

УДК 811.161.2'282

О. А. Войцева,
д-р філол. н., проф.,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
завідувач кафедри загального та слов'янського мовознавства

**АКСІОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
З НАЙМЕНУВАННЯМИ ОДЯГУ ТА ЙОГО ДЕТАЛЕЙ
В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

Статтю присвячено систематизації та аналізу ціннісних параметрів українських фразеологізмів із найменуваннями одягу та його деталей. Досліджено ідіоматичні звороти, що відбивають фрагмент мовної картини світу, який інтерпретує довкілля, а також внутрішній світ людини в дзеркалі колективної свідомості. Фраземи з компонентами – назвами одягу є синкретичними мовними знаками, оскільки одночасно позначають дескриптивні й аксіологічні смисли. Стереотипні оцінки, репрезентовані у розглянутих фразеологічних одиницях, виконують функцію своєрідних норм, еталонів лінгвокультурного простору.

Ключові слова: фразеологічна аксіологія, фразеологізм, цінність, оцінка, оцінювання, назви одягу.

Проблеми лінгвістичної аксіології, зокрема поняття цінності, оцінки, оцінювання, належать до ключових проблем у сучасному мовознавстві. Теоретичні основи лінгвоаксіології розроблялись у працях Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюнової, А. Вежбицької, О. М. Вольф, В. І. Карасика, Я. Пузиніної, І. А. Стерніна, В. М. Телії, С. М. Толстой. Значну увагу цим питанням приділяли українські науковці – Л. Г. Авксентьев, О. Л. Бессонова, Г. Вільчинська, А. О. Івченко, Т. А. Космеда, В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, В. Д. Ужченко та ін. У своїх дослідженнях вчені спираються на розуміння оцінки як філософської категорії. У філософії *цінність* – це „поняття, яке, по-перше, характеризує „граничні”, безумовні основи людського

існування, а по-друге, це значення певних предметів, явищ, процесів для людини, соціальних груп, людства в цілому” [10].

На думку О. М. Вольф, навколишній світ людина усвідомлює з точки зору його ціннісного характеру, у взаємодії між довкіллям і індивідом. „Ціннісний аспект значення в мові може інтерпретуватися як „А (суб’єкт оцінки) вважає, що Б (об’єкт оцінки) добрий / поганий” [3, с. 5]. Н. Д. Арутюнова наголошує, що оцінка „належить до власне людських категорій”, задана фізичною і психічною природою людини, її буттям і відчуттям; вона зумовлює мислення та діяльність, відношення до інших людей і предметів дійсності” [1, с. 5]. Коли йдеться про оцінку як філософську категорію, необхідно наголосити, що: 1) оцінка означає найзагальніше поняття, яке пов’язується з будь-яким предметом і ознаками реального світу, з кожним моментом фіксації довколишньої дійсності; 2) поняття оцінки є бінарним, тобто розрахованим на протилежні компоненти: *позитивна – негативна*; 3) кожний компонент бінарної пари характеризується градуальністю; 4) оцінка містить поняття „норми”, що є історично змінним [5, с. 89].

Незважаючи на певні досягнення у розробці аксіологічної проблематики, ще й досі немає загальноприйнятого підходу до категорії оцінки та типології цінностей: „оцінність і ціннісні параметри як фундаментальні характеристики універсуму людини і суспільства залишаються непізнаними в своїй єдності й одночасно у варіативній представленості в мові людини” [6, с. 4]. Дискусійним залишається питання, яке стосується класифікації цінностей.

Зокрема філософи виділяють такі цінності: логічні, естетичні, містичні, релігійні, моральні, особистісні (Г. Ріккерт); вітальні, соціальні, політичні, моральні, релігійні, естетичні (Б. Єрасов); почуттєві, життєві, духовні, морально-правові, релігійні (М. Шелер) [4, с. 656]. О. Лещак пропонує виокремлювати організаційно-продукційні (практичні), екзистенційні, суспільно-політичні (етичні), творчо-артистичні (естетичні) цінності [9].

Лінгвісти виокремлюють представлені в мові та визначені відношенням людини до оточуючих її об’єктів типи оцінних ознак. Мовні одиниці можуть

відображати абсолютну (*добре / погано*) і порівняльну оцінки (*краще / гірше*) [3, с. 13]; загальну оцінку (*добрий / поганий* з синонімами *прекрасний / брудний*) і часткову з такими оцінними категоріями, як сенсорно-смакові, психологічні, емоційні, естетичні, етичні, утилітарні, нормативні, телеологічні оцінки [2, с. 198].

Актуальність нашого дослідження пов’язана з необхідністю розроблення нового мовознавчого напрямку – аксіологічної фразеології, що вивчає фразеологічні звороти – „неподільні, стійкі за будовою і структурою словосполучення” [15, с. 375] з точки зору відображення ними ціннісного аспекту. Як базові характеристики, що зумовлюють існування людини в суспільстві, регламентують норми та шлях, яким вони можуть бути досягнені, мовцями усвідомлюються такі основні типи оцінки: *сенсорні, етично-естетичні, раціоналістичні*, що маркують пізнавальні, суспільні, творчі та практичні цінності.

Вивчення таксономії цінностей, репрезентованих у фразеологізмах (які „за фактом своєї конвенційної стійкості однозначно характеризуються як мовні пареміологічні аксіологеми” [6, с. 45]), а також аналіз аксіологічних стереотипів (під *стереотипом* розуміють стандартну думку про що-небудь: про соціальні групи, окремі особи, предмети; це одна з форм обробки інформації і стану знання, еталонів і архетипів належать до невирішених проблем у мовознавчій науці).

З огляду на вищезазначене, об’єктом проведеного нами аналізу є українські фразеологізми з найменуваннями одягу та його деталей (усього – 140 фразеологічних одиниць), виокремлених шляхом суцільної вибірки з тлумачних і фразеологічних словників української мови. Під *фразеологічними зворотами* розуміємо цілісно відтворювані мовні одиниці зі стабільним компонентним складом і семантичними змінами в складниках фразем [15, с. 375], що відбивають фрагмент когнітивної картини світу, актуалізують уявлення про систему цінностей, властивих українському соціуму.

Мета дослідження полягає у виявленні аксіологічних параметрів, репрезентованих в українських фразеологізмах з назвами одягу та його деталей.

Фразеологічні звороти мають особливу когнітивну організацію, скеровану на суб'єкт, і „виникають не для того, щоб описати навколишній світ, а з метою його інтерпретації, оцінки та вираження до нього суб'єктивного ставлення” [7, с. 82]. На семантику фразеологічних одиниць, що є результатом вторинної номінації і базується на появі стійких асоціативних зв'язків (метафоричних або метонімічних перенесеннях) [15, с. 376], впливають лексичні значення компонентів, зокрема номінації одягу.

Відомо, що одяг є найважливішим атрибутом людини, невід'ємною частиною матеріальної та духовної культури українського народу. Предмети одягу традиційно виконують декілька важливих функцій: утилітарно-практичну (захищають людське тіло від впливів природного середовища), соціальну та естетичну (розрізняють людей за віковими, статевими ознаками, за соціальним статусом, за регіоном проживання, супроводжують важливі моменти в житті людини, приносять емоційне задоволення тощо). У слов'ян при знайомстві одяг людини обов'язково оцінювався: *Чоловіка по одезжі стрічають, а по уму випроводжають* [12, с. 492]; рос. *По одезже (по платью) встречают, (а) по уму провожают* „то, як людина одягнена, оцінюється, але в подальшому на перший план при оцінці людини виступають його інтелект, духовні якості, характер” [11, с. 106]; бел. *Па адзенні сустракаюць, а па розуму праводзяць*; болг. *По дрехите посрещат, по ума изпращат*.

Найменування одягу та його деталей утворюють конкретні наочно-чуттєві уявлення про предмети, явища навколишньої дійсності, виступають основою образів у фразеологічних зворотах. „Чим конкретнішим є уявлення, відображене у прямому значенні словосполучення, тим більш сильним є протиріччя між прямим і переносним значенням” [8, с. 48], тим сильнішим є образний характер фраземи.

Як важливі компоненти фразеологізмів назви предметів одягу беруть участь у створенні ціннісної системи уявлень українського народу про норму та

антинорму. В складі фразеологічних зворотів живаються тематично однорідні компоненти, що можуть варіюватися, при цьому семантично цілісне значення ідіоматичного звороту не змінюється. До них належать: а) номінації предметів верхнього одягу, наприклад, *сорочка* „жіноча або дитяча натільна білизна; чоловіча натільна білизна або одяг, що надягають поверх білизни, для верхньої частини тіла” [14, т. 9, с. 467]; *льоля розм.* „сорочка (звичайно дитяча)” [14, т. 4, с. 585]; *кожух* „довга, не вкрита сукном шуба з великим коміром, пошита звичайно з овечої шкіри хутром до середини” [14, т. 4, с. 208]; *як (мов, ніби) (той) реп'ях до кожуха / до штанів; мов реп'ях до кожуха* „настирливо, настійно” [16, с. 734]; *мундир* „парадний або буденний одяг певної форми” [14, т. 4, с. 826]; *риза церк.* „верхнє вбрання священика, яке вдягається під час богослужіння” [14, т. 8, с. 532], у тому числі застарілі назви – *жулан* „старовинний верхній чоловічий одяг, оздоблений хутром та позументом, що був поширений серед заможного козацтва та польської шляхти” [14, т. 2, с. 547]; *каптан* „старовинний чоловічий верхній одяг з довгими полами” [14, т. 4, с. 97]; *полатати штани / жупан / каптан* „сильно побити кого-небудь” [16, с. 668]; *сіряк* „старовинний верхній довгополий одяг із грубого сукна” [14, т. 9, с. 232]; *тога* „чоловічий верхній одяг громадян у стародавньому Римі” [14, т. 10, с. 170]; б) найменування предметів поясного одягу: *брюки, штани* „одяг (перев. чоловічий), який має дві довгі або короткі холопі й закриває нижню частину тулуба та ноги” [14, т. 11, с. 534]; *спідниця* „жіночий одяг, що покриває фігуру від талії донизу” [14, т. 11, с. 523]; *запаска* „жіночий одяг, що використовується замість спідниці для обгортання стану поверх сорочки; дерга, спідниця” [13, т. 2, с. 85]; *держатися (триматися) за спідницю / держатися запаски ірон.* „не виявляти самостійності, підкоритися впливові, волі якої-небудь жінки” [16, с. 231]; в) лексеми, що позначають головні убори: *шапка, бриль, капелюх: хапатися (братися, ухопитися, узятися) за шапку / за капелюх* „доспішно брати одяг, щоб якнайшвидше піти звідки-небудь” [16, с. 920]; *шляпа*, г) назви взуття: *чоботи: топтати чоботи / взуття / підошви* „багато ходити куди-небудь марно добиваючись чогось” [16, с. 891]; *черевики, латті,*

постоли; обути (взути) в постоли / в ланті заст. „розорити, позбавити багатства кого-небудь, довести до злиднів” [16, с. 576], *котурни іст.* „взуття типу сандалій з високими дерев’яними підставками під підощвами, яке взували давньогрецькі й давньоримські актори для збільшення зросту, надання величі постаті” [14, т. 4, с. 312]; д) найменування деталей одягу: *кишеня, рукав, комір, галстук: заливати (залити) за комір / закладати за галстук* „випивати, зловживати алкогольними напоями” [16, с. 310], *пояс, пасок, ремінець, поли, фалди, комір, каблучки, підощви, підметки, підковки, халяви: лізати халяву / халяви / чоботи / черевки* „підлабузюватися до кого-небудь; догоджати комусь, принижуючи власну гідність” [16, с. 424], *шнурочок, рукавиці* та ін.

Фразеологізми з найменуваннями одягу утворюють синоніми (*давати (скрутити) дулю через кишеню; кивати пальцем у чоботі жарт.* „нишком, поза очі погрожувати кому-небудь; гудити когось, не виявляючи перед ним відкрито свого невдоволення” [16, с. 211]), антонімічні пари (*закачувати (засукувати) рукава (рукави)* „ревно братися за роботу” – 1) *спустивши рукава (рукави)* „без охоти, старання працювати” [16, с. 307, 855]), або можуть не мати антонімів: *не в своїй сорочці / льолі* „психічно хворий” [16, с. 844].

У фразеологічній системі відображені уявлення про те, що суб’єкт вважає про об’єкт оцінки „хорошим” або „поганим”. При цьому аксіологічний аспект „добре” відповідає нормам, „ідеалізованій моделі макро- або мікросвіту, усвідомлюваній як мета існування людини, а, отже, і його діяльності; „погане” означає те, що не узгоджується з загальноприйнятою моделлю за одним із притаманних їй параметрів” [2, с. 181]. Так, зовнішні асоціативні уявлення про „багату” або „бідну” людину представлені у фраземах з компонентами *кишеня і сорочка: повна (набита, непорожня) кишеня, бряжчить у кишені, перепадати у кишеню, кишеня не сходиться – з пустою (з порожньою, з бідною) кишенню, вітер у кишенях гуде, свистить у кишенях* [16, с. 373–374]; *залишитися без сорочки, знати (стягти) останню сорочку* [16, с. 343].

Зібраний матеріал за типами репрезентованої у ньому оцінки ми умовно поділили на три групи. До першої групи включено фразеологічні одиниці, на

позитивну та негативну аксіологічну семантику яких уплинули раціональні зовнішні чинники, залежні від загальних принципів мислення людини (42 % від загальної кількості досліджених фразеологізмів): *скидати (здіммати) шапку / капелюх / бріль* „цінувати когось, щось” [16, с. 961]; *присісти фалди зах.* „працювати не відриваючись” [16, с. 697]; *перша рукавичка* „чемпіон з боксу” [16, с. 765]. Фразеологізм *народитися в сорочці* „бути везучим, удачливим, щасливим” пов’язується з релігійними уявленнями: коли душа сходить на небо, щоб прийняти вид людини, за нею прямує дух-хранитель; спочатку він перебуває в сорочці, якою іноді буває повита голова народженої дитини” [17, с. 125]. Назва одягу мешканців давнього Риму стала основою для виникнення переносного-оцінного змісту у фраземі *убиратися (наряджатися, одягатися) в тогу* „безпідставно видавати себе за кого-небудь, створювати певну репутацію” [16, с. 909] (тоги в залежності від суспільного положення були різного кольору і мали певні деталі) [17, с. 127]. З другої половини XVII ст., від звички осіб, що вели слідство, брати хабарі, які клали в головний убір, походить фразеологічний зворот *діло в шляпі рідко, фам.* „усе гаразд, як слід, все йде успішно” [14, т. 2, с. 304; Шанський, с. 43].

До другої групи уналежнюємо фразеологічні звороти з меліоративною або пейоративною оцінкою, які виникли під впливом **фізіологічних** і **психічних** чинників (39 % фразем), наприклад: *підтягувати (стягувати, растягувати) паска / пасок : ремінці / пояски* „бути напівголодним, не доїдати” [16, с. 640]; *як в сіряку (в сіряках) жарт.* „тепло, добре” [16, с. 840]; *без штанів під стіл тікати (ходити), без штанців під стіл бігати* „бути зовсім малим, в дитячому віці” [16, с. 28]; *протирати (просиджувати) штани, сто штанів протерти* „довго перебувати на навчанні в школі; про сидячу роботу” [16, с. 713]; *брати за пояс* „1) тікати, йти геть; 2) прискорювати ходу, дуже поспішати” [16, с. 52]; *потягнути чоботи* „повільно, ледве переступаючи, вийти, піти” [16, с. 684]; *трусити (перетрусити) штаньми (штанами) зневажл.* „тікати від страху, в стані великого переляку” [16, с. 901]; до

самісінських риз „дуже сильно” [16, с. 736]; як рукавички міняти „часто, нерозсудливо, легковажно” [16, с. 766] та ін.

Фразеологічні одиниці, позитивна чи негативна оцінка яких сформована на основі етичних і естетичних чинників (20 % фразеологічних зворотів), згруповано до третьої групи. Наприклад, фразеологізми *не лазити за словом у кишеню / до кишені; не полізти за словом в карман* „бути дотепним і мітким у розмові” [16, с. 435] – *сховати до кишені гонор* „тимчасово утриматися від виявлення власної гідності, гордості” [16, с. 872]; *і шапка не горітиме* „хто-небудь не відчуває сорому за свою вину”; *ламати (м'яти) шапку / рідко бриль* „1) вітаючись, запобігливо, улесливо вклонятися комусь (переважно знявши головний убір); 2) принижуючись, просити когось про що-небудь” [16, с. 413–414]; *підняти на котурни; піднятий на котурни* „безпідставно, невинувато підносити кого-, що-небудь” [16, с. 638]; *з-під стоячого підшошу випоре* „дуже хитрий, спритний, розумний” [16, с. 98].

Ідіоматичні звороти з найменуваннями одягу є синкретичними мовними знаками, що одночасно позначають дескриптивні й аксіологічні смисли.

Встановлено, що пареміологічні аксіологеми з найменуваннями одягу зберігають і передають наступним поколінням універсальні уявлення, які виникли під впливом фізіологічних, психологічних, етико-естетичних і, найголовніше, зовнішньоасоціативних чинників з урахуванням гендерного аспекту: жінка має бути чарівною, жіночою, а не *синьою панчохою*, а чоловіку слід виявляти самостійність, не підкорятися впливам, зокрема волі жінки, *не триматися за спідницю, не липнути до жіночих спідниць*.

Важливе значення розглянутих фразем з аксіологічним компонентом в тому, що вони виконують функцію своєрідних норм, еталонів українського лінгвокультурного простору, займають важливе місце в ціннісній картині світу українців, оскільки надають національно-специфічну мепіоративну оцінку людині, маркують такі риси, як *працьовитість, енергійність, розум, дотепність, спритність, гідність, гордість, співчуття іншим людям*. Водночас за допомогою пейоративнооцінних фразеологічних одиниць

репрезентуються відхилення від норм поведінки, етикету, моралі: *ледарство, пияцтво, улесливість, легковажність, боягузтво, брехливість, грубість, хитрість, злодійство, жорстокість, настирливість, безцеремонність, безсовісність* тощо. Зібраний матеріал засвідчує, що негативна оцінка у фразеологічних зворотах є більш різноманітною, аніж позитивна, тому що вона „частіше вказує на властивості і дії об'єкта, тоді як позитивна орієнтована переважно на відношення суб'єкта до того, що відбувається” [3, с. 20]: *оббивати каблучки жарт.* „енергійно, темпераментно танцювати”; *кресати підковами / підковками / чобітьми* „1) танцювати з запалом; 2) енергійно їсти” – *тримати під каблучком* „підпорядковувати, узалежнювати” [16, с. 360]; *підгортати під чобіт, підгорнути під чобіток* „ставати в повну залежність, підлеглисть”; *пара чобіт на одну ногу, два чоботи – пара* „схожі між собою негативними рисами, варті один одного” [16, с. 949].

Отже, українські фразеологізми з назвами одягу та його деталей відбивають фрагмент мовної картини світу, інтерпретують довкілля, а також внутрішній світ людини в дзеркалі колективної свідомості.

Перспективи дослідження вбачаємо у подальшій розробці лінгвоаксіологічних питань із залученням фразеологічного фонду української та інших слов'янських мов.

Література

1. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики, 1982 : [Сб. ст.] / АН СССР, Ин-т рус. яз.; отв. ред. В. П. Григорьев. – М. : Наука, 1984. – С. 5–24.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2 изд., испр. и доп. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
3. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – изд. 2-е, доп. – М. : Едиторвал УРСС, 2002. – 280 с.
4. Історія філософії. Словник / За заг. ред. В. І. Ярошовця. – К. : Знання України, 2005. – 1200 с.

5. *Космеда Т.* Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки / Т. Космеда. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.

6. *Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография* / отв. ред. Л. Г. Викулова. – М. : Тезаурус, 2011. – 352 с.

7. *Маслова В. А.* Лингвокультурология [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / В. А. Маслова. – М. : Academia, 2001. – 204 с.

8. *Мокненко В. М.* Славянская фразеология: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. / В. М. Мокненко. – М. : Высш. шк., 1989. – 287 с.

9. *Leszczak Oleg. W.* Metodologiczne zasady wartościowania i wartość jako koncept metodologiczny [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ujk.edu.pl/strony/Oleg.Leszczak/cennost%20doc>

10. *Кириленко Г. Г., Шевцов Е. В.* Краткий философский словарь. – М. : ООО „Филологическое общество „СЛОВО”, 2003. – 479 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/_Document/Slowniki/Kirilenko%20Галина%20Краткий%20философский%20словарь%20\(2010\).fb2](file:///C:/_Document/Slowniki/Kirilenko%20Галина%20Краткий%20философский%20словарь%20(2010).fb2)

11. *Котова М. Ю.* Русско-славянский словарь пословиц с английскими соответствиями / под ред. П. А. Дмитриева. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000. – 360 с.

12. Українські приказки, прислів'я і таке інше. Збірники О. В. Марковича та ін. Уклад М. Номис. – К. : Либідь, 1993. – 466 с.

13. Новый глумачний словник української мови у 4 т. / укл. В. В. Яременко, О. М. Сліпушко. – К. : Вид-во „Аконіт”, 1998. – Т. 2.

14. Словник української мови : в 11 т. / гол. ред. І. К. Білодід [та ін.]; АН УРСР; Інститут мовознавства. – К. : Наук. думка, 1970–1980.

15. Українська мова: Енциклопедія / за ред. І. В. Муромцева. – К. : Вид-во „Майстер-клас”, 2011. – 400 с.

16. Фразеологічний словник української мови : В 2 книгах / укл. В. М. Білоноженко, В. О. Винник, І. С. Гнатюк та ін. – 2-е вид. – К. : Наук. думка, 1999. – Кн. 1. – 528 с. Кн. 2. – 980 с.

17. *Шанский Н. М.* Опыт этимологического словаря русской фразеологии / Н. М. Шанский, В. И. Зямин, А. В. Филиппов. – М. : Рус. яз., 1987. – 240 с.

Е. А. Войцева,
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
кафедра общего и славянского языкознания

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С НАИМЕНОВАНИЯМИ ОДЕЖДЫ И ЕЁ ДЕТАЛЕЙ В УКРАИНСКОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена систематизации и анализу ценностных параметров украинских фразеологизмов с наименованиями одежды и ее деталей. Исследованные идиоматические выражения отображают фрагмент языковой картины мира, интерпретирующей окружающую действительность, а также внутренний мир человека в зеркале коллективного сознания. Установлено, что фразеологизмы с компонентами – названиями одежды являются синкретическими знаками, так как одновременно обозначают дескриптивные и аксиологические смыслы. Стереотипные оценки, репрезентированные в рассмотренных фразеологических единицах, выполняют функцию норм, эталонов лингвокультурного пространства.

Ключевые слова: фразеологическая аксиология, фразеологизм, ценность, оценка, оценивание, названия одежды.

О. А. Voytseva,
Odesa National I. I. Mechnikov University,
General and Slavic Linguistics Department

AXIOLOGICAL ASPECT OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH CLOTHES NAME AND ITS DETAILS IN THE UKRAINIAN LANGUAGE

The article is dedicated to the analysis of valuable parameters of the Ukrainian phraseological units with clothes name and its details. In the study the idiomatic phrases represent a fragment of language picture of the world, which interprets the environment, as well as internal human world in the mirror of the collective consciousness. It was found that the components of idioms – clothes names – are syncretic linguistic signs, since both represent descriptive and axiological meanings.

The stereotypical estimates presented in the considered phraseological units perform the function of the peculiar rules, linguocultural space standards.

Key words: phraseological axiology, phraseological unit, value, estimation, evaluation, clothes name.