* [English-Russian phraseological dictionary]. Moscow: Russkiy yazyk.
14. Barantsev, K.T. (2005). *Anhlo-ukrayinskyy frazeolohichnyy slovnyk* [English-Ukrainian Phraseological Dictionary]. Kyiv: Znannya.
15. *Ukrayinskyy Frazeolohichnyy Slovnyk* [Ukrainian Phraseological Dictionary]. Available at: http://getword.ru/ukr/slovari.php?table=uk_fraz (accessed: 03.05.2019).
16. Walter, E. (ed.) (1999). *Cambridge International Dictionary of Idioms*. UK: Cambridge.
17. *Meanings and Origins of Phrases, Sayings and Idioms*. Available at: <http://www.phrases.org.uk/meanings/index.html> (accessed: 16.01.2019).
18. Cowie, A.P., Mackin, R., & McCaig, I.R. (ed.) (1993). *Oxford Dictionary of English Idioms*. Oxford: Oxford University Press.
19. *Phrases with Origins*. Available at: <http://towerofenglish.com/MorelandCHaveOrigins.html> (accessed: 21.01.2019).