

7. Приходько А. Н. Типологическая и системно-полевая организация концептосферы / А. Н. Приходько // Известия Волгоградского гос. пед. ун-та. Серия «Филологические науки», 2006. – № 5(18). – С. 3-11.

8. Розин В. М. Виртуальная реальность как форма современного дискурса / В. М. Розин. – М.: Академический проект, 2007. – 496 с.

9. Сергеев К. А. Философия культуры. Становление и развитие / К. А. Сергеев – СПб.: Издательство «Лань», 1998. – 378 с.

10. Телия В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический, культурологический аспекты / В. Н. Телия. – М., 1996. – 286 с.

Карпюк Ф.В.

старший викладач,

Ужгородський національний університет

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УСТАЛЕНИХ ПОРІВНЯНЬ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

Сучасні лінгвістичні дослідження спрямовані на вивчення мови у тісному взаємозв'язку з людиною, її свідомістю та мисленням. Нова орієнтація лінгвістичних досліджень зумовила появу нових підходів до вивчення фразеологічного масиву мови. У світлі нових підходів з'являється нове трактування природи компаративних фразеологічних одиниць, що розглядаються як відображення мовної свідомості етносу, витвір уяви номінатора, феномен, у якому простежується симбіоз лінгвальних та екстралінгвальних чинників.

Проведена розвідка свідчить про те, що питання компаративної фразеології знаходять своє вирішення у фундаментальних дослідженнях (А. Вежбицька, А.В. Кунін, А.Г. Назарян, В.М. Телія, В. А. Маслова, К.І. Мізін, О.І. Шаля та ін.). Слід зазначити, що попри значний інтерес науковців до цього пласту мови, система фразеологічних порівнянь англійської мови залишає перед дослідниками численні невирішені проблеми, й потребує глибшого дослідження.

Досліджуючи природу КФО, ми поставили собі за мету проаналізувати стилістичні особливості усталених порівнянь англійської мови. Матеріалом дослідження слугували тексти преси та вибірка компаративних фразеологічних одиниць із фразеологічних словників у складі 685 одиниць.

Опис стилістичної специфіки КФО, варто, на нашу думку, розпочати з висвітлення їх лінгвокогнітивної сутності. Семантика КФО ґрунтується на порівнянні. Порівняння – це розумова операція, що, як відомо, є одним зі способів пізнання дійсності. Порівняння, як операція мислення у свідомості людини є універсальним й усвідомлюється людиною незалежно від її належності до певного мовного соціуму. При цьому природа порівняння має складний характер. Саме порівняння як момент подібності речей породжує

метафори, символи, виявляє міфологічність свідомості [2, с. 145]. Це не тільки одна із форм пізнання об'єктивної реальності, образного мислення, але і засіб оцінки, що яскраво, образно та влучно характеризує людину, явища природи, повсякденні ситуації. Порівняння має подвійну природу. Це когнітивний процес, засобом реалізації якого виступають компаративні конструкції – усталені вислови із повністю або частково переосмисленим значенням (фразеологічна специфіка яких ґрунтується на порівнянні як розумовій операції). Іншими словами, фразеологічні порівняння можна визначити як одиниці лінгвоментального лексикону, що через порівняння віддзеркалюють культурний простір мови. Одним із головних моментів у вивченні КФО є дослідження образного стержня порівняння, або іншими словами його еталону [3, с. 48].

Компаративні фразеологічні одиниці відіграють важливу роль у процесі комунікації та наділені значним стилістичним потенціалом. Вони створюють яскраву образну характеристику предмета чи явища, і цим самим вносять до комунікативного процесу особливу образність, смислову ємкість, виразність, експресивну оцінність або аксіологічність, що ґрунтуються на комплексі відчуттів та уявлень народу [5, с. 12]. Фразеологічні порівняння сприяють логічному, образному та емоційному пізнанню світу. Одне з основних призначень КФО – підсилення чуттєвої наочності образів та їх інтенсифікувальна функція [4, с. 23]. Саме тому компаративні фразеологічні одиниці часто використовують ся в повсякденній комунікативній сфері та в засобах масової інформації.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що на відміну від окремих лексем, що переважно, є стилістично нейтральними, більшість усталених порівнянь англійської мови є стилістично забарвленими. Значну частину усталених словосполучень, що вживаються у засобах масової інформації, складають одиниці з невимушеною конотацією та такі, що належать до розмовного стилю, напр.: *as a handbrake on a canoe* – «щось зовсім зайве», *go pear-shaped* – «розвиватися небажаним чином» (натяк на форму літака з розбитим носом), *like a dose of salts* – дуже швидко і ефективно (*salts* – проносне), *like a dog with two tails* – «мати гордий або щасливий вигляд», *as if you own the place* – «поводитись безцеремонно». Дещо менша частина стилістично грубих усталених порівнянь та таких, що є вульгарно стилістично маркованими, напр.: *as hell* – «сильно, енергійно», *(like) a piece of piss* – «дуже легко», *be built like a brick shithouse* – «мати міцну статуру». Результати аналізу свідчать про те, що стилістично нейтральні КФО є нечисленними. Подібно тільки незначна частина КФО у англійській мові виявляє високе стилістичне маркування: *to rise like a phoenix from its ashes* – «обновитися, відродитися з попелу (як фенікс)», *to write like an angel* – «писати з неперевершеною досконалістю».

Унаслідок проведеного дослідження з'ясовано, що компаративні фразеологічні одиниці можуть мати різне емотивно-експресивне забарвлення: жартівливе: *not rocket science* – «щось не дуже важко зрозуміти»; іронічне: *as*

courteous as a dog in a kitchen – «дуже нечемний», *like (putting) lipstick on a pig* – «прикрашати щось непривабливе», *like the back of a bus* – «потворний(а)», *as much love as there is between the old cow and the haystack* – «любить, як вовк овечку»; пейоративне (зневажливе): *like a sow playing on a trumpr* – «дуже непрезентабельно», *like a sieve* – «дірява як решето (про голову)», *like a bull in a china shop* – «незграбний», *as (like) a hog on ice* (досл.: як боров, кабан на льоду) – як корова на льоду; схвальне: *as honest as the day* – «чесний», *as bright as a button* – 1. «чистенький, з голки», 2. «кмітливий та жвавий».

Унаслідок проведеного дослідження з'ясовано, що порівняльні фразеологізми можуть виявляти соціальні, часові, регіональні взаємозв'язки. Прикладами усталених порівнянь молодіжного соціолекту можуть слугувати *dumb as a sack of hammers* – тупий, недалекий, *sharp as a tack* – досл.: гострий, як цвях. Відтінок давності простежується у багатьох усталених порівняннях, у тому числі крилатих висловах історичних або літературних осіб попередніх епох, напр.: *to fret like gummed taffeta (або velvet)* – «дуже злитися», *as wise as Solomon* – «мудрий, як Соломон», *as patient as Job* – «що має велике терпіння», *as dead as Queen Ann* – «і сліду не залишилося», *as mad as a Kilkenny cat* – «дуже злий, розлючений», *like a Trojan* – «мужньо, героїчно, доблесно», *work like a Trojan* – «працювати, не покладаючи рук», *as old as Methuselah* – старий, як світ, *as rich as Croesus* – (досл.: багатий, як Крез) – «дуже багатий». Прикладами нових КФО можуть слугувати *like a basket of chips* зі значенням «дуже мило, приємно», *cheap as chips* – «дуже дешевий, ні по чому, дешевше від дірки з бублика».

Регіональний зв'язок простежується в компаративних фразеологічних одиницях таких англомовних країн, як Сполучені Штати Америки: *as American as apple pie* – «істинно американський», Канади: *done like (a) dinner* – «повністю переможений або обдурений», Австралії: *be in like Flynn* – «бути успішним», *as game as Ned Kelly* – «дуже хоробрий», *full as a goog* – «п'яний, як чіп», *mad as a (cut) snake* – «божевільний, ексцентричний» та ін.

Результати аналізу переконливо свідчать про те, що КФО відіграють важливу роль в стилістичному інструментарії мовних образів, найуживанішим серед яких є метафора, часто такі її різновиди, як гіпербола *to spend money like water* – «розкидатися грошима», *as thick as hops* – «хоч греблю гати», *as thick as hail* – рясний, як град, *as tall as a maypole* – «дуже високий на зріст», *as numberless as the sands* – «незліченні, як піщинки», літота *as scarce as hen's teeth* – «як кіт наплакав», евфемізми *like a shadow of one's former self* – «бути вимученим, виснаженим», іронія *no oil painting* – «непривабливий»; метонімія, її різновид синекдоха: *as one man* – «всі до одного; всі, як один, без винятку».

Найуживаніші серед синтаксичних стилістичних фігур – антифразис, напр.: *clear as mud* – «зовсім незрозуміле», *(as) (a)like as chalk and cheese* – «зовсім несхожі», *(as) like as an apple to an oyster* – «зовсім різні», *as funny as a crutch* – «нічого смішного, добрі жарти», антитеза, напр.: *to go up like a rocket*

and come down like a stick – «високо злетіти, та низько впасти», *to be penny wise and pound foolish* – «бути дріб'язковим».

КФО використовуються часто для гри слів. Вираз *nutty as a fruitcake* – зі значенням «божевільний, дивакуватий» є грою слів, побудованою на двох омонімах: *nutty* навіжений і *nutty* горіховий, вираз *cross as two sticks* – «дуже злий» побудований на грі омонімів *cross* – сердитий та *cross* – що перехрещується, *dog cheap* у значенні «дешевше від дірки з бублика» є перекрученим *god-chepe* – «вигідна покупка», *high as a kite* – «під впливом наркотичного або алкогольного сп'яніння» є грою слів, побудованою на різних значеннях слова *high* – «високий, високо» та його розмовним значенням *high* – «сп'янілий», вираз *sure as eggs is eggs* зі значенням «напевно, безсумнівно, як двічі по два-чотири» мабуть є перекрученим *sure as X is X*.

Узагальнення отриманих результатів дає змогу визначити основні стилістичні особливості уживання усталених порівнянь у засобах масової інформації, серед яких – домінування КФО з розмовною конотацією часто з жартівливим, іронічним, пейоративним стилістичним забарвленням. Перспективу дослідження вбачаємо в детальному дослідженні та описі семантики та стилістичних характеристик компаративних фразем англійської та української мов у зіставно-культурологічному аспекті.

Список використаних джерел:

1. Англо-український фразеологічний словник / Уклад. К.Т. Баранцев. – 3-тє вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2006. – 1056 с.
2. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 2-е изд., стереотип. / В.А. Маслова – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.
3. Мізін К.І. Людина в дзеркалі компаративної фразеології: Монографія. – Кременчук: ПП Щербатих О.В., 2011. – 448 с.
4. Мізін К.І. Порівняння у фразеології. – Вінниця: Нова книга, 2009. – 240 с.
5. Селіванова Олена. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти). – К., Черкаси: Брама, 2004. – 276 с.