

условия и общественно-политические события, вследствие которых происходят как положительные, так и отрицательные изменения в культуре общения, общепринятых нравственных нормах и духовных ценностях общества, а также в языке.

1. Российское законодательство X–XX веков : в 9 т. / общ. ред. О.И. Чистяков, отв. ред. В.Л. Янин. – М. : Юрид. лит., 1984. – Т. 1. – С. 140.
2. Российское законодательство X–XX веков : в 9 т. / общ. ред. О.И. Чистяков, отв. ред. В.Л. Янин. – М. : Юрид. лит., 1985. – Т. 2. – С. 101.

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ОБОРОТЫ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Карасёв Д.А.,

студент 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Дорофеенко М.Л., канд. филол. наук, доцент

Фразеологические обороты являются неотъемлемой частью любого языка. В них отражено развитие языка, история страны, разнообразные культурные явления. Идиомы преобразуют нашу речь, делая её более колоритной и эмоциональной [2, с. 51]. Их смысл зачастую не лежит на поверхности, а потому подобные фразеологизмы могут быть интересны с точки зрения исследования их истории и семантики. Фразеологизмы широко употребляются во всех стилях языка, тем не менее, большинство из них относится именно к разговорному [1, с. 28].

Актуальность данного исследования заключается в том, что компонент цвета существует в любом языке и культуре, однако его значение не всегда одинаково. У человека, который не является носителем языка, могут возникать определённые трудности с пониманием идиоматических выражений, поэтому их исследование особенно важно при изучении иностранного языка.

Цель исследования – определить значение английских фразеологизмов с компонентом цвета.

Материал и методы. Материалом исследования послужили фразеологизмы английского языка с компонентом цвета. Общее количество проанализированных единиц – 33. Методы исследования – дескриптивный, сплошной выборки, элементы статистического анализа.

Результаты и их обсуждение. По результатам исследования в английских фразеологизмах наиболее частотными являются следующие цвета:

1. Синий (blue). Данная группа содержит наибольшее количество фразеологизмов и составляет 27%. Английские фразеологизмы с данным цветовым компонентом могут иметь самые разнообразные значения, не связанные друг с другом: *blue-ribbon* – ‘уникальный, очень редкий’; *till one is blue in the face* – ‘тщётно’; *to talk a blue streak* – ‘болтать без остановки’; *out of the blue* – ‘внезапно’; *to be in a blue funk* – ‘трусить’; *once in a blue moon* – ‘крайне редко’; *to blue money* – ‘выбрасывать деньги на ветер’.

2. Красный (red). Данная группа фразеологизмов составляет 24%. Основные значения фразеологизмов, ее формирующих, – радующие, сильные положительные либо отрицательные эмоции (гнев, стыд), а также некоторые узкоспециализированные профессиональные термины: *to see red* – ‘выйти из себя’; *to be in the red* – ‘задолжать’; *to be/get out of the red* – ‘рассчитаться с долгами’; *red herring* – ‘обманный трюк’; *to roll out the red carpet* – ‘радушно встретить’; *red-letter day* – ‘праздничный день’.

3. Зеленый (green). Фразеологизмы с данным цветовым компонентом (21%) в большинстве случаев выражают значение молодости и цветения, а также эмоционального состояния человека: *green winter* – ‘зима без снега’; *in the green* – ‘в расцвете сил’; *to have a green thumb* – ‘быть талантливым садоводом’; *the green light* – ‘зелёный свет, одобрение’; *green-eyed monster* – ‘ревность’; *to be green about the gills* – ‘плохо себя чувствовать’.

4. Белый (white). Фразеологизмы с использованием белого цвета также довольно распространены: их количество составляет 16%. Данные фразеологизмы могут обозначать различные понятия, а также юридические термины: *white lie* – ‘ложь во благо’; *white night* – ‘бессонная ночь’; *white-collar worker* – ‘офисный работник’; *white elephant* – ‘имущество, которое приносит только убытки’; *to show the white feather* – ‘струсить’.

5. Черный (black). Данная группа (12%) включает фразеологизмы, которые могут обозначать различные понятия, а также негативные эмоции и явления как физического, так и абстрактного характера: *to be in the black* – ‘быть финансово независимым’; *black look* – ‘злой взгляд’; *black and blue* – ‘синяки и ушибы’; *black pudding* – ‘кровяная колбаса’.

Фразеологические обороты с компонентом «blue» (синий цвет) составляют 27% от общего числа фразеологизмов и являются наиболее частотными. Вторую по численности группу составляют фразеологизмы с компонентом «red» (красный цвет) – 24%. В третью группу входят фразеологизмы с компонентом «green» (зеленый цвет) – 21%. За ними следуют фразеологизмы с компонентами «white» (белый цвет) и «black» (чёрный цвет) – 16% и 12% соответственно.

Заключение. Таким образом, по результатам исследования фразеологизмов с компонентом цвета установлено, что проанализированные идиомы выражают различные значения, чаще всего – передают какие-либо чувства и эмоции. Определено, что фразеологизмы с компонентом цвета могут употребляться и для обозначения профессиональных терминов из различных сфер деятельности.

1. Амосова, Н.Н. Основы английской фразеологии / Н.Н. Амосова. – СПб. : Типография ЛОЛГУ, 1963. – 208 с.
2. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. / А.В. Кунин. – М. : Высш. Шк., Дубна : Изд. Центр «Феникс», 1996. – 200 с.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК СО СРАВНИТЕЛЬНЫМИ КОНСТРУКЦИЯМИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Каримова А.Р.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Барковская Я.Л.

Сравнительные конструкции являются предметом исследования многих лингвистов (например, М.С. Ивашова, Е.М. Поркшеян), так как сравнения составляют весомую часть любого языка, как русского, так и английского, позволяют выразить субъективное мнение на происходящие события или объекты действительности, реализуют сопоставление по сходству или различию отдельных характеристик, свойств и качеств определенных явлений окружающего мира. Можно отметить тот факт, что сравнительные конструкции часто встречаются в пословицах и поговорках, которые представляют собой важный элемент языковой культуры любого народа. Языковая картина мира, которая отражается в пословицах и поговорках, заложена в сознании всех носителей языка, так как каждый из представителей данного народа воспринимает мир с позиции своей лингвокультуры, выделяет отдельные качества и сопоставляет их по определенным критериям. В любом языке существуют свои особенности построения устойчивых выражений, это связано с грамматическими правилами языка, культурно-историческими событиями и т.д. Перевод пословиц и поговорок со сравнительными конструкциями является сложным процессом, поскольку при неправильном переводе утрачивается смысл всего высказывания.

Цель работы – изучить основные способы перевода пословиц и поговорок с компаративными конструкциями на примере английского и русского языков.

Материал и методы. Материалом исследования послужили поговорки на английском языке. В нашей работе мы использовали такие методы, как сплошная выборка эмпирического материала, его систематизация и классификация.

Результаты и их обсуждение. В своих работах В.В. Виноградов писал: «Сравнение – особый тип фразеологических конструкций, в которых внутренняя условность фразы определяется традиционной национальной характеристичностью образа, его испытанной меткостью, бытовым реализмом и экспрессивной внушительностью» [1, с. 206]. Многие лингвисты сходятся во мнении, что

сравнение, прежде всего – прием художественной выразительности, при котором происходит сопоставление одного предмета с другим, целью которого является художественное описание первого.

При переводе сравнительных конструкций, встречающихся в поговорках и пословицах, главной задачей переводчика является передача основного смысла устойчивого выражения. Рассмотрим основные способы перевода пословиц и поговорок со сравнительными конструкциями с английского языка на русский:

а) *фразеологический эквивалент*;

В данном случае значение устойчивого выражения сохраняется полностью, так как в языке перевода существует полное соответствие, т.е. происходит сравнение одних и тех же явлений действительности.

Better late than never. – Лучше поздно, чем никогда.

False friends are worse than open enemies. – Притворный друг – хуже неприкрытого врага.

It's easier said than done. – Проще сказать, чем сделать.

б) *фразеологический аналог*;

При осуществлении перевода этим способом необходимо подобрать пословицу или поговорку с таким же значением, но основанной на другом образе. Таким образом, в каждом из языков сопоставляются разные объекты действительности.

The pen is mightier than the sword. – Слово страшнее пистолета. (Дословный перевод: «Перо сильнее меча»).

The longer the cord, the higher the kite flies. – Выше станешь – больше видишь. (Дословный перевод: «Чем длиннее шнурок, тем выше поднимется воздушный змей»).

Better go to bed supperless than rise in debt. – Ешь репу вместо ржи, но чужого не держи. (Дословный перевод: «Лучше лечь спать без ужина, чем проснуться в долгу»).

в) *калькирование*;