

УДК 81-139

***К ВОПРОСУ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРУКТУРЫ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С
КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТОБОЗНАЧЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ***

Бондарь Е.С.

магистрант,

Таганрогский институт имени А.П.Чехова (филиал) «Ростовского

государственного экономического университета (РИНХ)»,

Таганрог, Россия

Аннотация: Данное исследование посвящено изучению фразеологизмов с компонентом цветообозначения в английском языке. В статье приводятся структурные классификации данных языковых единиц. Рассматриваются такие устойчивые идиоматические сравнения, как *as + adj + as* и *like + noun*. Объясняются пути перевода английских фразеологических единиц на русский язык.

Ключевые слова: фразеологизм, идиома, цветообозначение, структурная классификация, пути перевода идиоматических выражений, устойчивое идиоматическое сравнение.

***TO THE QUESTION OF STUDYING THE STRUCTURE OF IDIOMS WITH
COLOUR COMPONENT IN ENGLISH***

Bondar E.S.

master,

Taganrog Institute by the name of Chekhov A.P. the branch of “Rostov State

University of Economics (RSUE)”,

Taganrog, Russia

Annotation: The given investigation is devoted to the studying phraseological units with the colour component in English. The article represents the structural classification of these linguistic units. Stable idiomatic similies as + adj +as and like + noun are investigated in more details. The ways of translation English idioms in Russian are mentioned.

Keywords: phraseological unit, idiom, colour component, structural classification, the ways of translation the idioms, stable idiomatic comparison.

Одним из самых интересных аспектов изучения любого языка являются фразеологические сращения и выражения, то есть языковые единицы, значение которых не выводится из суммы компонентов, а мотивируется внутренним способом. Фразеологизация как языковое явление универсально, поскольку фразеологические единицы свойственны всем языкам и в каждом языке они имеют свои особенные способы выражения.

Фразеологический аспект языка всегда был самым важным для изучения. Выявление фразеологических особенностей языка является чрезвычайно полезным не только как помогающий способ устранения ошибок, но и как путь усовершенствования практических навыков владения языком.

Устойчивые выражения изучаются фразеологией, которая является отраслью лингвистики, связанной с лексическими и часто структурно устойчивыми единицами. Фразеологические единицы, которые имеют ярко выраженные стилистические характеристики, называются идиомами. Не стоит путать идиомы, значения составных частей которых не является мотивированным, с идиоматическими выражениями, значения которых можно понять [1, 89].

Неотъемлемой частью фразеологического выражения является его метафорическая природа, которая делает его отличительным от идентичных свободных комбинаций слов (red tape – красная лента и бюрократизм).

Идиомы можно классифицировать разными способами, а именно структурным и семантическим.

Структурная организация представляет собой объединение идиом в группы в соответствии с общими компонентами, которые водят в их структуру [4, 51]. Выделяют следующие группы идиом: 1) separable phrasal verbs (*to give smb the blues* – наводить тоску на кого-то); 2) inseparable phrasal verbs (*fire into the brown* – стрелять в толпу); 3) phrasal verbs with extra prepositions (*black on smb's eye* – подбить кому-либо глаз); 4) verb-noun combinations (*sing the blues* – жаловаться на свою судьбу, сетовать); 5) verb-noun preposition combinations (*keep smb in the dark* – держать кого-либо в неведении); 6) preposition-noun combinations (*out the blue* – как гром среди ясного неба, как снег на голову); 7) preposition-noun preposition combination (*in the pink of* – в прекрасном состоянии); 8) adjective-noun combinations (*golden opportunity* – прекрасная возможность); 9) noun phrases (*a mint money* – куча денег); 10) idioms from metaphors (*white elephant* – ненужная вещь); 11) verbal idioms from metaphors (*every white hath its black, and every sweet its sour* – и на солнце есть пятна); 12) short idioms (*yellow-livered* – трусливый); 13) pair idioms (*black or white* – черное или белое); 14) adjectival idioms (*whited sepulcher* – лицемер); 15) verb-preposition combinations (*turn up the whites of one's eyes* – закатить глаза); 16) miscellaneous verbal expressions (*be in red* – быть дефицитным); 17) everyday expressions (*Do you see any green in my eye?* – Неужели я кажусь вот таким легкомысленным простаком?) [6].

Рассмотрим более детально такую структурную форму идиом как сравнение *as + adj + as + u like + noun*.

1. *As + adj + as*. К классу таких словосочетаний принадлежат обычные сравнения, которые являются многочисленными в речи: *as black as a crow* – черный как вороново крыло, *as bright as day* – ясно как день, *as black as coal* – черный как уголь, *as black as night* – беспросветный, *as black as hell* – хоть глаз

выколи, *as black as thunder* – туча-тучей, *as brown as berry* - загорелый, *as red as cherry* – кровь с молоком, *as red as a rose* - румяный, *as red as turkey-cock* – красный как индюк, *as red as lobster* – красный как рак, *as red as blood* – кроваво-красный, *as red as fire* – огненно-красный, *as white as a sheet* – бледный как полотно, *as white as death* – смертельно белый, *as white as driven snow* – белый как снег, *as yellow as gold* – светло-желтый, *as blue as the devil* - угрюмый, *as green as grass* – молодо-зелено [3].

Структурным соответствиям в русском языке является «прилагательное + как, как будто, словно». Исследователи предлагают разную терминологию для таких выражений, и классифицируются такие фразеологические единицы как стандартные словосочетания.

2. **V + like + noun**. Русский аналог «глагол + частица + существительное или глагол + существительное в творительном падеже»: *like blue murder* - сломя голову, *blush like a blue dog*, *like a red rag to a bull* - как красная тряпка на быка, *like a bolt out of the blue* - как гром среди ясного неба [5].

Такие выражения называются неизменяющимися идиомами (*unchangeable idioms, cast-iron idiom, phraseological fusions*).

Встречаются фразеологические синонимы среди фразеологических единиц: *a heart of gold* - *a heart of stone*, *stone heart*, *stony heart* – каменное сердце; *to take heart* - *to look blue* – воодушевиться [5].

Источниками идиоматики является библия, античная литература, устное народное творчество, профессиональная лексика, политическая, научная, публицистическая, художественная литература: *a whited sepulcher* – двуличный человек, *the golden rule* – золотое правило, *the green-eyed monster* - ревность, *buy golden opinions* – вызывать восхищение и уважение, *catch/take somebody red-handed* – взять с поличным, *the green light* – зеленый свет, *paint the town red* – предаваться веселью, *a red cent* – медный грош [3].

В теории перевода предлагают такие пути корректного перевода идиоматических выражений:

1) подбор абсолютных эквивалентов, когда каждый компонент идиомы языка-источника является сохраненным в целевом языке. Это касается преимущественно библейских, исторических, мифологических, художественных идиом;

2) подбор приблизительных эквивалентов, когда один или более компонентов отличаются. Незначительные отличия приблизительных эквивалентов могут проявляться в таких аспектах: 1) в замене характеристики или образа в языке-источнике на более похожие или традиционно ожидаемые в целевом языке; 2) в конкретизации некоторых характеристик оригинала;

3) перевод путем поиска настоящих или приблизительных идиоматических аналогий. Большинство английских идиоматических выражений имеют схожие по значению единицы в русском языке.

4) дескриптивный перевод устойчивых выражений (одним словом, свободной комбинацией слов, предложением или длинным объяснением). Идет речь о так называемых национальных идиомах, характерных только для определенного языка [2, 120-122]. Значение многих идиоматических выражений благодаря отсутствию подобных идиом в целевом языке может быть передано только дескриптивно, то есть описательно, через обычное объяснение. Это касается, например, колоративных идиом, пословиц, поговорок, которые имеют национальные литературные образы и отражают традиции, обычаи, поведение и образ жизни народа. Понятно, что такие фразеологизмы не могут переводиться слово в слово, поскольку образы, которые входят в их состав, будут терять в таком случае своё метафорическое значение в целевом языке.

Таким образом, большинство идиом имеет абсолютные или приблизительные аналоги в русском языке. Некоторые из приведенных единиц требуют дескриптивного перевода.

Библиографический список:

1. Ахманова О. С. Основы фразеологии / О.С. Ахманова. – М: В.шк., 1985. – 276 с.
2. Борисенко В.А. К вопросу о роли английских фразеологизмов с компонентом цветообозначения / В. А. Борисенко, Т. В. Бабиян, О. А. Жарина // Молодой ученый. – 2015. – №24. – С. 120-122
3. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – М.: Русский язык, 1967. – 1063 с.
4. Чепасова А.М. Семантические и грамматические свойства фразеологизмов / А. М. Чепасова. – Челябинск, 1983. – 93 с.
5. Longman Idioms. Dictionary. – Harlow: Pearson Education Limited, 2000.
6. Peaty David. Working With English Idioms / David Peaty. – Harlow: Longman, 1996. – 110 p.

Оригинальность 90%