

**Специфика реализации грамматического потенциала  
фразеологии в свете понятия фразеологической креативности:  
от лексических категорий к грамматическим<sup>1</sup>**

The paper discusses the issues of how English phraseologisms acquire specific grammatical characteristics and of what makes them relevant items and effective means of the grammatical system of the English language. In studying these issues, we rest on the notion of phraseological creativity elaborated in our research. The phraseological creativity is understood as a capacity of complex conceptual structures – macro-metaphorical conceptual models to create various phraseological images. The paper aims to show that the creation of phraseological images implies simultaneously their “inclusion” in the grammatical structure of the English language. The latter manifests itself in the fact that English phraseologisms that are produced by particular macro-metaphorical conceptual models refer to different part-of-speech classes and, owing to this, possess corresponding grammatical properties, which provide their functioning in discourse. All in all, the paper sheds more light on the general ways in terms of which lexical and grammatical categories correlate and interact in the process of idiom-formation.

Изучение проблемы формирования фразеологии как особого уровня языковой системы, обладающего определенными внутривидовыми особенностями и системными свойствами, началось приблизительно в первой трети XX-го столетия и не теряет своей актуальности и в настоящее время. Традиционно данная проблема исследовалась и исследуется в рамках диахронического подхода к изучению языковых знаков. В отечественной англистике в разработку рассматриваемой проблемы в историческом ракурсе вносят вклад научные труды В.Н. Ярцевой. Безусловно, нельзя не согласиться с тем, что «изучение преобразования словосочетаний различного рода в течение истории английского языка» обладает особой значимостью, поскольку позволяет «выяснить многие сложные вопросы как в области грамматики, так и в области фразеологии английского языка» [Ярцева 1961, 10]. С учетом рассмотрения в настоящей статье фразеологии в особом – грамматическом – ракурсе целесообразным нам представляется выделить в работах В.Н. Ярцевой некоторые из наиболее существенных и интересных для нашего исследования моментов и кратко осветить их.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено в рамках гранта Российского научного фонда (проект №14-28-00130) в Институте языкознания РАН.

Значительный интерес представляет, прежде всего, разработанная В.Н. Ярцевой теория словосочетания, базирующаяся на анализе древнего и среднего периодов в истории становления английского языка. Полученные в ходе этого анализа факты отражают специфику эволюции синтаксического строя английской языковой системы, в ходе которой появляется особый тип устойчивых словосочетаний – фразеологизмы. Важными представляются наблюдения, сделанные автором о соотношении лексического и грамматического планов и их взаимосвязи, которая выступает одним из значимых условий формирования английской фразеологии [Ярцева 1961; 1968]. В частности, изучая динамику исторического преобразования глагольно-объектных словосочетаний английского языка, В.Н. Ярцева отмечает, что благодаря различным формам их лексикализации данные словосочетания превращаются во фразеологические единицы (например, *to catch fire* ‘загореться’). При этом нередко лексикализация свободного словосочетания происходит вместе с грамматизацией глагольного члена (ср. *to have a look* ‘взглянуть’, *to make a good wife* ‘быть/являться хорошей женой’) [Ярцева 1961, 206-213]. Кроме того, особого внимания заслуживают и выявленные в ходе исследования данные о доминировании одних приемов выражения синтаксических отношений (согласования, примыкания и др.) между членами словосочетаний на определенных этапах развития английского языка. Эти сведения представляются важными для понимания эволюционных принципов развития внутривербальных связей между словами-компонентами, образующими фразеологические знаки, а также и закономерностей исторического развития фразеологизмов определенных грамматическо-синтаксических разновидностей и частеречной отнесенности, обуславливающих их функциональные возможности в дискурсе.

Следует подчеркнуть, что фундаментальные исследования В.Н. Ярцевой (а также и многих других отечественных ученых) в области диахронического изучения английского синтаксиса, грамматических особенностей словосочетаний разных типов, внутривербальных факторов развития единиц лексического и синтаксического уровней не только способствовали построению теоретических основ английской и общей фразеологии, но и создали необходимые предпосылки для возможности развития теории фразеологизации. Однако с целью учета всех возможных данных и получения объективной информации о специфике образования фразеологического знака как особой функциональной единицы языка возникла потребность в рассмотрении данной проблемы и в плоскости синхронии в контексте внеязыковых, то есть (социо)культурных, факторов развития фразеологического фонда, поскольку сочетание синхронического и диахронического подходов способствует полноте анализа процесса фразеобразования.

Надо сказать, что на сегодняшний день исследований, выполненных в указанном – синхроническом – русле, значительное количество. Не ставя перед собой задачи их критического обзора, лишь отметим, что грамматические аспекты фразеологии исследуются в них на разных теоретическо-методологических основаниях, что приводит к получению разнообразных и вместе с тем взаимодополняющих сведений.

Основной целью нашего исследования является вопрос о том, каким образом формируется фразеологизм как знак, обладающий определенными грамматическими особенностями, которые обеспечивают его возможностью полноценного и эффективного функционирования в процессах дискурсообразования. При изучении этого вопроса мы опирались на развиваемую в нашем исследовании теорию лингвокультурологического моделирования фразеологического значения и разработанное в нем понятие фразеологической креативности. Материалом исследования послужили английские фразеологизмы, описывающие разные аспекты вербальной коммуникации (около 2,5 тыс. единиц), например: *on someone's back* 'подвергать кого-либо критике'; *to throw bouquets at someone* 'восхвалять кого-либо'; *a battle of words* 'спор, словесная перепалка'.

Как было установлено в работе [Зыкова 2014], **фразеологическая креативность** представляет собой способность глубинных концептуальных структур коллективного сознания, образованных под воздействием концептосферы культуры англоязычного социума, к системному порождению фразеологических единиц. Полученные в исследовании факты показали, что с учетом их природы и сложной внутренней организации данные концептуальные структуры могут быть определены как **макрометафорические концептуальные модели**. Нами было реконструировано 11 макрометафорических концептуальных моделей, репрезентирующих различные аспекты вербальной коммуникации в терминах ремесла, игры, путешествия, промысла, коммерческой деятельности, деятельности, связанной с медицинской и с религией, повседневной деятельности, гастрономии, изобразительного искусства, например: *VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT* (*to spin a yarn* 'рассказывать небылицы; врать'); *VERBAL COMMUNICATION IS PLAY* (*to play to the gallery* 'говорить то, что нравится другим, вызывая у них расположение'); *VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL* (*to get/catch someone's drift* 'понимать то, о чем кто-либо говорит').

Креативный потенциал макрометафорических концептуальных моделей проявляется прежде всего в том, что они продуцируют некое множество фразеологических образов, отличающихся разнообразием и специфической дифференциацией, которые свойственны именно английской языковой системе. К примеру, на базе макрометафорической концептуальной модели *VERBAL COMMUNICATION IS GASTRONOMY* в английском языке

происходит формирование фразеологических образов, в которых отражаются различные аспекты приготовления пищи, вкусовые особенности продуктов питания и их энергическая ценность, оказывающая определенное (благоприятное/пагубное) влияние на организм человека и прочее, ср., например: *to mince one's words* (букв. 'пропускать слова через мясорубку') 'не говорить то, что думаешь, избегать высказываться прямо, боясь обидеть кого-либо'; *a pep talk* (букв. 'поперченный разговор') 'разговор, придающий кому-либо бодрости, энтузиазма'; *to have an oily tongue* (букв. 'иметь масляный язык') 'быть льстивым'. Как показало исследование, созданные в разные исторические периоды фразеологические образы ложатся в основу фразеологизмов, которые включаются в состав **определенной лексико-семантической категории**. Другими словами, благодаря креативному потенциалу макрометафорических концептуальных моделей осуществляется развитие в английской языковой системе лексико-семантической категории, объединяющей различные номинации вербальной коммуникации, происходит обогащение этой категории более сложными по своей структуре и содержанию знаками языка – фразеологизмами.

Особое внимание в нашем исследовании уделялось изучению специфики реализации креативного потенциала установленных макрометафорических концептуальных моделей в отношении развития определенных грамматических свойств у фразеологизмов, порождаемых этими моделями.

Как показал анализ, в процессе фразеологизации помимо формирования фразеологического образа, **важным оказывается и включенность этого образа в грамматическую систему языка**, поскольку именно от образа зависит вхождение фразеологизма в грамматические категории разного порядка – более общие (такие, как категория частей речи) и более частные (такие, как категории числа, вида, лица, степени сравнения и проч.).

В ходе исследования было обнаружено, что реконструированные в работе макрометафорические концептуальные модели продуцируют фразеологические образы, на основе которых образуются английские фразеологизмы следующей частеречной принадлежности: субстантивные, адъективные, глагольные, адвербиальные (наречные), модальные, междометные и служебные. При этом, что примечательно, образование фразеологических знаков определенной частеречной отнесенности варьирует от модели к модели. Некоторые макрометафорические концептуальные модели порождают фразеологические образы с «ограниченной грамматической потенциальностью», или иначе говоря, «отчасти реализующие» грамматический ресурс английской языковой системы, выступая основой для формирования фразеологизмов лишь некоторых частеречных классов. Например, согласно полученным данным, макрометафорическая концептуальная модель *VERBAL COMMUNICATION IS EVERYDAY ACTIVITY* служит источником фра-

зоологических образов, на базе которых образуются только субстантивные и глагольные фразеологические знаки. Однако были выявлены и макро-метафорические концептуальные модели, которые порождают в английском языке фразеологизмы всех отмеченных выше частеречных классов. К числу последних относятся такие макрометафорические концептуальные модели, как, например, VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY и VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT. Рассмотрим полученные результаты на конкретных примерах.

Так, к примеру, макрометафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT продуцирует фразеологические образы, которые ложатся в основу формирования английских фразеологизмов (более 170 единиц), относящихся к следующим частеречным классам:

– субстантивные фразеологизмы: *a left-handed compliment* (букв. ‘комплимент, сделанный/изготовленный левой рукой’) ‘сомнительный комплимент’; *a hatchet job* (букв. ‘работа, выполненная топором/тесаком’) ‘жесткая критика кого-либо или чего-либо в письменной или устной форме’;

– глагольные фразеологизмы: *to spin yarn* (букв. ‘прясть пряжу’) ‘рассказывать небылицы’; *to mend fences* (букв. ‘чинить изгородь’) ‘перестав спорить или ссориться, возобновить дружеские отношения’;

– адverbиальные (наречные) фразеологизмы: *in plain English* (букв. ‘в простом английском’ ~ ‘простым английским языком’) ‘прямолинейно, просто, ясно’; *(right) to a T* (букв. ‘точно/прямо по T создавать/производить что-либо’) ‘идеально, в совершенстве, точь-в-точь (описание и подобное)’;

– адъективные фразеологизмы: *all mouth* (букв. ‘сплошной рот’ ~ ‘состоящий/сделанный только из рта’) ‘(слишком) много говорящий о деле, но не занимающийся им’; *carved in stone* (букв. ‘высеченный в камне’) ‘постоянный, неизменный, не подверженный изменениям’;

– модальные фразеологизмы: *properly speaking* (букв. ‘правильно (как следует) говоря, выражаясь надлежащим способом’) ‘в самом деле, действительно, по правде говоря’; *in a manner of speaking* (букв. ‘в некой манере говорения; в одном из способов выражения’) ‘можно сказать; в некотором роде’;

– междометные фразеологизмы: *say not so!* (букв. ‘не говори (так)!’) ‘вот это да!’; *that's what you say* (букв. ‘это то, что вы говорите’ ~ ‘это вами произведенные слова’) ‘неужели!, так я вам и поверил!’;

– служебные фразеологизмы: *that is to say* (букв. ‘то есть сказать’ ~ указание на производство более подходящих средств передачи чего-либо, например, идеи, факта, информации) ‘то есть, точнее’.

Выявленный в работе факт неравномерного проявления фразеологической креативности рассматриваемых макрометафорических концептуальных моделей в отношении создания в английской языковой системе фразеоло-

логизмов определенной частеречной принадлежности также представляется важным. В частности, анализ количественного соотношения исследуемых английских фразеологизмов, образы которых продуцируются моделью VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT, показал следующее их распределение по частеречной отнесенности: глагольные – 54,3%, субстантивные – 24,2%, адвербиальные (наречные) – 8,2%, модальные – 6,1%, адъективные – 3%, междометные – 3% и служебные – 1,2%. Данные результаты отражают и общую тенденцию в формировании фразеологизмов, входящих в состав лексико-семантической категории вербальной коммуникации в английском языке. Установлено, что большинство макрометафорических концептуальных моделей также продуцируют в основном глагольные фразеологизмы, к примеру: VERBAL COMMUNICATION IS HUNTING/FISHING/MINING (*to make a dead set, to raise to the bait*), VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL (*to go round the houses, to nail one's colors to the mast*) и др.

Следует отметить, что факт преобладания в современном английском языке глагольных фразеологизмов, описывающих вербальную коммуникацию, примечателен во многих отношениях. Прежде всего, он является своего рода констатацией потребности английского языка в формировании языковых средств, передающих обобщенные грамматические значения процессуальности или акциональности, «дефицит» в которых восполняется за счет способности макрометафорических концептуальных моделей продуцировать необходимые номинации. Кроме того, как показало исследование, рассматриваемые глагольные фразеологизмы английского языка представляют собой в большинстве случаев подчинительные синтаксические конструкции, между компонентами которых существуют три основных формы синтаксических связей с прогрессивным расположением зависимых членов: объектная связь (например, *to nail a lie, to put into words*), обстоятельственная связь (например, *to stop dead, to argue in circles*) и объектно-обстоятельственная связь (например, *to get one's tongue around something, to put it about*). При этом объектная связь является наиболее распространенной для данной группы языковых знаков (ср. [Ярцева 1961; 1981]).

В новом ракурсе рассмотрения предстает и свойство устойчивости фразеологизмов, которое, как показало исследование, проявляется по-разному в отношении составляющих их (то есть фразеологизмов) слов-компонентов.

Для «включения» фразеологического образа, продуцируемого той или иной макрометафорической концептуальной моделью, в грамматическую систему языка и для использования созданного на базе этого образа фразеологизма в дискурсе именно стержневой компонент, обеспечивая вхождение в определенный грамматический класс и выполняя основную грамматическую нагрузку, допускает разного рода грамматическое варь-

рование, «согласовывая» фразеологизм с передаваемыми в дискурсе параметрами времени и локализации, причинно-следственной связи событий и т.д. Так, в глагольных фразеологизмах глагольный компонент начинает варьировать в рамках соответствующей грамматической парадигмы, изменяясь по времени, аспекту, залогу, длительности и т.д. В качестве примера приведем несколько контекстов дискурсивного функционирования английского фразеологизма *to start a hare* 'поднять новый вопрос для обсуждения; переменить тему разговора', источником образа которого является макро-метафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS HUNTING:

(1) *Some work needs to be done before the connection between aluminium and heart disease is proved to everyone's satisfaction. But Mr Birchall **has started a hare** that many researchers will be watching.* (BNC, ABJ: 3129)

(2) *Whenever he got in a difficulty he **would start a hare** or pull a red-herring across the track.* (ODEI)

(3) *The conscious decision was made to give an overall picture of the Festival. Almost every **hare** that **was started** could have been profitably pursued.* (ODEI)

(4) *Some industry analysts believe that DVI **has started a false hare** which Philips and others are now chasing.* (BNC, HRD: 946)

(5) *This is, of course, **to start many hares**; while it would be foolish to try to pursue them all in any one study <...>.* (BNC, ALN: 270)

(6) *Back at their inn, they sat quietly reflecting how little Aberdeen had offered them in terms of conversational or intellectual stimulation – or, as Boswell reported Johnson's remark, 'that the Aberdonians **had not started a single mawkin** [the Scottish word for hare] for us to pursue'.* (BNC, G1Y: 272)

Из приведенных примеров следует, что за счет изменений грамматической формы стержневого компонента фразеологизма *to start a hare* осуществляется реализация необходимых для построения различных дискурсов грамматических значений. В частности, форма *has started* (пример 1) несет указание на: третье лицо (категория лица), единственное число (категория числа), настоящее время (категория времени), законченность или совершенность действия (категории временной соотносительности и вида), активность субъекта (категория залога), недлительность действия (категория аспекта). С другой стороны, важно отметить, что, отвечая за «включение» в конкретную грамматическую парадигму в процессе дискурсообразования, сам глагольный компонент фактически не подвергается другого рода изменениям, в частности лексическим (лексическим заменам и проч.). Лексические изменения непосредственно касаются второго (именного) компонента данного фразеологизма, который, в отличие от стержневого, не имеет регулярных грамматических модификаций (см. примеры 3, 4, 6).

В целом, выявленная специфика в отношении, во-первых, грамматического варьирования стержневых компонентов фразеологизмов, направленного на грамматическую адаптацию фразеологизмов к дискурсу, которая требует реализации грамматического потенциала английского языка, а во-вторых, лексического варьирования, связанного с остальными компонентами в их составе и направленного на усиление образности фразеологизмов, повышение степени их выразительности, позволяет говорить о двух различных формах проявления креативного потенциала макрометафорических концептуальных моделей, лежащих в основе их формирования. Посредством данных форм происходит оптимизация грамматико-семантических ресурсов английской фразеологической подсистемы в дискурсивных практиках.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать общее заключение о том, что проведенное исследование позволяет дополнить новыми фактами имеющиеся данные в отношении значимых для фразеологии вопросов о грамматических свойствах фразеологизмов, которые были осмыслены в историческом плане в трудах В.Н. Ярцевой и отмечены в начале настоящей статьи. Согласно полученным в нашей работе данным, реализация грамматического потенциала фразеологии обусловлена глубинными концептуальными структурами – макрометафорическими концептуальными моделями, служащими источниками образования фразеологизмов. Исследование в целом проясняет в известной мере вопрос о глубинных концептуальных связях лексических и грамматических категорий, особую роль в формировании и существовании которых играет феномен фразеологической креативности.

### **Литература**

- Зыкова И.В.* Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков. Дис. ... докт. филол. наук. М., 2014.
- Ярцева В.Н.* Исторический синтаксис английского языка. М.-Л., 1961.
- Ярцева В.Н.* Взаимоотношение грамматики и лексики в системе языка // Исследования по общей теории грамматики. М., 1968. С. 5-57.
- Ярцева В.Н.* Контрастивная грамматика. М., 1981.

### **Источники**

- BNC* – British National Corpus. XML edition, 2007.
- ODEI* – Oxford Dictionary of English Idioms / A.P. Cowie, R. Mackin, I.R. McCaig. UK, 2002.