

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(**Н И У « Б е л Г У »**)

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ

**«ЦВЕТООКРАШЕННЫЕ» ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ СОВРЕМЕННОГО
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА: НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ
ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ И УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по специальности
45.05.01. Перевод и переводоведение
очной формы обучения, группы 04001407
Титаренко Марии Александровны

Научный руководитель
канд.филол.наук, доцент,
Пугач В.С.

Рецензент
канд.филол.наук, доцент,
Беседина Т.В.

БЕЛГОРОД, 2019

Оглавление

Введение.....	3
Глава I. Феноменология фразеологических единиц.....	6
1.1. Вторичная номинация как особый способ представления знаний в языке.....	6
1.2. Пути и способы образования фразеологических единиц.....	8
1.3. Категориальные признаки фразеологических единиц.....	14
1.4. Лингвистический статус компонента ФЕ.....	19
1.5. Проблема определения зоны лексико-фразеологической переходности.....	24
1.6. Коннотация как ведущий аспект фразеологического значения.....	26
1.7. Роль образной составляющей в семантике фразеологизмов.....	31
1.8. Типы образной мотивации.....	34
Выводы по Главе I.....	38
Глава II. Национальная специфика и универсальность фразеологических оборотов (на примере «цветоокрашенных» фразеологизмов).....	41
2.1. Общие положения.....	41
2.2. Фразеологическая единица как носитель и источник социокультурной информации.....	42
2.3. Сопоставительный анализ фразеологических оборотов в различных языках.....	53
2.4. Межъязыковые фразеологические эквиваленты.....	56
2.5. Семантически тождественные фразеологические единицы.....	61
Выводы по Главе II.....	65
Заключение.....	68
Библиографический список использованной литературы.....	72
Список использованных словарей.....	75
Список источников иллюстративного материала.....	76

Введение

Данная выпускная квалификационная работа посвящена изучению социокультурного своеобразия фразеологизмов как особых единиц языка в лингвистическом, психолингвистическом и культурологическом аспектах.

Специфика объекта исследования состоит в том, что фразеологические единицы (ФЕ), обладая эмоционально-оценочным компонентом, не просто характеризуют обозначаемое, но и свидетельствуют о психологическом восприятии его образного аналога. Сознательно или нет, образное содержание фразеологизма соотносится с эталонами и стереотипами мировидения и миропонимания народа – носителя языка, в чем существенную роль играет образ, явствующий в буквальном прочтении фразеологизма.

Именно образ, зачастую, определяет национально-культурную специфику той или иной ФЕ. Однако, то, как создается этот образ, тоже может иметь национальный характер, также, причины возникновения ФЕ определяются, как правило, экстралингвистическими факторами.

Вследствие этого, основная цель работы состоит в выявлении того, в чем заключается национально-культурная обусловленность ФЕ конкретного языка и есть ли универсальные свойства, присущие ФЕ любого языка.

Поставленная цель исследования реализуется через решение следующих основных задач:

1. Общее определение вторичной номинации как особого способа представления знаний в языке, механизма ее порождения, а также путей и способов ее образования.

2. Характеристика категориальных признаков ФЕ и их функций как универсального понятия.

3. Выявление особенностей фразеологического значения и определение на этой основе лингвистического статуса компонента ФЕ.

4. Анализ коннотативно-прагматического значения ФЕ, специфики его восприятия народом – носителем языка.

5. Определение роли образной составляющей как универсального мотивированного компонента ФЕ, а также ее культурной обусловленности.

6. Изучение понятия «национально-культурное своеобразие» и его признаки.

7. Разведение понятий «безэквивалентность» и «эквивалентность» ФЕ; «семантическая» и «типологическая» тождественность ФЕ.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что «фразеологический состав языка – это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» (Телия 1996: 9), поэтому особое внимание уделяется культурно-национальной коннотации фразеологизмов и ее роли в воспроизведении обыденного менталитета.

Объектом исследования служат английские цветоокрашенные фразеологизмы. Данный выбор объясняется тем, что цвет, будучи мотивированным компонентом ФЕ, обладает ярко выраженным этно- и антропоцентричным характером, что находит свое отражение не только в национальном своеобразии цветовой палитры того или иного народа, но и в специфике тех ассоциаций, которые возникают у носителей языка при его восприятии.

Исследование проводится на основе комплексного использования различных методов в рамках антропологической парадигмы, то есть с учетом человеческого фактора в языке. Так, наряду с общими методами анализа и синтеза, обобщения и систематизации существующих теоретических положений изучение конкретного языкового материала предусматривает применение описательного метода, контекстуального анализа, вариационного и компликативного методов, структурно-типологического метода, а также метода лингвистического моделирования. Сам материал исследования получен методом сплошной выборки как из классических, так и из художественных произведений современных английских и американских авторов. Семантический анализ выявленных ФЕ положен в основу их тематической классификации.

Теоретическая база исследования строится на основе идей, содержащихся в работах: А.Ф. Артемовой, Д.О. Добровольского, В.Г. Кульпиной, А.В. Кунина, Ю.П. Солодуба, В.Н. Телия и других известных авторов-теоретиков.

Выпускная квалификационная работа в объеме 78 страниц машинописного текста состоит из Введения, двух Глав, Заключения и Библиографического списка использованной литературы, Списка использованных словарей и Списка источников иллюстративного материала.

Глава I «Феноменология фразеологических единиц» освещает общие вопросы фразеологии, в частности, определение понятия ФЕ, механизм ее порождения, пути и способы образования, категориальные признаки и функции ФЕ. Особое внимание уделяется вопросу фразеологического значения, его особенностям в свете общей ориентированности фразеологизмов на человека и мир, его окружающий.

Глава II «Национальная специфика и универсальность фразеологических оборотов (на примере «цветоокрашенных» фразеологизмов)» посвящается более конкретному рассмотрению проблемы социокультурного своеобразия ФЕ, определению его критериев, а также сопоставительному анализу английских ФЕ с русскими и немецкими эквивалентами, что позволяет не только более четко определить класс «национальных феноменов», но и объяснить причины возможности/невозможности как семантической, так и абсолютной типологической идентичности.

После каждой главы даются выводы в краткой форме по соответствующему параграфу, а в Заключении представлены результаты исследования в обобщенном виде.

Глава I. Феноменология фразеологических единиц

1.1. Вторичная номинация как особый способ представления знаний в языке

Современный этап развития лингвистики характеризуется повышенным интересом к проблемам отражения знаний в языке. Именно язык является «тем самым высоким уровнем, на котором информация, полученная по разным каналам, обрабатывается воедино, интегрируется, осмысливается, категоризируется и классифицируется» (Болдырев 2000: 7).

Вопрос о связи языка, мышления и действительности неизбежно влечет за собой более глубокое понимание роли человека в языке, так как язык призван обеспечить реализацию мыслительно-коммуникативных потребностей и намерений именно человека. В настоящее время в лингвистике существует целое направление – когнитивная семантика, – основной задачей которого и является изучение того, как человек воспринимает и осмысливает окружающий мир и как его опыт познания реализуется в значениях языковых выражений. В рамках этой теории человеку как познающему субъекту – носителю когниции приписывается активная роль в формировании значений языковых единиц, а также активная роль в выборе языковых средств выражения для описания той или иной ситуации и в понимании мотивов этого выбора (Никитин 2003: 22).

Но человеческое сознание стремится не только к объективному отражению мира, для него характерна и оценочная деятельность, связанная с прагматическим фактором в самом широком смысле. Показать оценочное отношение человека к миру призваны фразеологические единицы. Отсюда и назначение фразеологизма – не просто называть, а, называя, характеризовать объект реальной действительности.

Специфика фразеологической единицы как средства отражения окружающего мира состоит в том, что этот процесс не непосредственный, а, по меньшей мере, двухступенчатый. Первая ступень заключается в первичной

номинации, то есть в приобретении последовательным набором звуков, оформленных в слово, определенного значения. Вторая ступень представляет собой процесс вторичной номинации, в результате которой сочетание, состоящее из нескольких слов, каждое из которых имеет в парадигме словаря собственное значение, приобретает новое совокупное значение, не являющееся тождественным значению какого-либо одного из данных слов-компонентов фразеологической единицы. Другими словами, происходит семантическая трансформация компонентного состава переменного словосочетания (генетического прототипа ФЕ), результатом чего является новая языковая единица – фразеологическая, лингвистический статус которой был определен выдающимся ученым-фразеологом профессором А.В. Куниным еще в середине 60-х годов XX века (Федуленкова 2000: 29).

Фразеологические единицы входят в сферу «человеческой семантики» (Артемова 1998: 12). Фразеологический состав языка наиболее отчетливо показывает специфику языкового мышления народа и особенности его культуры. Природа значения фразеологизмов тесно связана с практическим опытом человека, с культурно-историческими традициями говорящих на данном языке, с их деятельностью, развитием науки и техники, средств массовой информации и т.д. Это «коллективная память» носителей языка, зеркало жизни нации, в центре внимания которого стоит человек, но не как абстрактное понятие, а как личность, которая живет в определенной среде, занимает определенное положение в обществе, входит в контакт с другим индивидуумами.

Во фразеологических единицах как знаках вторичной номинации всегда имеет место взаимодействие четырех компонентов: действительности, понятийно-языковой формы ее отражения, переосмысляемого значения языковой формы, опосредующего отнесенность нового смысла к действительности, языковой формы в ее вторичной функции наречения (Телия 1996).

Таким образом, во фразеологических единицах взаимоотношение мышления, действительности и языка предстает в сложном и многоаспектном взаимодействии. Вследствие этого представляется более целесообразным рассмотреть по отдельности психологический механизм порождения вторичной номинации, пути и способы образования фразеологизмов, их признаки и функции с тем, чтобы получить целостную картину представлений о фразеологизмах как об особом средстве отражения окружающего мира в языке.

1.2. Пути и способы образования фразеологических единиц

Как уже было отмечено выше, под вторичной номинацией понимается использование уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наречения. При этом происходит либо полное, либо частичное переосмысление специфически употребленных слов. Следовательно, выделяются два пути образования вторичной номинации: непрямой (мотивированно-опосредованный) и косвенный (Болдырев: 2001).

В случае косвенной номинации происходит полное переосмысление употребленных слов, что приводит к возникновению немотивированной фразеологической единицы, так как первоначальное значение ее прототипа не способствует пониманию ее самой, то есть, зная смысл отдельных слов соответствующего переменного словосочетания, мы не можем судить о значении всего фразеологизма. Так, например, выражение *to paint the town red* имеет дословный перевод «рисовать город красным», в то время, как соответствующая данному словосочетанию фразеологическая единица употребляется в значении «весело проводить время в барах, клубах» – *to go out to enjoy a lively noisy time in bars, clubs, etc, esp. in order to celebrate smth* (OALD: 835).

Подобные фразеологические единицы были классифицированы академиком В.В. Виноградовым как фразеологические сращения, то есть как

тип абсолютно неделимых, неразложимых словосочетаний, значение которых не может быть выведено из отдельных значений их компонентов. (Виноградов 1986: 43)

Такого рода фразеологизмы еще известны как идиомы. Именно их В.Н. Телия и многие другие лингвисты считают наиболее типичными единицами фразеологии, так как они представляют собой «целостные по номинативной и структурно-семантической организации знаки» (Телия 1996: 59). Такие фразеологические единицы являются специфическими для каждого языка, и к ним зачастую нелегко или даже невозможно подобрать фразеологические эквиваленты в другом языке. Их значение можно представить лишь описательно, например: *to come through with flying colours* (досл.: пройти с развивающимися флагами) – *to complete smth very successfully* (OALD: 454).

Подобного рода пример заставляет задуматься, правомерно ли говорить об отсутствии мотивированности в случае образования фразеологических единиц путем косвенной номинации?

Процесс идиообразования – это ничто иное, как «вовлечение сочетания слов в метафору... на основе подобия того смысла, который лежит в основе номинативного замысла, и того, что обозначается словосочетанием в его «буквальном» значении, и что, к тому же, включено в определенную структуру знания о мире – некоторый «сценарий» или «фрейм»» (Телия 1996: 60). В подтверждение этого обратимся к нашему примеру. *To come through with flying colours* легко входит во фрейм «военные действия – триумфальное шествие победителей по захваченной территории». Проанализировав такую сцену, легко можно увидеть связь между новым значением фразеологизма и его базисным вариантом.

Однако, не следует полностью отвергать идею об отсутствии мотивированности в случае идиом. Со временем изначальный фрейм может забыться, и тогда, действительно, мотивировка утрачивается. Например, *to be the black sheep of the family*. Сейчас очень трудно объяснить, почему именно «черная овца» ассоциируется с человеком, который является изгоем в

собственной семье. Хотя, скорее всего, этому есть свои объяснения, если обратиться к истории, этнологии и культуре носителя языка, в данном случае – англичан.

Таким образом, представляется более правильным считать фразеологические единицы, образованные путем косвенной номинации, как утратившие полностью или частично свою мотивированность в ходе исторического развития языка.

Что касается образования фразеологических единиц путем не прямой номинации, то здесь происходит частичное переосмысление генетического прототипа, когда хотя бы один из составляющих его компонентов сохраняет свое первоначальное значение, что способствует однозначному пониманию общего направления семантического сдвига. Часто это может быть предложный компонент (например, *black or white*), глагольный – *to keep in the dark*. Частичное переосмысление компонентного состава характерно также для большинства компаративных фразеологических единиц с адъективным компонентом, сохраняющим в пределах ФЕ свое первоначальное значение, например, *white as snow, as black as pitch, as green as grass* и т.д.

Перечисленные фразеологические единицы относятся, по терминологии В.В. Виноградова, к фразеологическим сочетаниям, характерной чертой которых является относительная устойчивость (Федуленкова 2000: 76). В таких сочетаниях один из компонентов «выполняет роль семантически ключевого, то есть предопределяет семантическое прочтение связанного с ним по смыслу... другого компонента (или компонентов)» (Телия 1996: 65). Например, *to keep smb in the dark* имеет значение «держать кого-либо в неизвестности», а, по аналогии с ним, *to be in the dark* означает «быть в неизвестности» (АРФС: 196).

Наличие относительной устойчивости такого рода фразеологических единиц дает возможность образования целого ряда новых фразеологизмов с помощью так называемой «порождающей модели» (Кунин 1996: 85). Так, слово *black* в значении «бойкотируемый» вначале употреблялось только со

словом *steamer*. Позднее сочетаемость расширилась, и появились *black sheep*, *black work* и т. д.

Другой пример: *a white man* – человек белой расы. В дальнейшем к этому значению прибавилось значение «честный», «порядочный». А в наше время *white* обозначает просто «честно», «благородно». Например, *It has been white of him to offer his help* (Глазунов 1998: 753).

Таким образом, мы видим, что образование фразеологических единиц – процесс не статичный, а динамичный. Приобретенное некогда в ходе вторичной номинации значение фразеологизма также способно изменяться, расширяться, дополняться. Именно это свойство фразеологических оборотов и помогает им отвечать своему первостепенному требованию – отражать отношение человека к реальной действительности.

Создание фразеологических единиц неотъемлемым образом связано и с такими понятиями, как метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, литота и др. Именно они выступают в роли способов образования фразеологизмов.

Одним из самых распространенных способов вторичной номинации следует считать метафору. В основе метафорического сдвига значения всегда лежит какое-либо сходство. Исследование фразеологии английского языка, проведенное Т.Н. Федуленковой, свидетельствует о том, что чаще всего метафорическая трансформация прототипа фразеологической единицы базируется на следующих видах сходства (Федуленкова 2000: 93):

1) по форме, например: *as round as a barrel* (круглый, как бочка), *as bald as a billiard ball* (голый, лысый, как коленка);

2) по цвету, например: *grey as the ashes* (серый, как зола), *as red as a cherry* (красный, как вишня), *as white as a sheet* (белый, как полотно);

3) сходство по манере поведения, например: *as timid as a rabbit* (робкий, как заяц), *as tricky as a monkey* (проказливый, как мартышка), *as obstinate as a mule* (упрямый, как осел);

4) сходство по времени, например: once in a blue moon (когда рак свистнет), when Queen Anne was alive (в незапамятные времена, при царе горохе), at the eleven hour (в последний момент);

5) по количеству, например: to make a bag (прийти с большой добычей с охоты, рыбалки), bit by bit (мало-помалу);

б) сходство по скорости, например: to talk a blue streak (непрерывно разговаривать), like a blue murder (со всех ног);

7) по положению, например: to be in the same boat (быть в одинаковом положении с кем-либо), to have the upper hand (иметь превосходство).

Особенно распространены в современном английском языке фразеологические единицы, обозначающие трудность, безысходность положения, например, between the devil and the deep (blue) sea, to be in a blue funk (в панике) и так далее.

Семантические сдвиги в структуре фразеологических единиц, основанных на метонимии, характеризуются перенесением наименования по признаку сложности предметов или явлений. Если взять, к примеру, фразеологизмы со цветообозначением, то можно выделить следующие тематические группы фразеологических оборотов, образованных с помощью метонимии:

1. Характеристика человека по тем или иным признакам:

а) по признаку физического состояния, например: to be rosy about the gills, to be pink (быть в здравии), to go white (побледнеть), to be yellow (иметь нездоровый цвет лица);

б) по признаку эмоционального состояния, например: to feel blue (хандрить), to be black with rage (почернеть от гнева), to flush red (покраснеть от смущения);

2. Указание на профессиональную принадлежность, например: a white collar job (работа в офисе), a blue-collar job (рабочая специальность), to be green (принадлежать к организации, борющейся за охрану окружающей среды), blue boys – полицейские в США;

3. Деловая терминология, например: blue-chip insurance (страхование инвестиций), to be in red (быть на грани банкротства), black tie dinner (официальный деловой ужин);

Особую группу составляют фразеологизмы, обозначающие неприятные события и отрицательные явления. Здесь метонимический перенос происходит за счет символического значения цвета. Так, например, черный цвет (black) традиционно имеет отрицательную коннотацию, если рассмотреть по шкале «хорошо-плохо». Отсюда понятие «черного рынка» – black market, неудачных дней – black days, черной магии – black magic.

Довольно часто метонимический перенос можно встретить и в наименовании предметов окружающей действительности. Всем хорошо известны коричневые бумажные пакеты для продуктов питания, так называемые brown bags. Так вот за счет метонимии в США сейчас можно услышать такое выражение: Take your brown bag, что означает не что иное, как «возьми свой обед» (Глазунов 1998).

Синекдохическое переосмысление компонентного состава фразеологической единицы имеет место в том случае, когда наименование целого переносится на его часть или наоборот. Например, change hands – перейти к другому владельцу, not to believe one's eyes – сильно удивляться, изумляться.

Изучение фразеологии современного английского языка показывает, что метафорические и метонимические трансформации семантики фразеологических единиц нередко сопровождаются гиперболизацией образа. Гиперболический перенос наименования строится на намеренном преувеличении признака, являющегося основой ассоциативного соотношения значения фразеологической единицы со значением ее прототипа. Фразеологизмы этой группы обладают особой выразительностью, порождаемой нереальным, гротескным характером гиперболического образа, например: to din into smb's ears (прожужжать кому-либо уши) – упорно

настаивать на чем-либо, to be up to one's neck in smth – быть по самую шею в чем-либо и т.д.

Итак, фразеологические единицы, являясь знаками вторичной номинации, представляют собой особое средство отражения окружающей действительности и выражения отношения человека к ней, которое обладает характерным для него арсеналом видов семантических трансформаций, способствующих преобразованию переменных сочетаний слов в устойчивые словесные комплексы с полностью или частично переосмысленным значением.

1.3. Категориальные признаки фразеологических единиц

Одним из спорных вопросов фразеологии был и остается определение понятия «фразеологизм», а, следовательно, и объекта ее изучения. В настоящее время во фразеологии как бы существуют, по крайней мере, шесть классов фразеологизмов. Практически все лингвисты признают в качестве собственно фразеологических единиц такие «устойчивые словесные комплексы, целостное значение которых не соответствует сумме значений входящих в их состав лексических компонентов, но может (факультативный признак) образно мотивироваться на основе этих значений» (Солодуб 1982: 107). Однако, трудно обнаружить то же единство в выборе терминологии подобных фразеологических единиц. Так, В.В. Виноградов, например, учитывая наличие «но», разделяет такие фразеологизмы на два типа: идиомы или фразеологические сращения, то есть немотивированные единицы, выступающие как эквиваленты слов (например, рус.: наострить лыжи, спустя рукава; англ.: to be on the fiddle, after a fashion); и фразеологические – мотивированные единицы с единым целостным значением, возникающим из слияния значений лексических компонентов (например, рус.: первый блин комом, плыть против течения; англ.: the fat in the fire, through the mill и т. д.) (Кунин 1996).

Н.Н. Амосова, признавая термин «идиома», добавляет при этом, что это единица «постоянного контекста». А А.И. Смирницкий в качестве их характерной черты выделяет стилистическую окраску (Кунин 1996: 24-25).

Таким образом, мы видим, что даже при сходстве в наименовании фразеологической единицы существуют различные подходы к ее интерпретации.

Проблему представляет выбор критерия классификации и определения фразеологизмов. Так, если те же сращения и единства (собственно идиомы в широком смысле) выделяются на основе абсолютной утраты их компонентами своего собственного значения и приобретения нового, не связанного с ними значения, то фразеологические сочетания – по признаку ограниченности сочетаемости слова.

Совершенно неоднозначное отношение лингвистов-фразеологов к пословицам и поговоркам. В первую очередь, это связано с тем, что по своему жанру пословицы и поговорки – произведения народного творчества, запечатлевшие мудрость народа, его ценностную картину мира. Именно притчевый, «цитатный» характер стал тем самым «камнем преткновения», который мешает отнести данные единицы к разряду фразеологических. Н.М. Шанский даже предложил разделить образные пословицы и пословицы, составляющие компоненты которых сохраняют свое свободное значение (Там же).

Профессор А.В. Кунин, а вслед за ним и многие другие лингвисты, высказал по этому поводу следующее. Он относит пословицы и поговорки к разряду коммуникативных фразеологических единиц. Важнейшей семантической характеристикой такой единицы, как и всякой другой, является глобальная трансформация ее компонентного состава, его полное переосмысление (Федуленкова 2000). Так, например, значение пословицы *Two blacks do not make a white* определяется дефиницией: *one cannot justify a wrong action by saying that another has done something similar or by pleading revenge for a wrong done to oneself* (Cowie: 570), и смысл ее может быть передан

посредством такой русской поговорки, как чужим грехом своего не искупишь, например: *As two blacks do not make a white, it was beside the mark to make laborious fun over Southey's youthful ballads* (АРФС: 87).

Фразеологичность таких единиц, в первую очередь – в их воспроизводимости в довольно широком контексте. На этом же основании к числу фразеологизмов часто относят речевые штампы, различного рода клише, крылатые выражения.

Объем фразеологии достаточно широк, так как все, что воспроизводится в готовом виде, не являясь при этом словом, можно назвать фразеологизмом. А.В. Кунин, исходя также из широкого понимания объекта фразеологии, определил две границы фразеологизма: нижнюю – как «двусловное образование» и верхнюю – как «сложное предложение» (Кунин 1996: 26).

Как известно, фразеологизмы являются устойчивыми образованиями. Устойчивость фразеологизмов – это залог их существования в языке. «Фразеологизмы устойчивы не потому, что они воспроизводятся в готовом виде, а, наоборот, они воспроизводятся в готовом виде потому, что являются устойчивыми образованиями» (Кунин 1996: 97).

«Фразеологическая устойчивость – это объем инвариантности, свойственный различным аспектам фразеологических единиц, обуславливающий их воспроизводимость в готовом виде и тождество при всех узуальных и окказиональных изменениях» (там же: 46).

Это определение основано на понимании устойчивости как явления динамического, а, значит, можно говорить о различной степени устойчивости. Максимальная степень устойчивости свойственна фразеологизмам, не допускающим никаких изменений. Показателями максимального уровня устойчивости служат:

1) устойчивость употребления – это показатель того, что фразеологизм является единицей языка, общественным достоянием, а не индивидуальным оборотом;

2) семантическая осложненность проявляется неодинаково в различных типах фразеологизмов и связана, в первую очередь, с такими понятиями, как полное или частичное переосмысление первоначального значения, наличие или отсутствие его мотивированности;

3) раздельнооформленность – это «особенность строения синтаксического единства, заключающаяся в том, что составляющие ее единицы являются отдельными грамматически оформленными компонентами» (Кунин 1996: 57–58);

4) невозможность образования из фразеологического оборота переменного сочетания слов (в противном случае происходит дефразеологизация, и фразеологизм превращается в простое словосочетание, в котором каждому компоненту присуще свое собственное значение).

Анализируя устойчивость как лингвистическую категорию, А.Н. Баранов и Д.О. Добровольский в своей статье «Идиоматичность и идиомы» (Баранов, Добровольский 1996) говорят о наличии структурного и узуального аспектах устойчивости. Первый характеризует выражение с точки зрения внутреннего устройства, а второй относится к восприятию языкового выражения социумом. При этом они считают, что структурный аспект не является обязательным. По их мнению, причина устойчивости кроется чаще всего в экстралингвистическом характере фразеологизма.

Такая точка зрения вполне имеет право на существование. Ведь давно признано, что у фразеологического значения, помимо денотативного и сигнификативного аспектов, есть еще и коннотативный аспект, который напрямую связан с экстралингвистическим фактором.

Действительно, назначение фразеологизмов состоит в том, чтобы отражать реальную действительность, причем не столько называть обозначаемое, сколько характеризовать его. Именно эта специфика фразеологизмов позволяет говорить о наличии закономерности между устойчивостью фразеологизмов и их функционировании в социуме.

Таким образом, фразеологические единицы – это специфические языковые образования, имеющие следующие лингвистические особенности:

1) двухступенчатость номинации: вторичная номинация, результирующая во ФЕ, основана на переосмыслении словных компонентов, являющихся продуктом первичной номинации;

2) сверхсловность, то есть фразеологическая единица представляет собой составной языковой знак, конститuentами которого являются специфически употребленные словесные знаки;

3) семантическая цельность фразеологической единицы при раздельнооформленности ее компонентов, то есть ФЕ – это не что иное, как сочетание двух или более словных компонентов, имеющее грамматическое оформление и обладающее значением, не выводимым из значений его компонентов;

4) возможность вариантных замен компонентов фразеологического оборота при сохранении его основного значения;

5) устойчивость и воспроизводимость фразеологизмов в языке.

Кроме того, фразеологические единицы обладают относительной самостоятельностью функционирования в языке, и, как правило, их употребление всегда связано с определенными ситуациями, посредством которых возможна реализация их коннотативно-прагматического значения, фразеологической единицы, ее компонентного состава, типов фразеологизмов. Более того, каждый тип фразеологической единицы может иметь свои семантические особенности. Например, мотивированность/немотивированность значения. Возможна и различная степень переосмысления значения фразеологического прототипа, основанная на взаимосвязи таких понятий, как раздельнооформленность компонентов фразеологизма и их семантическая цельность. Отсюда следует, что для понимания фразеологического значения огромную роль играет определение статуса компонента фразеологической единицы. Здесь же необходимо проанализировать вопрос лексико-фразеологической переходности.

Учитывая, таким образом, сложный характер фразеологического значения, правомерно говорить и об его многоаспектности. Так, наряду с денотативным и сигнификативным выделяют и коннотативный аспект значения фразеологизмов, в котором заложен прагматический потенциал данного вида языковых единиц, являющийся основным в определении их специфики.

Рассмотрим эти и некоторые другие смежные вопросы, связанные с характеристикой особенностей фразеологического значения, более подробно.

1.4. Лингвистический статус компонента ФЕ

Одним из основных вопросов современной фразеологии является проблема соотносительности значений компонентов фразеологических единиц с общим значением фразеологизма.

Рассмотрение характера взаимоотношений компонента фразеологической единицы со словом требует от исследователя, прежде всего, определения его лингвистического статуса. В настоящее время существует две кардинально противоположные точки зрения на характер составляющих ФЕ элементов. Приверженцы первой настаивают на внесловном, семантически опустошенном элементе ФЕ. По мнению сторонников противоположных воззрений, компонент фразеологизма есть особое словное образование.

Группа лингвистов, к которой принадлежат в том числе В.П. Жуков, В.Н. Телия утверждает, что компоненты фразеологизма словами не являются. В.Н. Телия говорит, к примеру, что если признать словный характер фразеологизма, то возникает опасность перехода на нейтральный код (Телия 1996: 89). Другими словами, в этом случае фразеологизм не будет выполнять все функции, заложенные спецификой данной языковой единицы: может произойти утрата мнения и эмоционального отношения говорящего. Знаковая же функция фразеологизма – не просто наименование, а характеристика

предмета реальной действительности, что возможно только при восприятии ее как целостного образования.

Авторы подобной точки зрения (А.Л. Ониани, Н.Н. Амосова, А.И. Молотков и др.) говорят лишь о наличии сходства компонента ФЕ и слова только в плане выражения. Согласно их мнению, элемент фразеологизма не обладает всеми теми категориальными признаками, которые присущи слову. При этом данное утверждение распространяется как на немотивированные, так и мотивированные фразеологизмы. Исходя из того, что мотивация ФЕ не предполагает наличие референта у каждого компонента индивидуально, А.Л. Ониани категорически заявляет, что компоненты ФЕ нельзя считать не только словами, но и даже специфически употребленными. Фразеологический оборот только лишь как цельное образование обладает референтом из реальной действительности (А.Л. Ониани 1970: 137).

Несомненно, значение фразеологизма едино, но лишь в той степени, в какой многокомпонентный комплекс служит для обозначения не нескольких денотатов, а только одного, хотя невозможно проигнорировать тот факт, что этот денотат имеет сложную структуру. Именно вследствие этой сложной структуры денотата можно говорить о наличии связи компонентов ФЕ со словами. И.И. Чернышева определяет эту связь как важнейший категориальный признак фразеологической единицы как вторичного языкового знака (Чернышева 1976: 112).

Компоненты фразеологических единиц лишаются многих словесных свойств, в том числе происходит и «потускнение» их значения. Однако говорить о полной изоляции компонента ФЕ от смысловой структуры слова совершенно неправомерно. Иначе как можно объяснить те случаи, когда получатель информации воспринимает незнакомую фразеологическую единицу буквально.

Анализ существующего языкового материала доказывает наличие различных факторов, прямо или косвенно подтверждающих некую степень самостоятельности значения слов в пределах фразеологизмов. В.В.

Виноградов, создавая свою теорию классификации фразеологизмов, одним из первых обратил внимание исследователей на вопрос о семантических механизмах фразообразования. Именно этот факт стал основным для выделения фразеологических сочетаний как особого класса фразеологизмов.

Е.Г. Борисова, вслед за В.В. Виноградовым, называет фразеологическими сочетаниями «такие сочетания слов, в которых выбор одного компонента определяется смыслом сообщаемого, а выбор другого зависит не только от смысла сообщаемого, но и от уже выбранного компонента» (Борисова 1994: 77).

Возьмем, к примеру, фразеологизм *dark days* (досл.: черные дни) – неудачное, тяжелое время. Опираясь на мнение А.И. Алехиной, что именно слово является образующим элементом ФЕ и именно в нем следует искать природу значения и структуру образования фразеологизма, мы можем сказать, что таким «смыслонесущим» компонентом в нашем примере является слово *dark*. Даже психологическая интерпретация подтверждает то, что у человека черный цвет вызывает как правило отрицательные ассоциации. (Алехина 1979: 12)

Ссылаясь теперь на теории А.В. Кунина о моделях ФЕ, проанализируем фразеологическое сочетание *dark times*:

She could not, she told him, abandon her parents to what would happen to them: to the disgrace, to the lost of her father's trusted job, her mother's beloved apartment, for which she had waited so many years through the dark times (Forsyth: 43).

Естественно, что значение выражения *dark times* сильно связано со значением фразеологизма *dark days* – трудное, неудачное, тяжелое время. Таким образом, произошла вариантная замена *days* на *times*. Однако это не привело к разрушению единства ФЕ, а, следовательно, и не препятствовало ее узнаванию реципиентом. Происходит это потому, что переосмысленные компоненты обладают большой силой обобщения, которая и представляет собой основу для соответствующих вариативных замен.

Подтверждением наличия смысловой нагрузки у компонента ФЕ служит и следующий пример:

After all, he had just come out of the dark, the period when he grubbed on the farm all day, and didn't see anybody, but the family... (Warren: 69).

Что касается идиом, что определение наличия у хотя бы одного компонента собственного значения часто затруднено. Однако и здесь можно попытаться выделить так называемый «ведущий компонент», который, на наш взгляд, можно было бы взять за основу при определении значения всего фразеологизма. Проанализируем следующий ряд идиоматичных выражений: to feel blue – to be in the blues – to give somebody the blues – to sing the blues – to have blues.

Все они объединены общим значением – хандрить, находиться в унынии, наводить на кого-либо тоску своим плохим настроением. Ср.:

Emily told her friend how blue she had been on Sunday (Clark: 143).

Roslyn was always singing the blues, because she was unhappy with her job (АРФС: 93).

I'm going to try to kill the blues by going on a cruise next week (Clark: 97).

Последний пример, представляя собой вариантную замену вышеуказанных фразеологических выражений, свидетельствует о том, что все они имеют один общий компонент, значение которого определяет и значение всего фразеологизма – blue(s). Именно этот элемент может служить источником понимания следующего выражения: to see through blue glasses, что означает пессимистически смотреть на мир (АРФС: 316).

Таким образом, серийность, наряду с вариативностью, является также фактором, свидетельствующим о наличии по крайней мере у некоторых несвободных в полном смысле компонентов ФЕ до некоторой степени самостоятельного значения, что, в свою очередь, позволяет говорить о словном характере элементов фразеологических выражений.

С позиции словности компонента, а, следовательно, и рассмотрения фразеологизма как сочетания слов, исходят в своих фундаментальных трудах

такие видные представители языкознания, как В.В. Виноградов, А.И. Смирницкий, В.Л. Архангельский, А.В. Кунин, И.И. Чернышева, Ю.А. Гвоздарев и другие. Даже В.П. Жуков приходит в последние годы к этой точке зрения. А его непосредственный ученик и продолжатель А.В. Жуков свое отношение к вопросу отрицания словности компонентов ФЕ выражает гораздо менее категорично (Жуков 1987).

В.Л. Архангельский считает, что:

1) ФЕ представляет собой составной лингвистический знак, составляющими которого являются специфически употребленные словесные знаки;

2) идея семантической неразложимости ФЕ требует более глубокого анализа, так как глобальное значение ФЕ в большинстве случаев опирается на полностью или частично переосмысленное значение его компонентов;

3) семантическая цельность ФЕ и раздельнооформленность ее компонентов – это нерасторжимые противоположности диалектического единства;

4) компоненты ФЕ имеют ослабленное лексическое значение;

5) компонент ФЕ обладает относительной самостоятельностью как занимающий собственное место в схеме денотации;

6) именно слово является источником и основой фразеологизации;

7) фразеологические образования носят неоднородный характер за счет различной степени семантической связи компонентов и градации ослабления значения этих компонентов (Архангельский 1964: 115).

В данной работе мы тоже считаем нужным исходить из такого, словного, характера компонентов ФЕ, и именно его мы будем придерживаться в ходе дальнейшего исследования основных особенностей фразеологического значения и фразеологизма в целом.

1.5. Проблема определения зоны лексико-фразеологической переходности

Наряду с вопросом о лингвистическом статусе компонента ФЕ, в лингвистике широко дискутируется и другая, не менее важная, проблема, связанная с характеристикой ФЕ, – проблема разграничения сложных слов с вторичным переносным значением и фразеологических сочетаний с целостным обобщенно-переносным значением, ибо оба обладают ведущим коннотативным компонентом.

Ф.Б. Альбрехт оправдывает постановку такого вопроса с нескольких позиций (Альбрехт 2001). Во-первых, не всякая раздельнооформленная единица есть ФЕ. В качестве подтверждения приведем, к примеру, следующие сложные слова: *black cap*, *black list*, *strong box*, *back country*, *absence of mind*.

Во-вторых, существуют цельнооформленные единицы с обобщенно-переносной семантикой, типа *wallflower* – девушка, не приглашенная на танец; *redbreast* – малиновка; *bluebell* – колокольчик (цветок); *blue bottle* – василек.

Кроме того, сочетания типа *hand in hand* (рука об руку), *dark sleep* (глубокий сон), *put smb in mind of smth* она считает лишь аналогами ФЕ, «образуемыми по принципу образной и/или смысловой актуализации словесной метафоры» (Альбрехт 2001: 69). Такая их трактовка объясняется тем, что отдельные компоненты словосочетаний сохранили свои первоначальные значения. В последние годы такого рода случаи привлекают самое пристальное внимание фразеологов. В.И. Телия и некоторые другие лингвисты предлагают отнести их в особую категорию «фразеологической переходности» (Телия 1996: 62), тем самым подчеркивая все-таки их фразеологический характер, называя их фразеологизмами с «аналитическим типом значения» (Там же: 58). В качестве подтверждения этой идеи рассмотрим следующий пример.

Русскому фразеологизму «балда осиновая» англ. *a silly goose* (глупый гусь), *a silly ass* (глупый осел).

Ф.Б. Альбрехт говорит, что в подобном случае «не создается целостного обобщенно-переносного значения как такового, но лишь его прецедент, формируемый образом» (Альбрехт 2001: 70). Доказательством нефразеологической природы исследуемых выражений может служить, по ее мнению, техника их перевода: a silly ass – осел. Другими словами, то, что в русском языке обозначается одним словом, в английском имеет при себе атрибут, что соответствует схеме перевода «слово – слово с расширителем».

В качестве опровержения такого подхода обратимся к основам когнитивной лингвистики. Все эти два словосочетания “a silly ass/ goose” и «балда осиновая» легко вписываются во фрейм – «глупый, недалекий человек», который и соотносится с референтом из реальной действительности. Следовательно, разница состоит только лишь в средствах выражения, которые уже предопределяются социокультурными факторами. Процесс же включения слов с их первоначальным значением в состав фразеологизмов еще раз подчеркивает живой, динамичный характер функционирования ФЕ в языке.

Живой характер фразеологизмов обуславливает и наличие такого явления, как лексико-фразеологическая переходность, процесс, в результате которого одни фразеологические обороты способны превратиться в простые словосочетания (или даже сложные слова), с одной стороны, а с другой – некоторые сочетания слов становятся фразеологизмами. Но и в том, и в другом случае определение границы такой лексико-фразеологической переходности остается достаточно трудной задачей.

Рассмотрим это явление более подробно. Первоначально фразеологизм to be on a black list означал «быть среди тех, кто в немилости у кого-либо». Постепенно из него выделяется словосочетание a black list, приобретающее значение «черный список», то есть тот список, который содержит имена неудобных кому-либо людей по той или иной причине. Наличие же в реальном мире подобных списков стало тем фактором, который предопределил их название – black lists. И сейчас в современном английском языке можно обнаружить случаи даже слитного написания данного сочетания, ср:

The airport's self-appointed Revolutionary Committee would wait like vultures for the people on their blacklist: those who had refused to contribute to the Revolution's 'Foundation for the Oppressed' (Strong: 32).

По-видимому, в какой-то исторический отрезок времени также существовали такие списки, которые и стали прародителями фразеологического оборота *to be on the black list*. Некоторое время он существовал в значении «оказаться в немилости». Сейчас же мы наблюдаем за параллельным существованием и этого оборота, и сложного слова, образованного от него.

Обратный процесс – образование из словосочетания с образно-переносным значением его компонентов во фразеологическое – можно проследить на следующем примере. В типографическом производстве используется понятие «светокопия» или «синька»; по-английски – *blue print*, что означает «предварительный проект, наметки». Однако сейчас значение этого выражения не просто расширилось, а во многом даже переосмыслилось. Так, в художественной литературе мы можем найти такие примеры использования данного выражения, в которых его значение достаточно далеко от первоначального, ср:

Did some creator of destinies pick up your thoughts and, using them a blue print, build them into life? (Cookson: 124).

Как видно из приведенного выше примера, здесь *blue print* имеет значение не плана или проекта, разработанного на бумаге, а более широкое – план действий, основа, которую человек разрабатывал в своем уме.

1.6. Коннотация как ведущий аспект фразеологического значения

Каждая ФЕ неповторима в плане своей номинативной ценности. Она содержит не только большой объем дополнительной информации о характере поступков, поведении человека, особенностях какого-либо предмета или явления, но также и особую характерологическую эмоциональную оценку

обозначаемого. Осложненность семантики ФЕ происходит, главным образом, благодаря преобладающей роли коннотативного аспекта значения. Именно коннотация во многом определяет ценность фразеологизмов.

Проблемой коннотации лингвисты занимаются достаточно давно. Однако, однозначного ее понимания так и не существует. Часто ее определяют, как дополнительное содержание слова, как стилистические оттенки, которые накладываются на его основное содержание. Существуют даже различные теории коннотации: от лингвистической до психологической.

Согласно наиболее распространенному лексикологическому подходу в коннотативный аспект значения включаются четыре компонента: эмоциональный, экспрессивный, оценочный и стилистический. На этом основании А.Ф. Артемова дает следующее определение коннотации. «Коннотация – семантическая сущность, входящая в семантику языковых единиц и создающая экспрессивный эффект высказывания» (Артемова 1998: 73). Данное определение в более сжатой, конкретной форме отражает то понимание коннотации, которое дается В.Н. Телией, А.В. Куниным. Поэтому именно из такой интерпретации коннотативного аспекта значения фразеологизмов мы будем исходить в ходе дальнейшего анализа составляющих этого комплексного понятия.

Экспрессия представляет собой различные оттенки выразительной силы языкового знака. Экспрессивные средства служат усилению выразительности и изобретательности как при выражении эмоций, отношений, воли, так и при выражении мыслей.

Экспрессивность ФЕ – это ее способность производить на реципиента определенный прагматический эффект, для достижения которого в речи могут использоваться самые разнообразные языковые средства. Так, экспрессивность может порождаться образностью, интенсивностью, эмотивностью. При этом возможны их различные комбинации. Например, экспрессивность не всегда сочетается с эмотивностью, но, несколько забегаая вперед, следует отметить и то, что без экспрессивности эмотивности (или

эмоциональности, другими словами) быть не может. Следовательно, мы можем говорить о тесном взаимодействии всех компонентов коннотации.

Но если экспрессивность – это речевая характеристика ФЕ, то эмотивность – это семантическая составляющая фразеологизма, его «эмоциональный потенциал», реализация которого в речи может обеспечить целенаправленное воздействие субъекта речи на адресата.

Вообще, эмоции являются важным стимулом человеческой деятельности. Они влияют на поведение человека, его отношение к окружающему миру, к людям. Таким образом, можно сказать, что эмоции – всецело продукт социального развития человека. Чувства и эмоции, которые он испытывает, возникают в процессе общения, совместной деятельности.

Все эмоции делятся на два класса – положительные и отрицательные. Следовательно, эмоции, будучи формой отношения человека и действительности, всегда сопровождаются оценкой. Эмотивность всегда экспрессивна и оценочна, но не наоборот.

Выражение отношения к действительности практически всегда связано с ее оцениванием. Это значит, что подавляющему числу фразеологизмов должен быть свойственен оценочный аспект, за счет которого возможна характеристика обозначаемого. К безразлично-оценочным фразеологизмам относятся все те, номинативная функция которых сводится к простой идентификации свойств обозначаемого (напр.: a white elephant, a blue ship; рус.: львиный зев). Однако благодаря наличию у них живой внутренней формы можно сказать, что оценка выражена имплицитно, например: a bull in a chine shop; put the cart before the horse и т.д.

Последнее время вопрос оценки сводится к проблеме соотношения рациональной и эмоциональной оценок. Возникновение этой проблемы связано с существованием еще двух понятий – объективной и субъективной оценки. Дело в том, что одни и те же явления объективной действительности могут по-разному оцениваться разными субъектами. Это значит что, то, что является нормой для одного, может и не быть таковой для другого. В связи с

этим объективную оценку принято определять, как отражение в языковой единице результатов квалификативно-познавательной деятельности человека, которая основана на совокупности общественного опыта языкового коллектива и признана в нем нормой (А.В. Кунин).

В связи с этим В.Н. Телия предлагает следующее понимание рациональной и эмоциональной оценки. Рациональная оценка ориентирована на бытие и его ценностные нормы, поэтому «рациональная оценка всегда относится к «типовому образу»» (Телия 1996: 179), то есть тому, что мы называем прототипом или денотатом. Таким образом, рациональная оценка относится к осмыслению мира, а, значит, и включается в контекст мнения, которое высказывает говорящий. Эмоции же – неотъемлемая часть психики человека. Следовательно, и любая его деятельность, в том числе и речевая, сопровождается эмоциями. В результате мы видим, что рациональная и эмоциональные оценки, имея разные источники порождения, параллельно существуют во ФЕ как в одном из средств коммуникации.

Кроме того, оценка, как и эмоции, может быть положительной или отрицательной. При этом замечено, что ФЕ с отрицательной оценкой значительно больше, чем с положительной. По-видимому, это связано с тем, что положительное воспринимается как нечто само собой разумеющееся. Постоянно сталкиваясь с преодолением препятствий, ошибок, недостатков, человек уже подсознательно настроен на отрицательное оценивание тех или иных явлений. Массовый же характер подобного находит непосредственное отражение в языке, в том числе и с помощью фразеологизмов.

Очень часто оценка может сочетаться с результативностью. Приведем несколько примеров:

1) положительный результат: to get the black dog off one's shoulder – избавиться наконец-то от трудностей, расслабиться, ср.:

The only times the Boss got the black dog off his shoulder those days were at the games (Warren: 357);

2) отрицательный результат: to kill the goose that laid the golden eggs – (досл.: убить курицу, несущую золотые яйца) – лишиться источника обогащения, ср.:

He could see that McGrath, upon the death of the goose that laid the golden eggs, might well be carried away by the impulse to make a last packet out of his poor employer (Mirdoch: 218).

Существование стилистического компонента коннотации объясняется тем, что английская фразеология, как и любая другая, – это сложнейший конгломерат устойчивых сочетаний слов, стилистический диапазон которых варьируется от нейтральных общелитературных оборотов до жаргонных вульгаризмов. Возьмем, к примеру, сленговое обозначение в Америке наркотических веществ (по материалам Нового англо-русского словаря современной разговорной лексики под редакцией С.А. Глазунова): yellow jacket (наркотические таблетки) – green bub (домашняя марихуана) – brown weed (хорошая, высокого сорта марихуана) – brown sugar (героин).

Есть фразеологизмы и в числе профессиональных жаргонизмов, например: yellow alert – сигнал воздушной тревоги.

Следует также отметить, что между функционально-стилистическими пластами ФЕ нельзя провести абсолютно резких разграничительных линий, особенно если это касается нейтрального, разговорного или публицистического стиля.

Так, например, первоначально возникший как разговорный фразеологический оборот black gold («черное золото» – нефть) сейчас достаточно широко используется в публицистическом стиле (как в книжном варианте, так и в СМИ).

В этом отношении хорошо разграничивать в стилистической характеристике ФЕ две составляющие: функционально-стилистический компонент (стилистическую принадлежность фразеологизма) и коммуникативно-стилистический (как потенциальную возможность использования ФЕ в той или иной сфере общения).

В заключение отметим еще раз, что соотношение всех четырех компонентов коннотации в различных фразеологизмах может не совпадать. Но в любом случае ФЕ, в которых коннотативный аспект значения выдвигается на первый план, позволяют выразить отношение субъекта к миру семантически и материально экономно, так как в одном выражении наблюдается совмещение и номинативной, и прагматической функций, а условием коммуникативно-прагматического успеха является апелляция к эмоциональному восприятию сообщения.

1.7. Роль образной составляющей в семантике фразеологизмов

При создании ФЕ творец всегда отталкивается от той картины мира, которая ему близка, которая ассоциируется у него с определенными чертами реальности, жизни, деятельности. Совокупность же ассоциаций порождает образ. Именно за счет наличия этого образа и реализуется фразеологическое значение. Образ – это основа (мотив) эмоциональной оценки и, следовательно, экспрессивности. Образ не только характеризует предмет или явление Действительности, но и усиливает его свойства. Таким образом, образность как лингвистическое понятие является неотъемлемой частью коннотации, дополнительным, пятым ее компонентом (эмотивность, экспрессивность, оценочность и стилистическая характеристика — см. раздел 1.7.).

Существуют различные точки зрения на природу образности. В совокупности их можно представить в виде двух конкурирующих концепций (Добровольский 1996):

1) «концептуально-метафорическая гипотеза», согласно которой образная мотивация основывается не на конкретных визуальных представлениях, спровоцированных буквальным прочтением соответствующего фразеологизма, а на достаточно абстрактных способах интерпретации одних сущностей в терминах других;

2) основной постулат «гипотезы интерференции» заключается в следующем: фразеологизмы в сознании – образы, которые базируются исключительно на прямых значениях компонентов соответствующих фразеологических выражений.

Что объединяет эти два подхода, так это признание наличия семантической двуплановости. На этом основании образность также иногда трактуют как «результат переименования референта, при котором языковая единица содержит два семантических плана, как преломление абстрактного в конкретных ощущениях, созданное средствами языка двуплановое изображение, основанное на представлении одного предмета через другой, одного явления через другое, как совмещение видения двух картин» (Артемова 1998: 83).

Этот процесс происходит за счет отсылки к внеязыковой действительности, а также за счет одновременного «прочтения», осознания внутренней формы и значения фразеологизма. Следовательно, понятие образности неразрывно связано с понятием внутренней формы.

Понятие внутренней формы достаточно сложное и в современной лингвистике имеет различную интерпретацию. Традиционными являются определения внутренней формы как прямого значения исходных оборотов, как технического признака номинации или как признака, мотивирующего связь между производящим словом и производным. Внутренняя форма ФЕ рассматривается как словесный образ, который лег в основу наименования как конкретное представление или как его элемент. Внутреннюю форму определяют, как семантическую мотивированность ФЕ.

На самом деле, понятие внутренней формы гораздо сложнее. Оно во многом основано на психологическом восприятии. Человек, называя и характеризуя с помощью фразеологизма какие-то предметы или явления окружающего мира, не перечисляет все свойственные им признаки, но схватывает, обнаруживает самую сущность вещей. А значит, образ, создаваемый во ФЕ, всегда редуцирован. Именно редуцированный образ

является той сущностью, которая принадлежит смыслу ФЕ как узувальная (социальномотивированная) или окказиональная внутренняя форма.

Таким образом, внутренняя форма – это представление, вызывающее соответствующий редуцированный образ. Другими словами, это вербальный способ представления образа.

Но здесь необходимо помнить о разграничении таких понятий, как внутренняя форма и типовое представление (прототип/денотат), с одной стороны, а с другой – внутренняя форма и ассоциативно-образное ее восприятие, поскольку и то, и другое представляют собой совершенно разные сущности. «Первое онтологизируется через прототип как опору когнитивной обработки концепта на основе знания о свойствах типового представления. Второе – на основе восприятия, сопряженного с органами чувств» (Гелия 1996: 189), в том числе и посредством образной памяти.

Мы уже говорили о том, что образное восприятие всегда редуцировано. При этом редукция образа происходит не за счет его преобразования в признаки, а за счет «высвечивания» более существенных деталей и, соответственно, «усечения» менее важных для данного значения. Исходя из этого, В. Н. Гелия называет редуцированный образ «образной гештальт-структурой», которая отличается от типового представления тем, что «это не стереотип, а некая «вещность»» (Там же: 190).

В итоге, внутренняя форма ФЕ – это и форма организации значения в соответствии с прототипом, и образная гештальт-структура, которая не может порвать с этой формой, поскольку она представлена через нее в буквальное почтение. Типовое представление, относясь к миру идеального, спроецировано на мир действительного, а образная гештальт-структура – это воображение в мире идеального тог, что принадлежит реальности. Таким образом, в ФЕ происходит «наложение» образной гештальт-структуры на типовое представление. Внутренняя форма является как бы посредником между предметом реальной действительности, его характерными чертами, действиями и тем понятием, которое возникает посредством образного

представления. Внутренняя форма – обязательное условие возникновения образной ФЕ. Это своеобразный стержень, создающий богатый мотивирующий подтекст, благодаря которому и формируется коннотативно-прагматический аспект значения ФЕ, служащий отличительной чертой этих гиперсемантизированных знаков.

1.8. Типы образной мотивации

Даже поверхностный анализ существующих в языке ФЕ показывает, что образная мотивация, с помощью которой создается эффект экспрессивности и реализуются прагматические сентенции интенции, достаточно неоднородное явление.

В качестве подтверждения этой мысли возьмем, к примеру, два фразеологизма: *to have a ball at one's feet* (быть хозяином положения) и *to go bananas* (спятить, быть не в своем уме).

В первом случае – *to have a ball at one's feet* – очень легко можно прочесть внутреннюю форму, соотнести полученный образ с предметом реальности и догадаться о значении фразеологизма. Так, если вспомнить любую спортивную игру с мячом, то, естественно, у кого мяч — тот и ведет игру, другими словами, главный на этот момент. Благодаря же метафорическим и метонимическим переосмыслениям, сфера употребления этого выражения расширилась, и теперь о любом человеке, который владеет ситуацией, является главным в чем-либо, можно сказать *he has a ball at his feet*.

Таким образом, посредством внутренней формы создается образ, адекватный возможному положению дел в реальном мире. Это так называемый первый тип образной мотивации, когда можно увидеть ассоциативно установленное подобие между двумя сущностями. Например, *a blind alley* (досл.: тупик) – безвыходное положение. Первоначальное значение «тупик, слепой конец улицы», имеющее экспрессивную окраску благодаря определению *blind* расширяется до обозначения безвыходности положения в

каком-либо вопросе. Сюда же можно причислить и такие фразеологизмы как, например:

To empty the bag (досл.: опустошить сумку) – выложить все начистоту;

To ring the bell (позвонить в колокольчик) – напомнить о чем-либо;

To roll out the red carpet for smb (раскатать красную дорожку для кого-либо) – устроить торжественную встречу;

A bird in the bush (птица в кустах) – обманчивая мечта.

Однако, в английском языке существуют фразеологизмы, в которых ситуация, создаваемая внутренней формой, хотя и наблюдается в реальном мире, воздает ассоциативно-образное представление, не соотносимое со значением ФЕ, то есть с современной точки зрения в данном случае наблюдаются необоснованные переосмысления. Так, to ride the black monkey (досл.: скакать верхом на черной обезьяне) – быть в плохом настроении;

To throw a baby out with a bathwater (выбросить младенца вместе с водой после купания) – вместе с ненужным отбросить и главное;

To bring home the bacon (досл.: принести домой бекон) – преуспеть в каком-либо деле;

To be left in the basket (досл.: выпасть из корзины) – «остаться за бортом», быть не вместе со всеми в чем-либо;

Till all is blue (досл.: пока все голубое) – до предела.

В перечисленных ФЕ посредством внутренней формы создается образ, не соотносящийся логически с их значением. В основе их переосмысления лежат несущественные или забытые ассоциации. Вероятно, что когда-то принести домой бекон (to bring home the bacon) можно было лишь после удачного трудового дня. Сейчас же в результате переосмысления и изменения социально-экономических условий, установление прямых ассоциаций является необоснованным.

Экспрессивность подобных фразеологизмов создается рассогласованием между картиной мира, ситуацией, представленной внутренней формой и значением ФЕ. Чем неожиданнее, «абсурднее»

соотношения между ними, тем больше экспрессии заложено во фразеологизме, тем сильнее эмоции, которые возникают не только у говорящего, но и у воспринимающего в связи с тем, что он заостряет свое внимание именно на этом при осознании всего сказанного.

Очень близки к таким выражениям и фразеологизмы, относящиеся к группе со вторым типом образной мотивации. Здесь мотивационный компонент представлен парадоксальным образом. Средством создания мотива в рассматриваемом типе является представленная внутренней формой ситуация, не существующая в реальном мире. Ассоциативно-образное представление возникает за счет осознания внутренней формы, в которой проявляется нарушение картины мира.

Именно к этой группе относится фразеологизм *to go bananas* (досл.: стать бананами). Сюда же можно причислить и такие фразеологические обороты, как:

To talk a blue streak (досл.: говорить голубую полосу) – говорить непрерывно, без конца;

To wash a blackamoor white (досл.: вымыть негра добела) – заниматься безнадежным делом, пытаться сделать невозможное;

To give smb the bird (досл.: дать кому-либо птицу) – уволить с работы, дать расчет;

Once in a blue moon (досл.: однажды, когда луна голубая) – в кой-то веки;

To blush like a blue dog (досл.: краснеть, как синяя собака) – потерять способность краснеть, не иметь совести;

To think a small beer of smb (досл.: думать о ком-то как о слабом пиве) – быть невысокого мнения о ком-то.

В логике все рассмотренные выше высказывания принять считать эмпирически ложными, то есть ложными для данного мира, во фразеологии же они характеризуются как «эмпирические или прагматические отклонения» (Артемова 1998: 91).

Но, несмотря на всю «внешнюю абсурдность» некоторых фразеологизмов, здесь все-таки должна быть своя закономерность. Иначе как бы можно было объяснить существование в языке не только выражения *a red herring* (досл.: копченая селедка) – что-либо отвлекающее внимание, но и *to draw a red herring across the pass* – намеренно вводить в заблуждение, сбивать с толку. Возможно, такая закономерность проявляется в том, что из множества повседневно творимых носителями языка «фразеологизмов» закрепляются как таковые только те, которые понятны по своей аналогии. Следовательно, сам образ культурно-национально созвучен обиходно-бытовому мировидению, поэтому он может отображать и миропонимание. Таким образом, мы можем говорить, что образность напрямую взаимодействует со значением фразеологизмов и их культурно-национальной коннотацией. В подтверждение наших слов приведем пример.

Английская пословица *Speak of angels and they flap their wings* соответствует русскому варианту «помянешь черта, он и появится». Гак, несмотря на общность значения, средства его выражения совершенно противоположны, хотя, конечно же, стоит заметить, что и ангелы и черт — существа потустороннего мира. Но именно специфика миропонимания и воззрения на него определенным народом находит свое отражение в образной составляющей фразеологизмов. Поэтому, несмотря даже на буквальное значение образа, у реципиента, особенно если он представитель другого народа, могут возникнуть трудности с адекватным пониманием того значения, которое заложено в той или иной ФЕ. Здесь уже без знания социокультурных особенностей, нашедших свое воплощение в языке, трудно обойтись. Возвращаясь к типологии образной мотивации, следует отметить, что иногда мотивационную роль играет внешняя (звуко-символическая) форма, которая создается как при помощи фонетических средств: рифма, ритм, аллитерация, так и некоторых лексических: тавтология, каламбур. Например:

Again and again (снова и снова) – ритм и тавтологический повтор;

Betwixt and between (ни то, ни се) – ритм, аллитерация, тавтологический повтор;

To blow hot and cold (колебаться, постоянно менять свое мнение) – аллитерация, ритм;

To argue round and round (ходить вокруг да около) – ритм, тавтологический повтор.

Звукосимволизм в приведенных примерах представляет собой особый вид «эмотивной провокации». Внешняя форма сочетания сигнализирует о том, что здесь главное не само значение, а нечто другое, некий смысл, связанный с необычностью звучания, вызывающий определенные ассоциации, усиливающие, интенсифицирующие значение всего высказывания, придающие ему эмфатичность и эффективность.

Таким образом, мы можем говорить о наличии, по крайней мере, трех типов образной мотивации в английской фразеологии:

- 1) первая группа включает образ, адекватный возможному положению дел в мире (реальный образ);
- 2) вторая – парадоксальный образ;
- 3) третья – звукосимволический.

При этом мотивация, выраженная посредством внутренней формы (а иногда и внешне – третий тип) и основанная на знании объективной реальности, является основным способом, с помощью которого создается экспрессивность ФЕ, то есть ее способность производить на реципиента определенный прагматический эффект.

Выводы по Главе 1

1. Вторичная номинация есть особый способ представления знаний в языке, в которые взаимоотношения мышления, действительности и языка предстает в сложном и многоаспектном взаимодействии.

2. Ложность определение понятия «фразеологическая единица» многом о объясняется ее неоднородностью. Традиционно, во фразеологии выделяют идиомы как наиболее яркие представители, фразеологические сочетания, в которых сохранилось взаимодействие компонентов с лексико-семантическими единицами языка. Не до конца решен вопрос о принадлежности к фразеологическим единицам пословиц, поговорок, речевых штампов.

3. Несмотря на многовидовой характер в качестве категориальных признаков фразеологических единиц выделяют следующие: двухступенчатость номинации, сверхсловность (но признание словного характера компонентов ФЕ), семантическая цельность при раздельнооформленности составляющих ФЕ, устойчивость и воспроизводимость фразеологизмов в языке, но и наличие возможности вариантных замен компонентов ФЕ при сохранении ее основного значения.

4. Все функции, которые выполняют ФЕ в языке и речи, можно разделить на несколько групп. Это, во-первых, константные (присущие всем ФЕ вне зависимости от их класса) – номинативная, коммуникативная, познавательная. А, во-вторых, вариативные (волютаивная, дейктическая, результативная). Кроме того, выделяют особый ряд функций, несущих в себе одно предназначение (достижение прагматического эффекта), но отличающихся своим набором у каждой конкретной ФЕ (оценочная, резюмирующая, стилистическая, кумулятивная и другие).

5. Особенности фразеологического значения во многом связаны с вопросом лингвистического статуса компонента ФЕ и проблемой определения зоны лексико-фразеологической переходности (исходя из живого, динамического характера ФЕ), а также с признанием коннотативно-прагматического аспекта значения фразеологизмов как ведущего для данного вида языковых единиц.

6. При этом немалую роль играет образная составляющая. Это тот редуцированный образ, существующий в языковом сознании народа с

типовым представлением как образом прототипическим, который создает доступ к миропониманию народа – носителя языка.

Глава II. Национальная специфика и универсальность фразеологических оборотов (на примере «цветоукрашенных» фразеологизмов)

2.1. Общие положения

Исследование феноменальности ФЕ показало, что часто специфичность их образования и функционирования в языке и речи, а также особенности их значения объясняются культурно-национальной коннотацией. По своей сути ФЕ призваны отражать ценностные установки, мировидение и миропонимание народа – носителя того или иного языка.

Однако, наделение всей фразеологии национально-специфическими чертами приводит зачастую к смешению различных аспектов рассмотрения языка: сопоставительного, сравнительного, структурно-типологического и т.д. Это, в свою очередь, приводит к тому, что национально-культурное своеобразие отождествляется с понятием несовпадения техники вторичной номинации в разных языках. В то время как на самом деле национально-культурные особенности фразеологизмов должны быть связаны с когнитивно значимыми различиями между языками. При этом следует различать случаи, когда «фразеологизмы сами обретают роль культурных стереотипов и случаи, когда в их плане содержания присутствует компонент, отсылающий к категориям культуры (Телия 1996: 232).

Для решения подобных вопросов необходимо проанализировать образную составляющую. Она, во-первых, как правило, всегда является культурно-мотивированной, а, во-вторых, свидетельствует, таким образом, о специфике осмысления определенных фрагментов действительности с соответствующими языковыми сообществами.

Однако, если исходить из национально-культурной природы фразеологизмов, то как можно объяснить наличие абсолютно эквивалентных фразеологических оборотов в разных языках? Ответы на эти и другие, сопряженные с ними вопросы, мы попытаемся дать в этой главе.

В качестве наглядного материала выбраны фразеологические единицы, содержащие в своем составе обозначения цвета. При этом мы будем исходить

из того, что термины цвета являются мотивированным компонентом фразеологического выражения, обеспечивающего его экспрессивность.

Кроме того, наш выбор объясняется тем, что цветообозначение, возможно, в большей степени, чем какая-либо другая сфера языка, антропоцентрично и этноцентрично. Так, А.П. Василевич и Л.К. Попова подчеркивая, что физическая природа цвета одна и та же для всех культур, признает, что цветовосприятие того или иного предмета, явления окружающего мира социально и узуально обусловлено, связано с социолингвистическими традициями, утвердившимися среди членов данного социума. А значит, цвет является неотъемлемой частью образной составляющей, которая, в свою очередь, также свидетельствует о национальной специфике любого фразеологизма (Василевич, Попова 2018: 58).

Принимая во внимание существование различных точек зрения на определение понятия фразеологизма, а, следовательно, и объема фразеологии, мы исходим из самого широкого понимания фразеологической единицы. Другими словами, в качестве объекта рассмотрения выступают идиомы, фразеологические сочетания, а также паремии (пословицы и поговорки). При этом ряды таких образований выполняют как номинативную функцию, так и дают характеристику личности, ее особенностей, а также предметов действительности, объектов живой и неживой природы или абстрактных понятий.

2.2. Фразеологическая, единица как носитель и источник социокультурной информации

Тема национально-культурной специфики является достаточно традиционной для исследований в области фразеологии. Ведь, бесспорно то, что характерной чертой фразеологических единиц как знаков вторичной номинации является образно-ситуативная мотивированность, которая

напрямую связана с мировидением народа – носителя языка, а, следовательно, так или иначе материальной, социальной или духовной культурой общности, а потому и может свидетельствовать о ее национально-культурном опыте и традициях. Исходя из такого понимания фразеологии, вряд ли представляется реальным рассмотрение ее единиц только с точки зрения лингвистики.

Однако вопрос о том, что именно считать национально-культурной спецификой, остается открытым. Д.О. Добровольский считает неприемлемым сведение такого понимания только к фразеологизмам, содержащим слова-реалии в качестве компонента не включения максимально широкого круга ФЕ в понятие национальной культуры (Добровольский 1997).

Для того, чтобы определить, является та или иная ФЕ национально окрашенной, необходимо иметь критерии ее анализа. Целью данного параграфа является выделение того, на чем базируется национально-культурная специфика фразеологизмов.

В лингвистике существует два подхода к пониманию национальной специфики. В первом случае национально-культурные особенности некоторого фразеологизма одного языка определяются относительно некоторого другого языка. Такой подход может быть назван сравнительным. Во втором случае речь идет об особенностях восприятия, понимания и оперирования какой-либо ФЕ самими носителями языка. Это так называемый интроспективный подход, в основе которого лежат психолингвистические методы.

В рамках сравнительного подхода основной упор делается на изучение образной составляющей фразеологических единиц. Именно наличие различий денотативно ориентированных ассоциаций, вызываемых определенными фразеологизмами того или иного языка, и свидетельствуют о специфике осмысления определенных фрагментов действительности соответствующими языковыми сообществами. Следовательно, это должны быть когнитивно значимые различия, что возможно лишь в случае несовпадения концептуальных метафор. Концепт же дает нам все общие признаки объекта

действительности. Если эти особенности без труда воспринимаются носителями другого языка, то можно говорить о совпадении в понимании тех или иных сущностей разными народами. Этим, в частности, объясняется, скажем, немного забегаая вперед, возможность заимствования фразеологизмов. Если же здесь наблюдаются принципиальные различия, то такой процесс невозможен, и тогда фразеологизм является национально окрашенным.

Согласно же интроспективному подходу, фразеологизмы являются национально обусловленными, если они воспринимаются носителями языка как «свои и только свои». Естественно, изучение ФЕ с такой позиции возможно, если обратиться к языковой интуиции самих говорящих. Как показывают эксперименты, проведенные некоторыми лингвистами (А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский), для интуитивного восприятия фразеологизма как национально-специфического наиболее значимыми моментами оказываются особенности его формальной организации. В качестве таковых могут выступать факторы осложнения формы, а также определенная маркированность отдельных компонентов фразеологизма. Сюда может относиться наличие в структуре фразеологизма имен собственных, персонажей «народной мифологии», слов-реалий, архаичных компонентов.

Подтверждением национально-культурной специфики фразеологизмов может служить исследование их этимологии. Так, многие из них могут восходить к конкретным историческим событиям, обычаям, преданиям, реалиям жизни, быть созданными на основе литературного произведения. Приведем несколько примеров.

В английском языке существует немало фразеологических единиц известных как шекспиризмы. Так, выражения *the green-eyed monster* (досл.: чудовище с зелеными глазами) — ревность, впервые было употреблено У. Шекспиром в его произведении «Отелло», ср.:

Yago: Oh! Beware, my lord, of jealousy. It is the green-eyed monster which doth mock. The meat it feeds on... (W. Shakespeare: 99).

Другое известное выражение *the sear and yellow* (старость) также образовано от шекспировского *the sear, yellow leaf*, ср.:

Macbeth: I have liv'd long enough: my way of life

Is fall'n into the sere, the yellow leaf... (W. Shakespeare: 120).

Фразеологический оборот *the black sheep (of the family)* обязан своим происхождением старинному поверью, по которому черная овца отмечена печатью дьявола и таким образом имеет значение «позор семьи», ср:

Despite the fact that the path to success was ready made for him to follow, he became the black sheep of the family with a vengeance (Thompson: 153).

Однако, на наш взгляд, полное разграничение сравнительного и интроспективного подходов в случае выявления национально-культурной специфики фразеологизмов невозможно. Ведь его внутренняя форма, образ создается самими носителями языка и обретает внешнее выражение через включение в состав фразеологизма компонентов, несущих национальный характер.

Кроме того, образная составляющая – это результат психологической деятельности человека, в основе которой лежат ассоциации. А психологические методы исследования лежат в основе интроспективного подхода.

Таким образом, мы можем сказать, что национально-культурная специфика фразеологизмов базируется, как правило, на образной составляющей и увязывается с когнитивно значимыми различиями между разными языками. Такие же когнитивно значимые различия, принимая во внимания общность сознания, мышления для всего человечества, должны рассматриваться на уровне таких психологических понятий, как восприятие и понимание. Именно особенности восприятия и понимания в совокупности с окружающей действительностью лежат в основе специфичности фразеологического образа, отражающего мировидение народа — носителя языка.

Если теперь обратиться к фразеологизмам цвета, имеющим, на наш взгляд, национальную маркированность, то можно будет наглядно увидеть подтверждение выдвинутой нами гипотезы.

Следует сказать, что многие лингвисты (А.П. Василевич, Н.В. Серов и другие) признают социообусловленный характер цветообозначений. Исходя из признания единства цветового спектра для всех людей, все же «общего пространства цветоощущений» и, соответственно, «единого кода цветовых образов для всех этносов» не существует (Кульпина 2001: 56). О том, что цвет имеет социокультурный аспект, пишет и С.Г. Тер-Минасова в своей книге «Язык и межкультурная коммуникация», где этой проблеме посвящен целый раздел под названием «Социокультурный аспект цветообозначений» (Тер-Минасова 2000: 81).

Образная составляющая фразеологизмов может не иметь точек соприкосновения с материальным миром. В случае с фразеологизмами цвета это выражается в том, какие ассоциации порождает цвет как таковой. Другими словами, это то, как носители языка и в связи с чем воспринимают тот или иной цвет вне его первостепенного значения. Для большей наглядности проанализируем следующий ряд фразеологизмов:

Если обратиться к когнитивной семантике, то все эти выражения могут быть отнесены к одному фрейму – «тоска, уныние». blue, что говорит не просто о его мотивированности, но и о его социокультурной значимости. Данное слово выступает как в качестве чистого прилагательного, так и субстантивированного (blues). Так, мы видим, что у англоговорящих народов голубой цвет ассоциируется с грустью.

Подробную параллель можно провести и в следующем ряде:

- blue devils – хандра, уныние;
- as blues as the devil – угрюмый, печальный;
- to feel blue – тосковать, находиться в депрессии;
- to sing the blues – жаловаться на судьбу, роптать;
- to give smb the blues – наводить тоску, уныние;

- to be in the blues – хандрить, находиться в унынии;
- to have blues – хандрить, находиться в унынии;
- to see through blue glasses – пессимистически смотреть на мир.

Анализ таких примеров должен исходить из психологии восприятия (в данном случае психологии цвета) носителями языка того или иного явления. Насколько можно судить по вышеописанным примерам, природа такого восприятия также является национально обусловленной. При этом следует оговориться, что слово «национальный» носит сугубо условный характер. Поскольку под ним подразумевается народ – носитель языка, а не конкретная нация. В связи с чем в последнее время намечена тенденция к переходу на ареальную мотивированность ФЕ.

О том, что фразеологизмы являются культурно значимыми благодаря специфики восприятия образной составляющей, говорит и тот факт, что на основе вариативности (одного из категориальных признаков ФЕ) часто происходит изменение внешней формы фразеологического оборота (ФО), но с сохранением его значения за счет образно мотивированного компонента ФО, несущего в себе связь с миропониманием народа.

Одним из таких компонентов является dark (темный, близкий к черному). А если «темный», то значит «неизвестный». Обратим внимание на русскую коннотацию слова «темный». На первый взгляд, в русском языке «темный» означает тоже «неизвестный», но эта неизвестность всегда подразумевает с чем-то незаконным. Так, выражение «темная история» означает, что здесь есть много неизвестного, которое, скорее всего, носит незаконный характер чьей-либо деятельности. В английском языке dark имеет же значение просто чего-то неизвестного, хотя и здесь тоже намечен сдвиг в сторону «законного-незаконного». Сравним, to keep dark имеет значение «скрывать от преследования со стороны закона», и не только.

В целом же фрейм «неизвестности» может быть представлен следующим набором фразеологизмов, состав которых варьируется как лексически, так и синтаксически:

- To be in the dark about smth – быть в неведении;
- To keep smb in the dark – держать кого-либо в неведении;
- To keep dark – хранить в секрете;
- A dark knowledge – неизвестность;
- To go dark – сходить с ума от непонимания, неизвестности;
- To seem dark – казаться «темным» неизвестным;

Выявлению данного ряда послужили следующие примеры из художественной литературы:

1. In fact, in case of accidents, it`s best that we`re all kept in the dark (Strong: 75).

2. “Actually the human race will be finished off molecular biology, but we keep that dark” (Murdoch: 27).

3. ...he wounded us once more with a dark knowledge about ourselves (Burke: 235).

Вообще, понятие фрейм – это своеобразный «пакет» информации, знания о стереотипной ситуации (Болдырев 2000: 37). А стереотипы, как известно, складываются в какой-то определенной среде, определенном обществе и затем распространяются на определенный ареал. Языковое выражение такие «стереотипы» будут получать, естественно, то, какое им дадут носители языка, что лишний раз подтверждает национально-культурную специфику фразеологизмов.

Развитие социально-экономических взаимоотношений между разными странами, повышение уровня культуры и образования людей способствует стиранию границ и различий в понимании друг друга. То, что, являясь типичным для одного народа, становится таковым для другого. Таким образом, во фрейм как «пакет информации» о чем-либо могут быть включены разные единицы, в частности, фразеологические. Здесь с уровня концептуального разница будет наблюдаться только лишь на уровне использования различных средств выражения. Но, тем не менее, эти средства выражения, как ментальные, так и языковые, являются своеобразными для

каждого народа. А значит, мы вновь возвращаемся к наличию у фразеологизмов национально-культурной окраски. В связи с чем трудно подобрать одному фразеологизму эквивалент в другом языке, что и приводит часто к его описательному переводу.

В итоге, национально-культурная специфика фразеологизмов проявляется в двух направлениях. С одной стороны, ФЕ – это носитель и источник социокультурной информации, что проявляется в выполнении ею наряду с другими культурной функции, то есть функции фиксации, хранения и передачи значительного объема информации о постигнутой обществом действительности.

С другой стороны, национально-культурное своеобразие ФЕ объясняется особенностями их происхождения (на основе обычаев, поверий, преданий, литературных источников, исторических событий, отражения настоящей действительности), что связано со спецификой осмысления и понимания определенных фрагментов действительности носителями языка и находит свое прямое отражение в разнотипной составляющей фразеологизмов, которая является средством воплощения национально-культурной специфики этих языковых единиц.

В этом отношении «цветоокрашенные» фразеологизмы представляют собой уникальный пример социокультурного своеобразия, причем как с точки зрения происхождения, так и образования. При этом они являются «живыми носителями» информации об окружающем мире, называя как предметы реальности, так и давая определенную характеристику каким-либо явлениям, вплоть до самого человека.

С помощью имевшегося в нашем распоряжении материала нам удалось выделить нижеследующие тематические группы цветосодержащих фразеологизмов, отвечающих, по нашему мнению, критериям национально-культурного своеобразия:

1. Фразеологизмы, содержащие характеристики человека по тем или иным признакам.

1.1. По признаку характера, ср.:

To show oneself in true colours – показывать свой истинный характер, например: It wasn't me he cared about, when that pervert showed in true colours, but her (Cowie: 424);

Without colour – бесцветный, лишенный индивидуальных черт, например: He had no colours, and although far from being a dunce, there was nothing notable about his work (Powell: 8);

Dark streak – «темная полоса» (орицательная сторона характера), например: On the surface Jim was bright and clever with mesmeric charm, but beneath his power to enchant ran a dark, cruel streak... (Conran: 56);

Have smb colouring – быть на кого-либо похожим по характеру, например: Florence had her father's colouring but none of his disposition... (Cookson: 140);

Have a silver tongue – обладать красноречием (иметь ораторские способности), например: Just wanted to hear you say it. With your own silver tongue (Warren: 45).

1.2. По признаку физического состояния, ср.:

In the pink (of health) – в прекрасном состоянии (о здоровье), например: I'm writing these lines to say I am still in the pink and hoping you're the same (АРФС: 582);

Be rosy about the gills – иметь здоровый вид, например: Binnie, as brisk and rosy about the gills as chanticleer, broke out in a morning salutation (АРФС: 312);

Red-blooded man – человек, наделенный физической силой, мужественный, смелый, например: "That decrepit donkey would scare off any red-blooded man. What a dump thing to bring to NY" (Conran: 40).

1.3. По социальному статусу, ср.:

Red-neck – обыватель, например: ...Mason County is red-neck country and they don't like niggers, not strange niggers anyway, and they haven't got many of their own (Warren: 53).

1.4. Возрастные характеристики, ср.:

To be free, white and twenty-one – самостоятельный, достигший совершеннолетия человек, например: You`re free white and twenty-one. He couldn`t make you go there (АРФС: 298);

A green old age – счастливая, добрая старость, например: And he would like to a green old age, like his dear father... (Galsworthy: 242);

Golden-ager – человек пенсионного возраста, например: The golden-agers just sat on the benches and chatted (Глазунов: 289);

1.5. Моральная оценка поведения человека, ср.:

а) отрицательная, неприятная характеристика:

Yellow dog – подлый, трусливый человек, например: ‘Search the houses!’ he said. ‘Bring all the yellow dogs out!’ (АРФС: 844);

Yellow streak – трусость, например: You want to get rid of that yellow streak! (Глазунов: 771);

Be in a blue funk – быть до смерти напуганным, например: “We didn’t have time to convince him to cooperate”, Sean snapped. “The poor bastard was in a blue funk” (Smith: 311).

б) положительная, одобрительная характеристика:

A white man – порядочный, благовоспитанный человек, например: ‘... Yongyon is a pretty white man...’ (Galsworthy II: 11);

White – благородно, например: The only time his wife really got sore was when she was washing out Boone’s filthy clothes, and Jason said, ‘that’s really white of you, hon’ (Sanders: 316);

Win golden opinions – заслужить лестное мнение, например: ‘... He won golden opinions as a young man,’ said Sillery (Powell: 206).

1.6. Моральное состояние человека, ср.:

To be in the blues – хандрить, находиться в унынии, например: Orn, on the other hand, always seems to have the blues... (Powell: 141);

To be browned off – быть расстроенным, например: You seem browned off, Miss Tilby. Can I help? (Глазунов: 85).

2. Фразеологизмы, обозначающие деньги, операции с ними, материальное состояние:

1.1. Деньги, операции с ними, материальное состояние, ср.:

Silver/gold – деньги, например: I have some silver stashed at home if you need it (Глазунов: 601); Do you have enough gold to pay the bill? (там же: 789).

See the colour of smb`s money – получить деньги от кого-либо убедиться в их наличии;

Golden handshake – денежное пособие, которое вручается тем, кого увольняют или отправляют на пенсию;

Blue-chips/blue-chip dealing – инвестиции, например: The real money came from blue-chip dealing in modern painting – anything painted since 1900 (Conran: 127).

To be in/to go into the black – давать прибыль, быть рентабельным;

To be/put/go into the red – стать убыточным;

3. Фразеологизмы, характеризующие государственно-бюрократическую систему, ср.:

To black out – наложить запрет, например: The censorship blacked out the news about the invasion (Глазунов: 59);

The blue-sky law (Amer.) – закон, регулирующий выпуск и продажу ценных бумаг;

A green Paper – издание английского правительства, публикуемое для обсуждения изложенных в нем предложений;

A white Paper – официальное издание английского правительства;

A black Paper – документ, в котором критикуется политика или действия правительства.

4. Прозвища американских штатов (по материалам АРФС), например:

The Blue Hen state – Делавэр; The blue Law State – Коннектикут; The Dark and Bloody Ground – Кентукки; The Golden State – Калифорния; The Green Mountain State – Вермонт; The White Mountain State – Ньюгемпшир; The Blackwater State – Небраска.

5. Символическое обозначение предметов, ср.:

A white elephant – обуза, ненужная вещь, например: ‘White elephant’, he said. ‘Can’t think what made Fleur get me the thing!’ (Galsworthy III: 96);

A blue ribbon – приз, награда, например: “As much as you’ve took care of Spring, you deserve to get that blue ribbon” (Pendersgraft: 86).

6. Фразеологическое выражение опасности, ср.:

To see the red light – видеть (подозревать) опасность;

Red alert – сигнал об опасности, несчастном случае, например: The hospital went on red alert, for there had been a serious coach accident on the motorway and the nearest exit point for transporting the victims to was the County General (Jennings: 181);

Yellow alert – сигнал воздушной тревоги.

7. Фразеологическое обозначение природных явлений, ср.:

Green winter – мягкая, бесснежная зима;

Black frost – холодная, бесснежная зима, например: He would sit for a spell, while I drank off my nightcap, and not talk much, but one time, at Morrisontown, where the occasion had sure – God been a black frost, he did, after sitting quite suddenly say, “How you think it’s going, Jack” (Warren: 72).

2.3. Сопоставительный анализ фразеологических оборотов в различных языках

Тот факт, что фразеологизмы разных языков могут совпадать, трудно отрицать. При этом сходство наблюдается как в семантике, так и в образной основе или же по своему компонентному составу, но с сохранением или отсутствием эквивалентности семантикой. Следует, однако, сразу сказать, что строгой предопределенности существования такого сходства также нет: логические и образно-ассоциативные процессы мышления различных народов в каких-то своих конкретных формах далеко не всегда совпадают.

В настоящее время во фразеологии нет единого термина обозначения таких ФЕ. Но большинство ученых сходятся во мнении о факторах, способствующих их существованию в разных языках. Так, согласно точке зрения Ю.П. Солодуба, это: 1. Общность жизненного опыта и отражающих его процессов мышления, общность, однотипность отдельных форм видения мира у самых разных народов, в том числе и народов, не имеющих между собой никаких языковых контактов; 2. Тесные культурно-исторические связи между отдельными народами, между целыми ареалами» (Солодуб 1982: 108).

И.И. Чернышева, называя ФЕ тождественные или очень сходные как по своей семантике, так и по особенностям построения ФО, «идентичными» фразеологизмами, также высказывает предположение, что такие фразеологизмы могут существовать как в близкородственных, так и неродственных языках, при этом их типологическое сходство основано также на общности логических и образно-ассоциативных процессов мышления.

Признавая общность мыслительных процессов, В.Г. Кульпина; определяет подобные ФЕ как интернационализмы, которые она понимает, как «международный блуждающий сюжет», яркий, запоминающийся образ, вызывающий аналогичные или сходные мысли и чувства под любыми широтами» (Кульпина 2001: 145). Таким образом, к числу уже имеющих у нас двух факторов, способствующих совпадению фразеологизмов в различных языках, можно добавить и еще одну причину, объясняющую такое наличие, – это заимствование. При этом оно возможно лишь в случае совпадения восприятия и понимания подобных предметов и явлений разными народами-носителями языка.

Ярким примером интернационализма является выражение «голубая кровь» в русском языке, в английском – blue blood, выступающее в качестве указания на аристократическую родословную человека или же характеризующее человека, который по своему поведению может быть отнесен к высшему свету. Интересно, что само понятие «голубая кровь» имеет испанское происхождение. Сквозь бледную кожу рук, шеи, головы (а

бледность – также одна из отличительных черт аристократа) хорошо видны кровеносные сосуды, которые имеют синюю окраску. Естественно, исходя из анатомической близости всех людей, такое понимание венозной крови понятно не только для испанцев, но и для других народов. Отсюда и легкость заимствования. Сейчас такой фразеологизм можно обнаружить не только в русском, английском или немецком языках, но и во многих других: греческом, итальянском, польском и т.д.

Ю.П. Солодуб называет такие фразеологические единицы «межъязыковыми фразеологическими эквивалентами (МФЭ), то есть разноязычными ФЕ, совпадающими по своему образу, значению и стилистической окраске, соотносимыми по компонентному составу и структурно-грамматической организации» (Солодуб 1982: 107).

Таким образом, межъязыковые эквиваленты – это те ФЕ, тождество или близкое сходство семантики которых находит объяснение в однотипности логико-семантического изменения значений компонентов и в однотипности образно-ассоциативных связей, лежащих в основе этого семантического преобразования. При этом лексико-грамматический уровень является фактором факультативным.

Однако часто в иностранном языке можно встретить фразеологизмы, значение которых очень близко к тому, что и в родном языке, но форма их выражения совершенно иная. Например, англ. *green envy* (досл.: зеленая зависть), а в русском – черная зависть. При этом всем понятна отрицательная коннотация этих выражений.

Значит, можно говорить о нескольких формах проявления типологической идентичности ФЕ в разных языках:

1. Общность фразеологизмов как на уровне логико-семантическом, так и конкретно-образном (собственно МФЭ).
2. Общность фразеологизмов только на логико-семантическом уровне, при этом образная составляющая имеет национальное или ареальное своеобразие (семантически эквивалентные ФЕ).

Рассмотрим теперь подробнее каждую из вышеназванных форм. В качестве языка-эталона в нашем случае служит английский. Для сравнительного анализа выбраны также немецкий и русский языки с тем, чтобы можно было проследить типологические ряды как в родственном, так и неблизком в структурном отношении языке.

2.4. Межъязыковые фразеологические эквиваленты

В разделе 2.3. мы давали характеристику МФЭ. Напомним вкратце еще раз, что межъязыковые фразеологические эквиваленты отражают семантическое, образное и стилистическое тождество ФЕ, при этом лексико-грамматический фактор является факультативным (в связи с тем, что сопоставительный анализ может включать как близкородственные, так и неродственные языки). Мы также подчеркивали важность совпадения компонентного состава фразеологизмов (в отличие от семантически тождественных ФЕ).

Но, оказывается, в разных языках могут существовать ФЕ, имеющие абсолютно идентичный компонентный состав, но при этом об общности их семантики не может быть и речи. Например, англ. “a golden boy/girl” – о человеке, пользующимся популярностью, успехом), например:

The boys each felt the loss of their brothers, who had always been the favorite, the golden boy (La Plante: 138).

В русском же языке определение человека как «золотой» дает ему характеристику умного, порядочного, воспитанного.

Фразеолог А.Д. Райхштейн считает, что в подобных случаях различия в совокупном фразеологическом значении могут быть результатом разнонаправленного их переосмысления. Другими словами, полное формальное тождество компонентного состава разноязычных фразеологизмов далеко не всегда соответствует действительному тождеству мотивирующих их семантику образов. Таким образом, вновь акцентируется образная

составляющая ФЕ, имеющая социокультурный характер. Ее восприятие народом-носителем языка и определяет национальную специфичность самих фразеологизмов. Теперь, однако, необходимо подчеркнуть, что к национально окрашенным будут относиться только те фразеологизмы, образное восприятие которых отличается в разных языках, что и определяет их уникальность и индивидуальность.

Возвращаясь к поднятой нами проблеме, следует отметить, что и зарубежные, и отечественные лингвисты достаточно часто используют по отношению к фразеологизмам, соотнесенным между собой только по их лексическому и/или лексико-грамматическому составу, но лишенным взаимной семантической эквивалентности, термин «межъязыковые фразеологические омонимы» (Солодуб 1992: 41).

Естественно предположить, что такие «омонимы» представляют собой вид межъязыковой интерференции, препятствующей взаимопониманию людей, говорящих на разных языках. Здесь уже без специальной подготовки, без знаний языковых особенностей друг друга трудно обойтись. Значит, при таком подходе во внимание должна браться образная составляющая как своеобразный компонент понятия «национальной специфики».

Таким образом, при сопоставительном анализе исходить надо из образного переосмысления ФЕ и здесь искать либо источник общности восприятия разными народами одного и того же явления, либо его национальную окраску.

Отдельное внимание хотелось бы обратить на межъязыковые фразеологические омонимы (МФО). Дело в том, что, как показывает проведенный нами анализ, возможен такой вариант, когда, например, в английском языке фразеологизм, имеющий одинаковую внешнюю форму, относится к МФЭ, а в русском языке такой фразеологизм, сходный с ним по компонентному составу, будет по отношению к фразеологизму английского языка МФО, например:

Plain work pays so bad, and mourning has been so plentiful this winter, I was tempted to take in any black work I could; and now I'm suffering from it (Gaskell: 86).

Здесь black work имеет значение «левая» работа, нелегальная. В русском же языке «черная работа» – это «грязная», тяжелая, низкооплачиваемая работа.

Другой пример – «черное золото». В русском языке этот фразеологизм имеет, как правило, одно значение – нефть. В английском (black gold) наряду с нефтью может подразумеваться и уголь.

Аналогично – «белое золото». У русскоязычного населения оно ассоциируется с хлопком (метонимический и метафорический перенос), а в настоящее время «белое золото» – это еще и разновидность самого металла.

Таким образом мы можем сделать вывод, что цвет действительно является национально мотивированным компонентом фразеологизма, подтверждение чему служат как существование фразеологических оборотов, присущих только одному конкретному языку, так и наличие МФО, в которых образная составляющая (в том числе и за счет цветообозначений) носит и социокультурный характер. Наличие же МФЭ объясняется сходством восприятия определенных явлений или объектов окружающего мира разными народами на основе однотипности отдельных форм образного видения, а также сходством «концептуальных метафор» (см. 2.2.), делающим возможным заимствование.

Ниже приводится тематическая классификация английских «цветоокрашенных» фразеологических единиц, имеющих эквиваленты в русском языке, которая наглядно демонстрирует наличие МФЭ как в родственных, так и неродственных языках, а также подтверждает мотивированность цвета как компонента ФЕ.

1. Цветофразеологизмы, содержащие различные характеристики человека:

1.1. молодость, неопытность, ср:

To be green – молодой, неопытный, например: All the same I've had a bit of experience in my day. I've knocked about the world and roughed it. Perhaps I'm not quite so green as I look? (Powell: 26);

МФЭ: рус. – молодой, «зеленый»;

Однако в английском языке ряд таких фразеологизмов, выражающих молодость и неопытность посредством переосмысления цветообозначения «зеленый», более широкий, нежели в русском. Так, наряду с to be green широко используется и “greenie” (Amer.) – новичок: The greenie looked like he got cold feet (Глазунов: 300).

1.2. Расовая принадлежность, ср:

Blacks – «черные» (пренебр.) о людях, принадлежащих к к негроидной расе.

Whites – «белые» (по аналогии с blacks), например: The Indians, the blacks, whites, women, gays, tree lovers, Christians abortion activists Aryans Nazis, atheists, hunters, animal lovers, white supremacist, black supremacist, tax protestors, loggers, farmers – it was a massive sea of protest (Grisham: 2).

МФЭ: рус. – черные/белые

1.3. По признаку происхождения, ср: Blue blood – «голубая кровь» (аристократическое происхождение), например: Although he shared her blue-blooded background, his father had not inherited any vast estate and actually working for a living in the Diplomatic Corps (Strong: 56).

1.4. по признаку характера, ср:

A blue stocking – «синий чулок» (о сухой, лишенной женственности женщине), например: ... But that was nothing new, and when she finally made a friend it was not pupil, but a junior mistress, herself a brilliant former student at the College, only ten years older than Alex and instinctively drawn to the lonely intelligent girl who showed all the signs of becoming a blue-stocking, like herself (Cowie: 265);

A white crow – «белая ворона» (о человеке, не похожем по какому-либо признаку на окружающих), например: She was like a white crow among the people in the party (Cowie: 56);

A dark horse – «темная лошадка» (человек, о котором мало известно), например: For everybody around him he was a dark horse.

2. Фразеологические наименования:

а) названия разного рода организаций, ср: Red Cross – всемирная медицинская организация, например: “I’ll go and see the Swiss consul in Istanbul and try to obtain temporary travel documents for you from the Red Cross,” he said when Kaminsky showed signs of tiring (Forsyth: 9).

МФЭ: рус. – «Красный Крест»;

б) символическое название свадьбы, ср: Golden Wedding – пятьдесят лет совместной жизни, например: Well anyway they come over to help us celebrate the Golden Wedding and it was pretty crimpy weather and the furnace don’t seem to heat up no more like it used to... (Lardner: 124).

МФЭ: рус. – «золотая свадьба»;

в) наименования различных явлений:

The Black Death – эпидемия чумы (МФЭ: рус – «черная смерть»);

The gold fever – «золотая лихорадка».

В итоге, мы можем сделать следующий вывод. Сопоставительный анализ ФЕ, относящихся к разряду так называемых МФЭ и характеризующихся общностью образной, стилистической и лексико-грамматической (по компонентному составу), показал, что они могут быть обнаружены как в близкородственном, так и нет, языках, причем какого-либо статистического превалирования закономерно не существует. Главное объяснение связано с «однотипным выделением определенных предметов и явлений носителями языка (что носит чисто случайный характер) и общностью историко-культурных традиций, повлиявших в какой-то мере на это видение. Однако, несмотря на видимое сходство как внешней, так и внутренней формы, такие ФЕ продолжают сохранять свой национальный

характер, что находит свое отражение как в этимологии, так и в сферах употребления (своеобразия сочетания, переноса значения).

2.5. Семантически тождественные фразеологические единицы

Вторая форма проявления типологической идентичности ФЕ основана на общности фразообразовательной модели при совпадении только логико-семиотической формы ее реализации. Другими словами, в данном случае при сохранении тождества знания, передаваемого фразеологизмами из разных языков, образная их составляющая сохраняет ареальное своеобразие.

Ю.П. Солодуб определяет подобные фразеологизмы как «межъязыковые фразеологические соответствия» (Солодуб 2001: 51). Ярким примером таких ФЕ являются фразеологические обороты сравнения. Применительно к цветофразеологизмам это проявляется в специфике не только восприятия самого цвета как такового носителями языка, но и в ассоциациях, которые он у них порождает. Для большей наглядности проанализируем следующее предложение: *Claire`s eyes were brown and her hair was as black as sin* (McBain: 54).

В данном случае при переводе выражения “as black as sin” невольно вспоминается русское – черный, как смоль, поскольку именно со смолой, как правило, ассоциируется черный цвет волос человека. В английском же языке сравнение идет с грехом (sin). Следует также отметить, что своеобразие этого фразеологизма заключается как бы в двойном переосмыслении. Истоки его возникновения, вероятно, стоит искать в Библии. Грех, как нечто порочное – естественно, явление отрицательное. Мы уже упоминали ранее, что в религии противоборство двух сторон (положительное – отрицательное) традиционно показывается через белый и черный цвета соответственно. Отсюда и “black sin”. Но, как мы видим из примера, область использования данного выражения настолько расширилась, что оно может даже передавать цвет волос.

Возвращаясь к семантической тождественности ФЕ “as black as sin” и «черный как смоль», необходимо также обратить внимание на общность фразеологической модели их образования. Другими словами, образы, создаваемые этими ФО, не будучи сопоставимы по своей онтологической основе, сопоставимы, тем не менее, по внутренним логическим связям и по форме их выражения. Это и есть та основа, которая определяет вторую форму проявления типологической идентичности ФЕ разных языков.

Вообще, ФЕ цветового сравнения в английском языке отличаются неповторимым набором разнообразных ассоциаций, лежащих в основе их образования. Например, тот же черный цвет сравнивается с: as black a cow, a crow’s wing, a raven, a raven’s wing, coal, ebony, ink, jet, night, thunder, soot, boot, the ace of spades.

Да, в русском языке тоже есть выражения «черный, как сажа, уголь, туча, трубочист» и так далее. Но вряд ли русский человек будет сравнивать черный цвет волос с грехом или цветом чернил и т.д. Именно на этом основании, исходя из национальной специфики образной составляющей и сочетаемых возможностей, мы относим такого рода фразеологизмы к группе семантически тождественных ФЕ, а не к МФЭ.

Такой же позиции придерживается С.Г. Тер-Минасова, которая даже подчеркивала, что “as white as snow” в английском языке и «белый как снег» в русском, это не одно и то же. А разве возможна, например, передача белого цвета в русском языке через сравнение его с цветом свадебного торта? Да, за границей белый свадебный торт – одна из неотъемлемых составляющих торжества, у нас же пока это только зарождающаяся вещь. Поэтому явно, что в переводе следующего предложения на русский язык, вряд ли будет правильным калькирование этого выражения: But there wasn’t any big side-wheeler there now, white as a wedding cake, cranky and improbable, with red and gilt decorations (Warren: 244).

Часто несовпадение образной составляющей плана содержания близких по значению идиом объясняется несовпадением техники вторичной

номинации (Добровольский 1997: 37), что, в свою очередь, приводит к возникновению семантической эквивалентности ФЕ разных языков, не объединенных общей фразообразовательной моделью.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что семантически тождественные ФЕ могут быть обнаружены среди различных видов фразеологизмов. При этом их семантическая тождественность может основываться как на общности фразообразовательной модели при сохранении только логико-семиотической формы ее реализации, как и просто без единства фразообразовательной модели, но с возможностью сопоставления ФЕ по внутренним логическим связям. Особую группу представляют ФЕ, отличающиеся социокультурным своеобразием техники вторичной номинации, что, естественно, не говорит об национально-культурном своеобразии самих ФЕ, так как семантические эквиваленты им, все же, могут быть найдены.

Следовательно, семантическая тождественность ФЕ, будучи одной из форм проявления типологической идентичности ФЕ разных языков, представляет собой комплексное понятие, неотъемлемыми составляющими которого являются фразеологические образ, фразообразовательная модель и логико-семиотические формы ее реализации, которые в зависимости от своего варьирования определяют тот или иной тип семантической тождественности ФЕ.

Ниже приводится тематическая классификация английских «цветоокрашенных» фразеологизмов, семантические эквиваленты которым могут быть найдены и в русском языке.

1. Фразеологизмы, передающие содержательные характеристики человека:

1.1. Прозвища людей, отражающие образ их поведения, ср.:

A brown nose – подхалим, подлиза, например: That brown nose actually gave the boss a bottle of sham for her birthday (Глазунов: 85);

Gold brick – сачок, например: We don't want any gold brick on this job (Глазунов: 289);

Mr. Baby-Blue Eyes – любимчик, например: 'Listen to, Mr. Baby-Blue Eyes, he is asking if I got wine. Go, go in the back. Drink, choke, but leave smth in the bottle' (McBain: 12).

1.2. Фразеологизмы, характеризующие моральное состояние человека, ср.:

(To have) white-hot agony – быть доведенным до белого каления, например: After reading of such disaster, it seemed only a minor inconvenience when Lulu apologetically reported that Mr. Barton had an ingrowing toenail; white-hot agony, and she couldn't break her appointment with the social services chiropodist (Conran: 203);

To have a black look/ dark look – хмурый / злобный взгляд, например: "Another nice day," he said. – "It sure is," I said. – "So why the dark look?..." (Burke: 402).

2. Фразеологизмы, характеризующие материальное состояние и различные явления, связанные с деньгами, ср.:

To live on red beans – жить на одной воде и хлебе, например: "... I want you to do what you want. And I don't care if you don't make money. I told you long back, I'd live on red beans with you" (Warren: 301).

3. Наименование явления, ср.:

Blue Johnnies – белая горячка, например: The one that's shaking has the blue Johnnies.

A dark sleep – глубокий сон, например: With that thought, he fell onto a dark sleep with a faint smile on his lips (Smith: 220).

4. Наименование абстрактных понятий, ср.:

A white lie – невинная ложь, например: "... I done what I aimed to do, got on as a machine repair man. And it shore took some tall talking, a heap of white lies. But it was worth it..." (Arnold: 187);

A white hope – большая надежда, вся надежда, например: ... You can't imagine how much they suffered in the dreadful Civil War. Acres of our land were devastated - thousands of dollars' worth of tobacco burned - the great White Hope Plantation House itself ransacked... (Leigh: 138);

Black words – «грязные слова», ругательства, например: ... And all around were the watching children, many crying like the dying dog; others cursing the cops, the black words flying up in loud boldness, the speakers knowing that no mother would chide now for dirty talk (Amow: 493).

5. Фразеологические обороты сравнения, передающие различные цветовые характеристики, ср.:

As black as night – безрадостный, беспросветный, например: 'It's a true rebirth. Her soul, which was as black as night, is now pure and white like the new-fallen snow' (Maugham I: 19);

Black as the ace of spades – грязный как трубочист, например: They were as black as the ace of spades when they came in for tea (Глазунов: 59).

As black as a crow/as a coal/as ink/as jet/as thunder и т. д. – черный, как сажа/смоль/уголь/туча и т. д., например: I thought I'd never get my feet clean: they were as black as ink (Maugham IV: 104).

Выводы по Главе II

Проведенный нами анализ английских цветофразеологизмов показал следующее:

1. Национально-культурная специфика ФЕ может проявляться и в этимологических особенностях, и в особенности их функционирования в речи, а также в значениях, заложенных в них.

2. Изучение национального своеобразия ФЕ может идти по двум направлениям: сравнительному и интроспективному – при этом в действительности эти два подхода взаимосвязаны и взаимодействуют. Вообще, изучение национальной специфики ФЕ не может быть только в

рамках лингвистических дисциплин, а должно включать данные и других областей знаний, в частности психологии, истории, культурологии и т.д.

3. В основе национальной специфичности фразеологизмов должны лежать когнитивно значимые различия, которые проявляются в особенностях восприятия и понимания предметов или объектов действительности, различных явлений носителями языка и находят свое прямое отражение во фразеологизмах через специфику образной составляющей, создаваемой посредством концептуальных метафор.

4. Социокультурный характер фразеологизмов может определять и факт существования в структуре ФЕ национально маркированного компонента, восприятие и осмысление которого носителями данного языка отлично от другого. Так, в частности, в нашем случае, таким компонентом является цвет, поскольку научно доказан его антропоцентричный и этноцентричный характер. Именно цвет в составе цветофразеологизмов в большинстве случаев определяет своеобразие фразеологического образа, что и позволяет назвать ФЕ окрашенной.

5. Факт существования в различных языках типологически идентичных ФЕ объясняется общностью логических и образно-ассоциативных процессов мышления разных народов, а также результатом культурно-исторических контактов между ними.

6. Особенности же лексико-семантической и грамматической системы каждого конкретного языка находят свое отражение в различных формах и типах сходства ФЕ: межъязыковые фразеологические эквиваленты (МФЭ), семантически тождественные ФЕ.

7. МФЭ имеют, как правило, в своей основе общность фразообразовательной модели при совпадении логико-семиотических и конкретно-образных форм ее реализации в разных языках и отражают, таким образом, семантическое, образное и стилистическое тождество.

8. От МФЭ следует отличать МФО (межъязыковые фразеологические омонимы), которые, несмотря на полное совпадение их компонентного

состава, имеют различную семантическую нагрузку. Это так называемые «ложные друзья переводчика», без специальных знаний которых адекватный перевод невозможен.

9. Наряду с абсолютно типологически идентичными ФЕ существуют и семантически тождественные. Их сходство между собой проявляется только в передаваемом ими значении и может быть установлено только на уровне логико-семиотических связей. Здесь фразеологическая модель не всегда совпадает, а создаваемый фразеологизмами образ, как правило, сохраняет свое национальное, точнее ареальное, своеобразие зависит во многом от техники вторичной номинации в целом, которая у разных народов может быть разной.

10. Каждый из вышеперечисленных типов фразеологизмов может быть представлен различными видами ФЕ (от фразеологических сочетаний до идиом и даже паремий). При этом ряды таких образований выполняют либо номинативную функцию, либо еще и характерологическую, что, в общем, и лежит в основе коннотативно-прагматического аспекта ФЕ.

Заключение

Сейчас практически уже ни у кого не возникает сомнения в том, что фразеологизмы являются особым видом языковых единиц, полученных в результате сложного лингвокреативного процесса, требующего взаимоотношения мышления, действительности и языка. При этом в основе их образования лежит исключительно языковой фактор, поскольку в их создании задействована вся совокупность языковых возможностей и средств. Тем не менее, по своим основным функциям (коммуникативной и номинативной), а также порождающей базе фразеологизмы глубоко социальны, антропоцентричны и этноориентированы. В связи с чем в настоящее время интерес к изучению фразеологических единиц, особенно в рамках когнитивной лингвистики, сильно возрос.

В данной работе, наряду с общей характеристикой места фразеологизмов в языковом мире, сделана попытка представить их как живую, динамичную систему, напрямую сопряженную с развитием и/или изменением ментальных систем человечества. Этому способствовал и тот факт, что фразеологизмы, в основном, имеют различную психоментальную направленность, вследствие чего можно говорить о коннотативно-прагматическом аспекте фразеологического значения как о ведущем по сравнению с остальными.

Живой характер фразеологических единиц подтверждается наличием проблемы лексико-фразеологической переходности, что, в свою очередь, поднимает вопрос о соотнесенности ФЕ и слова.

Однако наиболее спорным был и остается вопрос о национально-культурной специфике фразеологических единиц. Данная проблема находит свое отражение в нескольких аспектах. Во-первых, еще до конца не ясно, что является критерием национально-культурного своеобразия (концептуальные метафоры или механизмы порождения ФЕ). Во-вторых, не до конца определены рамки и самой фразеологии, то есть то, что следует считать фразеологизмами, что, в свою очередь, будет определять способ анализа и

изучения тех или иных ФЕ. Сюда же необходимо отнести и вопрос о том, в праве ли лингвисты заниматься проблемой национально-культурного своеобразия, или же это относится к ведению фольклористики, культурологии и т. д.

В поисках ответов на эти и многие другие, сопряженные с ними вопросы мы в данной работе пришли к следующим выводам:

1. Неправомерно относить проблему национально-культурного своеобразия только к разряду лингвистических или культурологических. Лишь совокупный анализ с привлечением научных знаний из различных областей поможет найти верный способ трактовки этого феномена, ибо фразеологизмы, уже по сути своей, представляют собой языковые знаки вторичной номинации, созданные путем сложного синтеза языка, мышления и действительности.

2. Нельзя полностью разграничивать понятия «концептуальные метафоры» и «механизмы образования ФЕ». Несомненно, именно концептуальные метафоры являются важнейшим показателем национально-культурной специфики ФЕ, поскольку они отражают то, как видит, воспринимает народ-носитель языка те или иные предметы и явления окружающего мира, какую характеристику он дает всему тому, что происходит вокруг него. Это же определяет то, какой способ, механизм будет применен для языкового выражения мыслей, чувств, эмоций. Следовательно, механизм порождения ФЕ – это способ отражения в языке концептуальных метафор, несущих в себе национально-культурное своеобразие ФЕ.

К этим и другим выводам мы пришли в результате изучения современных научных теорий, а также в результате исследования имевшегося в нашем распоряжении практического языкового материала.

Выбор в качестве наглядных примеров «цветоокрашенных» фразеологизмов также не случаен. Этому способствовал ряд факторов. Так, во-первых, цветофразеологизмы занимают достаточно широкий пласт в общей системе фразеологии. Во-вторых, в настоящее время научно доказано, что

цветотермин является одним из полюсов формирования национальных менталитетов, изначальным носителем и инструментом национальной культуры. Кроме того, цвет, входя в духовный мир человека, служит источником и способом уточнения его эмоциональной сферы. Также, цветоименования характеризуются высокой социальной окрашенностью, в чем проявляется познавательная функция ФЕ. Именно цвета предстают своего рода маркерами социальной направленности когнитивных процессов.

Все это позволило представить цветофразеологизмы как национально-культурно обусловленные. При этом национальный или социокультурный характер ФЕ может проявляться в их этимологии, психологическом и лингвистическом механизме образования, способе языковой фиксации, а также непосредственно в их значении, где немалую роль в его постижении играет образная составляющая. С одной стороны, она обеспечивает доступ к миропониманию народа-носителя языка, так как существует наряду с прототипическим образом. Но, с другой стороны, она может и блокировать этот доступ. Это связано с тем, что социокультурный характер фразеологизмов может определять факт существования в структуре ФЕ национально маркированного компонента, восприятие и осмысление которого носителями данного языка отлично от другого.

В зависимости от того, совпадают или нет способы восприятия и, соответственно, возникающие ассоциации тех или иных явлений действительности у носителей разных языков, различают такие понятия, как безэквивалентные и эквивалентные ФЕ, типологически идентичные и семантически тождественные ФЕ. Не следует также забывать и о межъязыковых фразеологических омонимах – так называемых «ложных друзьях переводчика». Наличие таких семантических нюансов требует специальной языковой подготовки для достижения адекватности перевода. Эта проблема может интерпретироваться в плане адекватного переноса фразеологического образа из системы одного языка в другую, в том числе и с изменением цветовой окраски.

Таким образом, хотелось бы подчеркнуть еще раз, что понятие национально-культурной специфики является достаточно широким и многогранным. Так, чтобы получить полную картину национально-культурного своеобразия той или иной фразеологической единицы, необходимо проанализировать ее этимологию, способ образования, сферу и условия ее функционирования, а также то, какую семантическую нагрузку она содержит в себе посредством создаваемого ею мотивированного образа. Только при наличии ответов на эти вопросы можно будет с уверенностью сказать о том, является ли данная фразеологическая единица национально окрашенной, и обосновать свое решение.

Библиографический список использованной литературы

1. Алефриенко, Н.Ф. Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста: материалы междунар. науч. конф., Волгоград, 22-24 мая 2003 г. / отв. ред. Н.Ф. Алефриенко. – Волгоград: Издательство ВГПУ "Перемена", 2003. – 95 с.
2. Альбрехт, Ф.Б. Проблема определения и описания единиц зоны лексико-фразеологической переходности / Ф.Б. Альбрехт // Филологические науки. – М., 2001. – С. 66–74.
3. Алехина, А.И. Фразеологическая единица и слово: К исследованию фразеологической системы / А.И. Алехина. – Минск: Изд-во БГУ, 1979. – 152с.
4. Артемова, А.Ф. Очерки английской фразеологии / А.Ф. Артемова // Очерки английской фразеологии: материалы спецкурса. 2-е изд., перераб., доп. и испр. – Пятигорск: Изд-во Пятигорского гос. лингвистического университета, 1998. – 184 с.
5. Архангельский, В.Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. Основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии / В.Л. Архангельский. – Ростов: Ростовский университет, 1964. – 315 с.
6. Баранов, А.Н. Идиоматичность и идиомы / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 1996. – №5. – С. 51–63.
7. Болдырев, Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н.Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2000. – 123с.
8. Болдырев, Н.Н. Вторичная репрезентация как особый тип представления знаний в языке / Н.Н. Болдырев, Л.В. Бабина // Филологические науки. – 2001. – №4. – С. 79–86.
9. Борисова, Е.Г. Фразеологическое значение в устойчивых словосочетаниях / Е.Г. Борисова, О.В. Захарова // Филологические науки. – 1994. – №4. – С. 77–84.

10. Василевич, А.П. К вопросу о методике обучения фразеологическим единицам английского языка / А.П. Василевич // Вестник Московского государственного областного университета. – 2018. – № 3. – С. 108–116.
11. Виноградов, В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В.В. Виноградов // Лексикология и лексикография: Избр. тр. М.: Наука, 1986. – С. 140–151.
12. Добровольский, Д.О. Образная составляющая в семантике идиом / Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 1996. – №1. – С. 71–75.
13. Добровольский, Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии (I) / Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. 1997. – №6. – С. 37–48.
14. Добровольский, Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии (II) // Вопросы языкознания. – 1998. – №6. – С. 48–57.
15. Жуков, А.В. Категориальный синкретизм фразеологических единиц / А.В. Жуков // Филологические науки. – 1987. – №2. – С. 48–53.
16. Кульпина, В.Г. Лингвистика цвета: Термины цвета в польском и русском языках / В.Г. Кульпина. – М.: Московский лицей, 2001. – 470 с.
17. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учебник для ин-тов и факультетов иностр. языков. 2 изд., перераб. / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.
18. Никитин, М.В. Основания когнитивной семантики / М.В. Никитин. – СПб: СПГУ, 2003. – 277 с.
19. Ониани, А.Л. Фразеологизм и слово / А.Л. Ониани // Вопросы фразеологии III. Труды СамГУ им. А.Навои, новая серия. – Самарканд, 1970. – Вып.178. – С. 134–142.
20. Сабурова, Н.А. Структура фразеосемантического поля пространства / Н.А. Сабурова // Филологические науки. – 2002. – №2. – С. 81–88.
21. Солодуб, Ю.П. К вопросу о совпадении фразеологических оборотов в различных языках / Ю.П. Солодуб // Вопросы языкознания. – 1982. – №2. – С. 106–114.

22. Солодуб, Ю.П. Национальная специфика и универсальные свойства фразеологии как объект лингвистического исследования / Ю.П. Солодуб // Филологические науки. – 1990. – №6. – С. 55–65.
23. Солодуб, Ю.П. О двух типах безэквивалентной соотнесенности фразеологизмов разных языков / Ю.П. Солодуб // Филологические науки. – 1992. – №2. – С. 40–49.
24. Солодуб, Ю.П. Сопоставительный анализ структуры лексической и фразеологического значений / Ю.П. Солодуб // Филологические науки. – 1997. – №5. – С. 43–54.
25. Солодуб, Ю. П. Структура лексического значения / Ю.П. Солодуб // Филологические науки. – 1997. – №2. – С. 54–67.
26. Солодуб, Ю.П. Перспективы иноязычной сопоставительной фразеологии / Ю.П. Солодуб // Филологические науки. – 2001. – №2. – С. 48–56.
27. Телия, В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – М.: Школа «Языки русской литературы», 1996. – 288 с.
28. Федуленкова, Т.Н. Английская фразеология: курс лекций / Т.Н. Федуленкова. – Архангельск: Поморский гос. ун-т, 2000. – 132 с.
29. Филоненко, Т.М. Фразеологический образ в языковой модели пространства / Т.М. Филоненко // Филологические науки. – 2003. – №2. – С. 87–93.
30. Черданцева, Т.В. Идиоматика и культура (постановка вопроса) / Т.В. Черданцева // Вопросы языкознания. – 1996. – №1. – С. 58–69.
31. Чернышева, И.И. Фразеология современного немецкого языка / И.И. Чернышева. – М.: Высшая школа, 1970. – 199 с.

Список использованных словарей

1. Глазунов, С.А. Новый англо-русский словарь современной разговорной лексики: 16000 словарных статей. 45000 единиц перевода / С.А. Глазунов. – М.: Русский язык, 1998. – 776 с.
2. Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь / Лит. ред. М. Д. Литвинова // 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1984. – 944 с.
3. Cowie, A.P. Oxford Dictionary of Current Idiomatic English / A.P. Cowie, R. Mackin, I.R. McCaig. – L: Oxford University Press, 1984. – 2 685 p.
4. OALD. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – L: Oxford University Press, 1995. – 1430 p.

Список источников иллюстративного материала

1. Armstrong, C. Mambo / C. Armstrong. – L: Coronet Books, 1990. – 496 p.
2. Amow, H. The Dollmaker / H. Amow. – N.Y.: Avon Books, 1971. – 608p.
3. Atwood, M. Cat's Eye / M. Atwood. – L: Virago Press, 1990. – 422 p.
4. Bach, R. One. A novel / R. Bach. – L: Pan Books Ltd, 1988. – 285 p.
5. Burke, J. L. Dixie City Jam / J. L. Burke. N.Y.: Hyperion, 1994. – 504 p.
6. Chandler, R. Farewell, My Lovely / R. Chandler // Роман на англ. яз. – М.: Менеджер, 2017. – 320 с.
7. Christie, A. And Then There Were None / A. Christie. – L: A Bantam Book published by arrangement with The Putnam Berkley Group. Inc, 1983. – 194 p.
8. Clark, M.N. You Belong To Me / M.N. Clark. – N.Y.: Simon and Schuster, 1998. – 318 p.
9. Conran, Sh. Tiger Eyes / Sh. Conran. – L: Pan Books BPC, 1994. – 442 p.
10. Cookson, C. The Cultured Handmaiden / C. Cookson. – L: A Corgi Book, 1988. – 318 p.
11. Cowie, V. Face Value / V. Cowie. – L: Fontana, 1990. – 426 p.
12. Dreiser, Th. An American Tragedy / Th. Dreiser. – М: Foreign Language Publishing House. Volume II. Book III, 2014. – 344 p.
13. Eliot, G. Middlemarch / G.Eliot. – N.Y.: Penguin Books, 1965. – 908 p.
14. Forsyth, F. The Devil's Alternative / F. Forsyth. – N.Y.: A Bantam Book, 1981. – 408 p.
15. Galsworthy, J. The Forsyte Saga. In Chancery / J. Galsworthy // на англ. яз. – М.: Прогресс. Book II, 1976. – 306 с.
16. Galsworthy, J. A Modern Comedy / J. Galsworthy. Swan Song. – М: Прогресс. Book III, 1976. – 305 с.
17. Maugham, W.S. Then and Now / W.S. Maugham. – L: W. Heinemann, 2000. – 315 p.
18. Maugham, W.S. The Razor's Edge / W.S. Maugham // на англ. яз. – М.: Менеджер, 2001. – 320 с.

19. McBain, E. Give the Boys a Great Big Hand / E. McBain. – L: Penguin Books, 1965. – 176 p.
20. McCullough, C. The Ladies of Missalonghi / C. McCullough. – N.Y.: Avon Books, 1987. – 190 p.
21. Murdoch, I. The Good Apprentice / I. Murdoch. – L: Penguin Books, 1980. – 522 p.
22. Pendergraft, P. Hear the Wind Blow / P. Pendergraft. – N.Y.: Scholastic Inc., 1989. – 228 p.
23. Powell, A.A Question of Upbringing / A. Powell. – L: Fontana Books, 1973. – 170 p.
24. Salinger, J.D. The Catcher in the Rye / J.D. Salinger. – L: Penguin Books, 2018. – 175 p.
25. Sanders, L. The Second Deadly Sin / L. Sanders. – L: Granada Publishing Ltd., 1978. – 398 p.
26. Schreiber, F.R. Sybil / F.R. Schreiber. – Chicago: Henry Regnery Company, 1973. – 420 p.
27. Shakespeare W. Four Great Tragedies / W. Shakespeare. – N.Y.: New American Library, 1982. – 577 p.
28. Shaw, B. Widower's Houses / B. Shaw // Plays in English. M: Foreign Language Publishing House, 1950. – P. 29-97.
29. Smith, J. Jazz Funeral / J. Smith. – N.Y.: Ivy Books, 1993. – 366 p.
30. Smith, W. A Time to Die / W. Smith. – L: Pan Books, 1989. – 524 p.
31. Strong, T. The Fifth Hostage / T. Strong. – L: Coronet Books, 1984. – 352p.
32. Thompson, H. The Man in the Iron Mask / H. Thompson. – L: New English Library Hodder and Stoughton, 1987. – 204 p.
33. Twain, M. A Connecticut Yankee in King Arthur's Court / M. Twain. – M: Прогресс, 2012. – 351 p.
34. Twain, M. The Adventures of Huckleberry Finn / M. Twain // на англ. яз. – M.: Менеджер, 2002. – 352 с.

35. Warren, R.P. *All the King's Men* / R.P. Warren. – N.Y.: A Harvest Book, 1974. – 440 p.

36. Wilde, O. *Plays in English / An Ideal Husband* / O. Wilde. – M: Foreign Language Publishing House, 1961. – P. 169–277.

37. Wilde, O. *The Picture of Dorian Gray* / O. Wilde // *Selections from O. Wilde*. – M.: Iporpecc. Volume I, 1979. – P.77–347.