

обучения устному двустороннему переводу. – Оренбургский государственный университет, Россия http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Philologia/24833.doc.htm.

Лариса Симончук
м. Київ

Кольороніми у структурі англійських фразеологізмів

Феномен кольору цікавив людство з давніх-давен. Люди намагалися пояснити це явище, з'ясувати його дію на мозок і психіку. Спроби розробити теорію кольору сягають ще часів Платона, який вважав колір четвертим елементом відчуття [1: 145]. Так зосередимо нашу увагу на компонентах фразеологізмів, а саме тих лексемах, денотативним значенням для яких є ознака кольору. Такі лексеми ми будемо називати *кольоронімами* (від лат. color – колір, грец. opima – ім'я).

Метою даної статті є проаналізувати фразеологізми англійської мови з компонентом кольору та виявити їх структурно-семантичні особливості.

Об'єктом пропонованого дослідження виступають фразеологізми сучасної англійської мови, у структурі яких присутні назви кольорів.

Матеріалом проведеного дослідження слугували фразеологічні одиниці (ФО), у структурі яких присутні назви кольорів, вибраних нами з різних фразеологічних джерел [3; 6; 7; 8].

ФО утворюються в мовленні і відображають ті явища і предмети, що безпосередньо оточують людей; люди в свою чергу, надають їм тих чи інших характеристик, в тому числі ознак за кольором. Отже, цілком закономірно, що у деяких фразеологізмах, які увиразнюють, емоційно забарвлюють образність в мовленні, саме колір є складовою частиною. Колір допомагає створити яскраві зорові образи з сухих абстракцій, що робить мовлення барвистим, соковитим та емоційно насиченим.

Як показало наше дослідження, в англійській мові найбільшу кількість становлять ФО з кольоронімом black (24,71%). На другому місці ФО з компонентом blue (16,86%). Далі у порядку зменшення йдуть такі назви кольорів як white (15,01%), red (14,31%), green (9,47%), yellow (6,47%), grey, pink (3,24%), gray (2,78%), brown (2,54%), purple (0,69%), orange (0,23%). Серед ФО зустрічаються і такі, до складу яких входять два або більше кольороніми. Вони становлять 3,69% проаналізованих фразем. Отже, у фразеологізмах найчастіше використовуються назви тих кольорів, які за теорією Ньютона не існують – чорний та білий. Однак ми погоджуємося з думкою Й.В. Гете, що чорний та білий є першоосновою

утворення інших кольорів: «для виникнення кольору необхідні світло і морок» [1: 133].

У певних ФО можна виокремити значення компонента, в інших же це неможливо, бо взаємодія всіх компонентів фразеологізму породжує його значення. Семантика кожного з компонентів по-різному виявляється в різних типах ФО. Як показує наше дослідження, входячи до складу фразеологізмів, назви кольорів у деяких випадках втрачають своє первинне значення (ознака кольору) і набувають зовсім інших семантичних відтінків.

Для виявлення певних закономірностей в межах одного типу ФО розподілимо їх так, щоб наявно проступала деактуалізація компонента фразеологізму. Оскільки деактуалізація слова у складі ФО безпосередньо пов'язана з переосмисленням значення самого виразу, фразеологізми, до складу яких входить назва кольору, ми класифікуємо за типами переосмислення і виділяємо фразеологізми-порівняння, фразеологізми-метафори, фразеологізми-метонімії. До найважливіших типів переосмислення О.В. Кунін відносить також евфемізм [5: 169]. Але ми, посилаючись на стилістичний розподіл тропів, вважаємо за доцільне розглядати евфемізми та перифрази в межах метонімії.

Охарактеризуємо виділені нами типи фразеологізмів, до складу яких входять кольороніми.

Фразеологізми-порівняння. Як зазначає В.М. Мокієнко, в порівняннях зміст фразеологізму виражений майже експліцитно [4: 167]. У фразеологізмах-порівняннях можна виділити безпосереднє значення кожного компонента-кольороніма. Тобто в таких фразеологізмах перший значущий компонент, у нашому випадку кольоронім, як правило, вживається в буквальному значенні.

Цей тип моделювання наявний у стійких порівняннях, які ще називаються компаративними зворотами типу “as + прикметник + as + іменник (чи словосполучення)”. Наведемо приклади ФО, які належать до цього типу: *as black as night, as black as a crow, as green as a grass, as blue as a badger, as red as a rose, as red as a lobster, as white as snow, as white as sheet, as white as death, as yellow as gold.*

Фразеологізми-метафори. На думку багатьох вчених-лінгвістів, найбільш розповсюдженим типом фразеологічного переосмислення є метафоричне. За визначенням О.В. Куніна, цей тип переосмислення є переносом найменування з одного денотата на інший, який асоціюється з ним на основі реальної або уявної схожості [2: 124]. З метою з'ясування значення кольороніма у складі метафоричних фразеологізмів, ми розглядаємо їх як вільні словосполучення. Адже, як зазначає В.М. Мокієнко,

більшість фразеологізмів спочатку були вільними словосполученнями, заміна компонентів була для них природною [4: 16].

Наведемо приклади фразеологізмів, які належать до цього типу: *to look black, the pot calling the cattle black, to have a fit of blues, once in a blue moon, to show the white feather, white elephant, red cock, to paint the town red, in the green, to turn yellow, the gray mare is the better horse, to see through rose-coloured spectacles, in a brown study, a purple patch, the pink of health* та інші.

Фразеологізми-метонімії. Фразеологізми цього типу базуються на метонімічному переосмисленні, що за висловом О.В. Куніна є переносом найменування з одного денотата на інший, який асоціюється з ним за суміжністю [2: 129]. Оскільки метонімія базується на реальному зв'язку об'єкта номінації з тим об'єктом, який вона позначає, то переосмислене значення таких фразеологізмів асоціативно пов'язане з буквральним значенням компонентів.

Серед власне фразем-метонімії ми виділяємо декілька груп:

1) фразеологізми на позначення осіб через елемент їх одягу:

- верхній одяг (пальто, жакет, сорочка): *black coat* (священик, піп), *red coat* (англійський солдат), *blue-coat boy* (учень благородної школи), *black shirt* (фашист), *blue jacket* (матрос англійського військового флоту), *black gown* (католицький священик);

- головні убори: *red hat* (звання кардинала), *blue bonnet, blue cap* (шотландець);

- аксесуари: *red tab* (штабний офіцер).

Всі ці вирази пов'язані з носієм того чи іншого одягу. Одяга в даному випадку є елементом, який виступає на позначення цілого. Кольороніми в даних метоніміях виступають смислоутворювальними компонентами, завдяки яким відбувається розрізнення семантики даних ФО (*black coat, red coat* – в обох фраземах присутня лексема *coat*, отже саме лексема на позначення кольору є смислорозрізнявальною).

2) ФО на позначення людей, до складу яких входить кольоронім, що означає колір одягу загалом: *the light blues* (кембріджські студенти на спортивних змаганнях), *the dark blues* (оксфордські студенти на спортивних змаганнях), *gray friar* (монах-францисканець), *black friar* (монах-домініканець).

Як і в попередній групі назви кольорів несуть основне семантичне навантаження і вживаються як складова частина цілісного поняття.

3) вислови, які позначають неістоти; їхні складові є частиною того об'єкту, який внаслідок переосмислення став у центрі семантичного ядра даної ФО: *the green cloth* (більярдний стіл), *green room* (артистична вбиральня – колись в них стіни були зеленого кольору), *black bottle*

(отрута – назва посуду вживається замість вмісту), *black letter* (старовинний англійський готичний шрифт), *black literature* (книги з готичним шрифтом), *white letter* (латинський шрифт).

Як було зазначено вище, в межах метонімії ми будемо розглядати перифрази та евфемізми. Хоча межа між ними досить нечітка. Перифраз – це така стилістична фігура, що полягає в заміні назви предмета (чи явища) описом його найсуттєвіших ознак або вказуванні на їх характерні риси [5: 170]. Із назвами кольорів зустрічаємо наступні ФО-перифрази, які означають речовини: *yellow metal* (золото), *white fuel* («біле паливо», гідроенергія), *black gold* (нафта), *black diamonds* (кам'яне вугілля). Наведемо приклади ФО, що означають тваринний світ: *the little gentleman in black velvet* (кріт), *the gentleman in brown* (клоп). Наявні також перифрази на позначення предметів та явищ: *the long green* (гроші), *green stuff*, *green meat* (овочі, зелень), *the blue blanket* (небо). Деякі фразеологізми означають людей: *priest of the blue bag* (адвокат), *knight of the green cloth* (картяр), *black-coated workers*, *white-collared workers* (трудова інтелігенція), *the red-coated gentry* (британські солдати).

Що стосується евфемізмів, то це – явище лінгвосоціальне, зумовлене умовами та характером спілкування. Їх можна розглянути з психологічного боку. Такі фразеологізми як *the black man* та *the gentleman in black* означають диявола. В таких ФО чорний колір символізує світ темряви, де панує сатана.

Таким чином, аналіз ФО за типами переосмислення дозволив нам виявити певні закономірності семантики кольоронімів в межах одного типу. Вони полягають в наступному:

1) кольороніми у складі ФО, залежно від типу переосмислення, мають різний ступінь деактуалізації:

а) у порівняльних та метонімічних зворотах денотативні значення цих лексем здебільшого зберігаються;

б) у складі фразеологізмів-метафор семантика кольоронімів виражена імпліцитно, що зумовлено ступенем переосмислення даних фразем. Тому зазначені лексеми можуть вживатися як у прямому, так і переносному значенні.

2) назви кольорів не лише впливають на загальне значення ФО, що цілком закономірно, але в деяких випадках виконують смислорозрізнявальну функцію.

Література

1. Гете И.В. Избранные философские произведения. – М., 1964. – С.133 – 145.
2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. – М., 1986. – С.124 – 129.
3. Кунин А.В. Большой англо-русский

фразеологический словарь. 5-е изд., перераб. – М.: Русский язык – Медиа, 2005. 4. Мокиенко В.М. Славянская фразеология. – М., 1989. – С.167. 5. Стилистика английского языка: Учебник / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева и др. – К., 1991. – С.169 – 170. 6. Longman Dictionary of English Idioms. – London, 1979. 7. Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners. – Pearson Education Limited, 2009. 8. Oxford Dictionary of English Idioms by A.P.Cowie, R.Mackin & I.R.McCaig. – Oxford, New York etc.: Oxford University Press, 1993.

Елена Сласная
г. Славянск

Перевод имплицитного отрицания как средства выражения субъективной модальности

Предметом данного исследования является перевод имплицитного отрицания как средства выражения субъективной модальности.

Источником примеров послужил роман Ч. Диккенса «The Posthumous Papers of the Pickwick Club». В качестве материала для анализа были выбраны иронические сверхфразовые единства. Данный выбор был обусловлен тем фактом, что ирония в полной мере зависит от контекста и может быть адекватно интерпретирована лишь на уровне предложения или высказывания.

A fat lot I care! Импликацией иронии является: *I don't care about it.*

Like hell I will! Импликацией иронии является: *I will not.*

В основе интерпретации имплицитно выраженного отрицания находятся лингвистическая и логическая пресуппозиции. В этом смысле существенными представляются наблюдения П. Ньюмарка, в которых он указывает на определяющую роль подтекста в процессе перевода, а также подчеркивает необходимость разумного соотношения между поверхностными и глубинными структурами высказывания [1].

Таким образом, актуальность исследования обусловлена следующими соображениями:

1. В процессе коммуникации присутствует значительная доля высказываний с имплицитной составляющей.

2. Имплицитный смысл, возникающий в высказывании, не является одноплановым явлением. В соответствии с установленным Ш. Балли разделением диктальной и модальной сторон высказывания имплицитный смысл может быть диктальным и модальным [2].

Однако, не все высказывания обнаруживают отношения контраста между поверхностным и глубинным уровнями – только стилистически