

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка и
методики его преподавания

**Функционирование фразеологизмов с элементами цветообозначения в
английском языке**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
(БАКАЛАВРСКОЙ) РАБОТЫ**

студентки 4 курса 411 (2) группы

направления подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование», профиль –
«Иностранный (английский) язык»

факультета иностранных языков и лингводидактики

Макаровой Юлии Игоревны

Научный руководитель
профессор каф. английского
языка и методики его
преподавания к. фил. н., доцент

Р.З. Назарова

подпись, дата

Зав. кафедрой
английского языка и методики
его преподавания, к.пед.н., доцент

Г.А. Никитина

подпись, дата

Саратов 2019

Введение. Цвет, являясь одним из свойств материального мира, воспринимается как осознанное зрительное ощущение. Тот или иной цвет присваивается человеком объектам в процессе его восприятия. Нередко от цветового восприятия зависит настроение, эмоции и самочувствие человека. Логично предположить, что исследования в области цветового восприятия характерны исключительно для ученых в области психологии, однако, рассматривая определенные аспекты, исследователи зачастую не учитывают особенности сформировавшейся цветовой картины мира человека, принадлежащего той или иной лингвокультуре.

В культуре человечества цвет всегда имел огромное значение ввиду его тесной связи с философским и эстетическим осмыслением мира. Поэтому вопрос цвета и цветообозначения входит в проблематику многих наук, таких как, философия, психология, лингвистика, этнология, а также смежных с ними дисциплин - этнолингвистики и психосемантики.

Закономерности механизма возникновения цвета, позволяющие человеку видеть различные цвета и оттенки, воздействуют на интеллектуальное, социальное, психологическое и психическое развитие личности. Отсюда такая глубокая заинтересованность в исследовании цветообозначений. Наиболее наглядно можно выявить отношение человека, принадлежащего к определенной культуре, исследуя фразеологизмы, существующие в языке. Фразеологические единицы помогают наглядно определить, какую историческую, интеллектуальную и эмоциональную нагрузку несет в себе та или иная культура.

Актуальность работы определяется необходимостью исследований, направленных на изучение фразеологизмов с элементами цветообозначения. Углубленное исследование лексико-семантических, структурных и стилистических особенностей фразеологических единиц с элементами цветообозначения, функционирующих в английском языке и находящихся отражение в ментальной, социальной жизни человека, позволяет развить и уточнить различные существующие способы перевода. Дополнительную

актуальность придает тот факт, что анализ фразеологизмов с элементами цветообозначения позволяет разработать более совершенные методики изучения языка, которые до сих пор являются несовершенными.

Объектом данного исследования выступают фразеологические единицы с элементами цветообозначения.

Предметом исследования выступает семантическое значение фразеологизмов с элементами цветообозначения.

Целью исследования является анализ фразеологизмов с элементами цветообозначения как средства передачи эмоционально-экспрессивного содержания текста в английском и русском языках.

Достижение указанной цели предполагает решение следующих *задач*:

1. классифицировать фразеологизмы и способы их перевода;
2. проанализировать и описать основные виды английских и русских фразеологизмов;
3. выявить лингвистические основы формирования цветообозначения;
4. провести сравнение полноты сходства семантического значения фразеологизмов-эквивалентов;
5. проанализировать значимость фразеологизмов, как элемента эмоционально-экспрессивного содержания текста;

Методы исследования: в работе использованы общенаучные методы дедукции и индукции; контрастивный метод применен при сопоставлении русских и английских фразеологизмов, соотносительных по значению; описательный, включающий в себя наблюдение, сопоставление, обобщение, интерпретацию и классификацию материала; методы контент-анализа и метод сплошной подборки.

Методологическую и теоретическую базу исследования составили работы В. В. Виноградова, Н. М. Шанского, А. В. Кунина, Ю. Д. Апресяна, А. Н. Баранова, В. Г. Гака, В. Г. Кульпиной, Р. М. Фрумкиной, Д. О. Добровольского, В. И. Зимина.

Материалом исследования послужили 500 фразеологических оборотов с элементами цветообозначений. Источниками для отбора фразеологических единиц послужили «Англо-русский фразеологический словарь» А. В. Кунина и «Oxford Dictionary of English Idioms» под редакцией Judith Siefring.

Научная новизна работы заключается в систематизации, классификации фразеологизмов с элементами цветообозначения для дальнейшего использования в разработке методик усовершенствования способов перевода.

Теоретическая значимость заключается в попытке классификации фразеологизмов, анализе существующих фразеологизмов в русском и английских языках, а также в систематизации лингвистических основ формирования цветообозначений.

Практическая значимость Результаты исследования могут быть использованы в преподавании иностранных языков, а также послужить отправной точкой для продолжения исследовательской деятельности.

Апробация результатов исследования осуществлялась в рамках 71 (8)-ой научной студенческой конференции, посвященной 110-летию СГУ имени Н.Г. Чернышевского (18-19 апреля 2019 г.).

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав (глава 1 «Теоретические основы изучения фразеологизмов», глава 2 «Анализ особенностей перевода фразеологизмов с элементами цветообозначений»), заключения, списка литературы.

Основное содержание работы. Общеизвестно, что в лингвистике существует целый раздел, который занимается изучением фразеологизмов. Данный раздел носит название «фразеология». Фразеология, являясь теоретическим разделом лингвистики, посвящен изучению устойчивых речевых оборотов и выражений. Основной задачей фразеологии является классификационное описание фразеологизмов, изучение истории их происхождения и определение их лексического значения. Данные обороты

называются фразеологическими единицами, а совокупность данных единиц называется фразеологией языка.

Фразеологизмы делятся на:

1. фразеологическое сочетание – фразеологический оборот, которые образуются путём соединения значений слов. Например: «тоска берет», но нельзя сказать: «радость берет»; «заядлый враг», но не «заядлый друг» и пр.

2. фразеологическое выражение – это устойчивый в своем составе и употреблении фразеологический оборот, который состоит из слов со свободными значениями. Например: «взялся за гуж, не говори, что не дюж».

К фразеологизмам относятся:

1. Коллокация, например: «давать обещание»; «падает цена».
2. Идиома, например: «былая ворона»; «ходить вокруг да около».
3. Поговорка, например: «Как корове седло»; «Как собака на сене».
4. Пословица, например: «Мы причиняем боль тем, кого мы любим»; «Пустая бочка громче гремит».
5. Речевые клише, например: «Не бери в голову»; ««Встреча на высшем уровне»».
6. Фразеосхема, например: «тоже мне».

По стилистической классификации фразеологизмы делятся на:

1. межстилевой фразеологический оборот (например: «каменное сердце»; «бледная поганка»);
2. литературный фразеологизм (например: «вааламова ослица»; «колосс на глиняных ногах»);
3. разговорный фразеологизм (например: «играть в бирюльки»; «с миру нитке»; «голому рубашка»);
4. просторечное фразеологическое словосочетание (например: «благим матом»; «драть козла»).

По происхождению фразеологизмы делятся на: русские, например, «водой не разольёшь», «комар носу не подточит», «в ногах правды нет» и заимствованные, например, «нотабене», «альма матер», «постфактум».

Фразеологизмы можно разделить на 4 группы:

1. фразеологизмы, общее значение которых не вытекает из значений составляющих их слов, например: «точить лясы» – болтать; «собаку съел» – имеет большой опыт.

2. фразеологизмы, как сочетания, построенные на основе метафоры, например: «держат камень за пазухой» – таить злобу; «без ножа зарезать» – поставить в крайне затруднительное положение.

3. фразеологизмы структура сочетаний, которых соответствует всем грамматическим нормам современного русского языка, однако одно из слов, составляющих фразеологизм, может сочетаться с очень ограниченным кругом слов. Например: «закадычный друг»; «расквасить нос».

4. фразеологизмы, как выражения, употреблённые в определённом контексте, но ставшие популярными и, в силу этого, неоднократно воспроизводимые в речи. Например: «счастливые часов не наблюдают»; «любви все возрасты покорны».

По способу перевода фразеологизмы делятся на;

1. Фразеологизмы-эквиваленты, имеющие идентичную лексическую форму и семантическое значение в нескольких языках (их количество очень небольшое);

2. Фразеологизмы-аналоги – словосочетания, имеющие частичное или полное лексическое отличие, но полностью повторяют семантическое значение в различных языках;

3. Фразеологизмы-кальки – это устоявшиеся фразы одного языка, которые имеют понятное эмоциональное значение для носителей иностранного языка, и могут быть переведены дословно.

4. Фразеологизмы, которые переводятся с помощью описания – это фразы, имеющие исторический или национальный оттенок и понятный лишь

в узкой социокультурной группе. В связи с закрытой смысловой формой данные фразеологизмы переводятся путём расшифровки основного их значения.

Необходимо отметить, что наиболее сложным этапом при переводе фразеологических оборотов является перевод цветообозначений. Сложность данного процесса заключается в том, что у каждого народа, ассоциативное значения цветов может носить отличающееся от других культур эмоционально-экспрессивное значение.

Цвет – это отображение человеческого восприятия, окружающего его мира. Учёные выделяют 7 хроматических цветов: красный, оранжевый, жёлтый, зелёный, голубой, синий и фиолетовый, а так же 2 ахроматических: чёрный и белый. Однако человек может различать от 500 до 2,5 миллионов различных оттенков. Оттеночные цвета разделяются по способу их лексической и семантической передачи на: вторичной номинации (например, сиреневый, молочный); без ясно прослеживаемой этимологии (например, бурый, алый); с ограниченной сочетаемостью (например, белокурый, карий); заимствованные (например, индиго); неологизмы и архаизмы (например, смарагдовый, кубовый); терминологические (например, кобальт, ультрамарин); окказионализмы (например, авторские вариации цветоиспользования).

Помимо этого цвета делятся на: сложные – слова, первой частью которых являются морфемы: ярко-, светло-, темно-, грязно-, нежно- и двусоставные, например: чёрно-белый, сине-жёлтый.

Изучением проблемы цветообозначения занимались: Ю. Д. Апресян, Л. Витгенштейн, В. Г. Гак, А. Моллар-Десфур, В. Г. Кульпина, Р. М. Фрумкина и др.

Несмотря на то, что в большинстве культур мира розовый цвет считается оттенком красного, во Франции его наделяют особым значением и используют в различных фразеологизмах, например: «voir la vie en rose» –

«видеть жизнь в розовом цвете»; «vivre sur un nuage rose» – «витать в облаках» и т.д.

В английском языке особое значение имеют синий и красный цвета. Синий цвет (blue) символически наделялся способностью ограждать от сглаза и злого умысла. Исходя из этого, в английском языке возникают выражения «royal blue» – «королевский синий»; «blank blue» – «синий, символизирующий богородицу»; «blue helmet» – вооруженные силы ООН; «blue cord, blue ribbon» – «орденская голубая лента». Красный (red) – это цвет элиты, символ власти и богатства, о чем свидетельствуют выражения: «purple room» – «пурпурная комната в королевском дворце»; «imperial purple» – «императорский пурпур»; «red ribbon» – «красная ленточка»; «Red carpet» – «красная дорожка»).

В современном английском языке так же существуют «оригинальные» названия цветов, которые были заимствованы из французского языка, а со временем распространились по всем языкам Европы, в том числе и русскому.

Таким образом, можно сделать вывод, что фразеологизмы, содержащие в себе элементы цветообозначения, требуют максимального профессионализма при переводе. Это связано с особенностью лексико-семантического значения самих фразеологизмов, а так же с цветовым восприятием мира в различных культурах. Следует помнить, что в разных языках один и тот же цвет может иметь, как идентичное, так и прямо противоположное значение, а значит, передавать абсолютно различное эмоциональное значение.

В результате проведенного исследования сравнения полноты сходства семантического значения фразеологизмов-эквивалентов, в русском и английском языках, были использованы новейшие научные достижения в области лексикологии, семантики и стилистики.

В процессе разбора лексической основы и семантического значения различных фразеологизмов русского и английского языков, была отобрана и проанализирована полнота эквивалентности по трем показателям:

1. строение;
2. образность;
3. стилистическая окраска.

В ходе анализа были выявлены полностью эквивалентные фразеологизмы; фразеологизмы, которые имеют абсолютное семантическое сходство, однако в их лексическом содержании наблюдаются частичные несоответствия. Были выявлены примеры фразеологизмов, которые являются интернациональными, имеющими самостоятельное происхождения, как в русском, так и в английском языках. Интересной лингвистической находкой стал факт наличия большого количества в русском и английском языках эквивалентных фразеологизмов Библейского происхождения.

Также, было установлено, что к частично эквивалентным фразеологизмам относятся:

1. фразы, которые при переводе с одного языка на другой меняют своё лексическое содержание;
2. фразеологизмы иностранного происхождения, которые в новых языках имеют различной форму интерпретации. Например: французская фраза «*cherch es la femme*» в русском языке выражена калькой «ищите женщину», в то время как в английском – фразеологическим оборотом «*there is a woman in it*», что в переводе на русский означает «здесь замешана женщина».

Таким образом, можно отметить, что большая часть фразеологизмов в русском и английском языках является частично эквивалентной. Необходимость изменения лексической формы фразеологизмов при их переводе с одного языка на другой, вызвана отличием ассоциативного восприятия различных этнических культур. Главная цель любого перевода – это достоверность передачи информации, заложенной в сообщении на одном языке, инструментами речи другого.

На основе англо-русского фразеологического словаря А.В. Кунина был проведен анализ фразеологических единиц. Фразеологизмы с элементами

цветообозначения были разделены на несколько групп на основе их влияния на эмоционально-экспрессивное содержание текста.

На основании рассмотренных фразеологизмов, включающих в свой состав слова, обозначающие базовые элементы цветового спектра (black, white, red, yellow, grey, blue, pink, brown, green) можно сделать следующие выводы:

1) большинство фразеологизмов принадлежат в группу разнонаправленной коннотации, то есть обозначают как отрицательные, так и положительные явления окружающей действительности. В данную группу входят базовые, наиболее часто встречающиеся в речи цвета: black, white, red, blue, green. Это можно объяснить более ранним возникновением данных прилагательных в английском языке и, соответственно, большее количество ассоциаций с ними у говорящих;

2) второе место занимают фразеологизмы с отрицательной коннотацией. Сюда входят устойчивые сочетания, имеющие в своем составе следующие цветообозначения: yellow, grey, brown. Как известно, данные прилагательные появились в английском языке позже оттенков базового спектра, входящих в первую группу. Также их малочисленность можно объяснить и тем, что «grey» и «brown» обозначают собой оттенки, а не «полноценные» цвета, менее выразительны и поэтому не могут создавать ярких ассоциаций;

3) самой малочисленной группой являются фразеологизмы, ассоциирующиеся исключительно с положительными эмоциями. Сюда входит лишь одно цветообозначение – rosy.

Способ перевода фразеологизмов зависит от взаимоотношений между единицами исходного языка и языка перевода. В современной лингвистике выделяется три типа таких взаимоотношений:

1) имеется полное соответствие фразеологической единицы в языке перевода т.е. перевод осуществляется с помощью уже закрепленного за ним эквивалента;

2) перевод осуществляется при помощи неполных эквивалентов, или аналогов;

3) при невозможности подобрать эквивалентный вариант устойчивой единицы в языке перевода или ее аналог используется нефразеологический (лексический) перевод.

Рассмотрев английские фразеологизмы с точки зрения их перевода на русский язык, можно сделать следующие выводы:

1) чаще всего за фразеологизмом не закреплено определенного эквивалента, что является результатом отсутствия в воспринимающей культуре (в данном случае в русской) того или иного явления окружающего мира. Фразеологизмы, которые переводятся на русский язык с помощью эквивалента, чаще всего имеют международное значение, и таким образом, присутствуют и в других культурах либо основаны на простых сравнениях: «red as blood» - «красный как кровь»;

2) группа устойчивых единиц, переводимых посредством аналога, также немногочисленна. В этой группе допускаются небольшие отклонения от эквивалентного перевода: «black look» - «хмурый взгляд»;

3) модель описательного перевода, хоть и применяется переводчиками в крайних случаях, является наиболее распространенной на уровне устойчивых сочетаний. Это можно объяснить огромными различиями в культурном и историческом развитии народов. Часто переводчику приходится давать объяснения реалий, которые он передал с помощью описательного перевода. Так, во фразеологизме Gertha Green marriage, который на русский язык передается как женитьба без согласия родственников, важно раскрыть не только суть, но и объяснить историческое происхождение данного словосочетания (речь идет о названии деревни, где жениха и невесту могли обвенчать без согласия родственников, которое во времена появления фразеологизма было обязательным).

Заключение. Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов. Фразеологизмы с элементами цветообозначения выполняют

определенные стилистически обусловленные функции в рамках определенного контекста, а именно текстообразующую, образную и кодирующую, с учетом их семантически и структурных особенностей, что служит обеспечению иронической коннотации касательно того или иного вопроса, заострению внимания адресата, а также смещению модальности в положительную или отрицательную сторону.

Цветовой компонент, представленный во фразеологизмах, служит выражению высшей степени образности, претерпевая ту или иную степень переосмысления. Ассоциации с буквальными цветовыми номинациями во фразеологизмах способствуют более наглядному представлению информации.

Кроме того, существует ряд коллоративных компонентов, которые не соотносятся непосредственно с теми или иными ассоциациями ввиду наличия связи с буквальной номинацией цвета предметов или явлений, приобретшими свое значение исходя из культурно и исторически обусловленных событий того или иного отрезка времени.

Многие коллоративные компоненты во фразеологизмах различных языков имеют уникальное для данной культуры значение, как, например, в английской культуре синий и красный цвет, с которыми связаны многие фразеологизмы. Стоит также отметить, что в языках появляются новые названия оттенков, которые возникают путем заимствования и смешивания различных культур. Функции цветообозначений имеют различную направленность, рационализируя, дифференцируя и детализируя процесс познания. Входя в духовный мир человека, цвет выступает как источник положительных или отрицательных эмоций, как способ уточнения его эмоциональной сферы.

Таким образом, при анализе теоретических данных о фразеологизмах с элементами цветообозначения, можно сделать вывод, что их исследование и перевод на другой язык требуют максимального профессионализма. Это связано с особенностью лексико-семантического значения самих

фразеологизмов, а также с цветовым восприятием мира в различных культурах. Особенно стоит учитывать тот факт, что в различных языках и культурах один цвет может иметь отличное или противоположное эмоциональное значение.

Проведенный сравнительный анализ полноты сходства фразеологизмов-эквивалентов позволил выявить фразеологизмы с полным семантическим сходством и различиями, также были проанализированы интернациональные фразеологизмы самостоятельного происхождения.

Помимо этого, сравнительный анализ позволил прийти к выводу, что большинство фразеологизмов в русском и английском языках являются частично эквивалентными. Изменения лексической формы фразеологизмов обусловлено разницей в ассоциативном ряде представителей различных культур.

Анализ фразеологических единиц на основе англо-русского фразеологического словаря А. В. Кунина позволил разделить фразеологизмы с элементами цветообозначений на несколько групп на основе их влияния на экспрессивно-эмоциональное содержание текста. Были выделены группы равнонаправленной коннотации, отрицательной коннотации и положительной коннотации, которые включают в себя различные цвета и оттенки. Изучение способов перевода фразеологизмов позволило выделить основные подходы, которые основываются на взаимоотношениях единиц исходного языка и языка-перевода.

При рассмотрении английских фразеологизмов с точки зрения перевода на русский язык, были выделены основные этапы данного процесса. Также, были рассмотрены фразеологизмы, которые при переводе не имеют эквивалента. Фразеологизмы, перевод которых осуществляется с помощью эквивалента, чаще всего имеют международное значение или основан на простых сравнениях. Помимо этого, была выделена малочисленная группа фразеологизмов, переводимых посредством аналога с допущениями незначительных отклонений от эквивалентного перевода. Третьей

выделенной группой являются фразеологизмы, которые переводятся посредством описательного перевода по причине явных различий в культурном и историческом восприятии народов.

Проведенное исследование открывает перспективы развития изучения и систематизации фразеологизмов с элементами цветообозначения для более совершенного изучения английского языка. Также интересной является проблема межкультурного общения, возникшая из-за разницы в истории и традициях народов, которая четко прослеживается при изучении фразеологизмов и их переводе.

Можно сделать вывод, что фразеологизмы с элементами цветообозначения являются одной из важных форм передачи эмоционально-экспрессивного содержания текста в английском языке.