

Крест-от клал он по-писаному,
Вел поклоны по-ученому,
На все на три, на четыре на сторонки низко кланялся,
Самому князю Владимиру в особину.

В былинах Киев, двор князя Владимира – обозначение того положительного центра, которому противопоставляются и чистое поле, и темные леса, и высокие горы, и быстрые или глубокие реки, с которыми связаны опасности, угрозы, чувство страха.

То Владимир-князь-от стольно-киевский
Он скорѣшенько вставал да на резвы ножки,
Кунью шубоньку накинул на одно плечко,
То он шапочку соболью на одно ушко,
Он выходит-то на свой-то на широкий двор
Посмотреть на Соловья Разбойника.

Народная память сохранила образ князя Владимира как защитника Руси от врагов, мудрого правителя, окруженного былинными богатырями. Именно народ назвал князя Красным Солнышком. Следующая ассоциация с солнцем. Солнце – светило, в лучах которого согреваются люди.

Первый луч – Владимир – внук княгини Ольги. Святая Ольга – необычайно цельная личность, подлинно великая женщина, силою обстоятельств вставшая во главе огромного, еще формирующегося государства. Она оказалась достойной того исторического жребия, который ей выпал. Княгиня Ольга и князь Владимир дополняют друг друга, как будто материнское и отеческое начало христианской Руси.

Второй луч – принятие христианства и крещение Руси как стремление киевского князя превратить Русь в сильное и цельное государство. Выбирая между Римом и Константинополем (католичеством и православием), князь Владимир должен был позаботиться о том, чтобы вместе с новой религией не попасть в политическую зависимость. Крещение Руси – поворотное событие не только во внутренней, но и во внешней политике Киевского государства. Выбор веры – это и выбор союзников и противников на долгие годы.

Третий луч – просвещение Руси. При нем возникают школы, начинается обучение народа, продолжается строительство храмов, появляются первые русские монастыри. При них разного рода благотворительные заведения.

Следующий луч – путь самоусовершенствования князя Владимира. Жизнеописание Владимира приводило к созданию двух его противоположных портретов. Первый – до крещения, язычник, грешник, «не ведает истинного закона». Чего стоит только сообщение о трех гаремах Второй портрет – князь крещеный. Владимир сумел преодолеть заблуждения язычества. Он строил храмы, любил книжное чтение, усердствовал в покаянии...

На киевском престоле Владимир княжил непрерывно тридцать семь лет. Именно тогда выработался его характер, именно здесь великий князь стал воином, гражданином, государственным деятелем, реформатором и защитником родной земли.

РОЛЬ КОМПОНЕНТОВ-ЗООНИМОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕГО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЯ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

Саламатина О.А.

Донецкий национальный университет, Донецк,
e-mail: olechka-salamatina@rambler.ru

Язык и культура – это неотъемлемые друг от друга части. Язык считается компонентом культуры, важнейшим средством ее формулирования и сохранения. Единицы языка, и особенно единицы его лексико-фра-

зеологического уровня, представляют собой «зеркало народной культуры», а семантические и структурно-семантические связи слов отражают актуальные для человека связи и отношения между предметами и явлениями действительности, ее реальными и идеальными объектами и, тем самым, передают особенности национального мировосприятия.

Языковые средства формируют особую картину мира. Языковая картина мира – это важнейшее средство выражения национального и культурного менталитета определенного народа. Особого внимания заслуживает фразеологическая картина мира, особо ярко раскрывающая национально-культурную специфику различных языков. Фразеологическая картина мира рассматривается как часть целостной картины мира. Именно фразеологические средства языка формируют фразеологическую картину [2]. Каждый фразеологизм – это настоящая энциклопедия народной жизни, которая раскрывает традиции, обычаи, верования, нормы и правила поведения.

Данная работа посвящена исследованию фразеологических возможностей компонентов зоонимов в английском языке. Согласно мнению Н.В. Распольхиной, зоонимами являются лексические единицы – прямые наименования животных. В лексико-семантическую группу слов-зоонимов входят названия животных разных подгрупп: птицы, рыбы, рептилии, насекомые, т.е. все представители фауны [9, с. 7]. Зоонимия считается родовидовой частью лексического состава языка, которая может быть выделенной в самостоятельную область. Хорошо известно, что зоонимы занимают важное место в отражении национально-культурных особенностей социума. Животные всегда играли немаловажную роль в жизни человека, в особенности в древние времена, когда люди и звери сосуществовали в естественном соседстве. Соответственно, постепенно животные стали символическими носителями человеческих качеств. Так и возникли фразеологические единицы с компонентом-зоонимом, ставшие неотъемлемой частью современного английского языка.

Данное исследование актуально, потому что зоонимы составляют важную часть лексики любого языка, нередко выступая символами культур, к которым они принадлежат. Без сомнений, изучение фразеологических единиц с названиями животных неизбежно выводит исследователя на изучение культуры данного народа. В свою очередь, фразеологические единицы, содержащие зоонимы, представляют собой достаточно большой слой лексики и обладают высокой употребляемостью.

Несмотря на то, что зоонимическая фразеология неоднократно привлекала внимание известных лингвистов (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, В.Н. Телия, Л.В. Шерба, В.В. Виноградов, Г.Д. Григорьева, Ф.И. Фахрутдинова, Н.Ф. Зайченко, Е.Р. Малафеева и др.), вопрос о природе компонента фразеологической единицы и его роли в формировании общего фразеологического значения является недостаточно изученным. Таким образом, рассмотрение данной проблемы при помощи лингвокультурологического подхода определяет актуальность представленной работы.

Целью исследования является определение особенностей и способов формирования фразеологического значения английских фразеологических единиц при помощи компонента-зоонима.

Материалом для исследования послужили 300 ФЕ с компонентом-зоонимом, отобранные методом сплошной выборки из фразеологических и толковых словарей английского языка.

Как известно, каждая языковая единица обладает двумя сущностными сторонами: формой и значением, которые реализуются через третью – функционирование [10]. Особой значимостью обладает значение фразеологических единиц. Следует подчеркнуть, что фразеологическое значение представляет собой исключительно сложный феномен. Разумеется, фразеологическую единицу (далее ФЕ) нельзя рассматривать как механическую сумму сопоставляющих ее компонентов. Семантическую структуру ФЕ можно представить как микросистему, все элементы которой находятся в тесной связи и взаимозависимости между собой.

Формирование фразеологического значения представляет собой динамический процесс. Этот процесс может не осознаваться говорящими, а может проходить сознательно. Самые значительные динамические изменения происходят в индивидуальном значении фразеологизма. Главным источником динамизма ФЕ является мыслящий человек, который активно работает над обогащением понятий. В отличие от лексем, фразеологизмы обладают более сложным, обобщенным и отвлеченным значением [8]. Но главная роль при формировании общего фразеологического значения принадлежит особому компоненту, который входит в структуру ФЕ. Одним из таких компонентов является зооним.

Компонент-зооним играет определяющую роль в формировании фразеологического значения английских ФЕ. Зооним входит во внутреннюю форму фразеологизма в качестве основного компонента. Этот компонент обладает большими возможностями для образования фразеологизмов и характеризуется частотностью употребления. Он позволяет понять общее фразеологическое значение, основываясь на свой символический характер, и обуславливает семантическое своеобразие исследуемых фразеологизмов, заключающееся в их антропоморфизме. Ведь мир вокруг нас населен различными представителями фауны. Именно человек через призму своих ощущений создает новые образы в своем воображении. Из этого следует, что в образовании ФЕ с компонентом-зоонимом играют роль как внутрилингвистические (собственно языковые), так и экстралингвистические (относящиеся к истории народа, говорящего на данном языке) факторы.

Следует отметить, что особое место в создании общего фразеологического значения имеет метафора, которая является формой проявления вторичной номинации. В основе метафоры лежит сравнение. Как отмечал В.Г. Гак, сравнивать человек может неизвестное с известным, и в этом проявляется отношение его к объективной реальности. С давних времен метафоризации подвергаются прежде всего, слова, обозначающие наиболее известные понятия и предметы из ближайшего окружения человека: части человеческого тела, родственные связи, животные, растения, материалы, предметы одежды, предметы обихода, светила, явления природы [1, с. 15]. Перенос наименования по сходству является ведущим способом формирования английских зоонимических фразеологизмов. Названия животных могут быть перенесены на явления и неодушевленные предметы и становиться наименованием приспособлений, игр, блюд, явлений: *wild cat* ‘ненадежное дело’, *a stalking horse* ‘предлог, отговорка’, *the iron horse* ‘паровоз’, *a stool pigeon* ‘шпион’, *to cry wolf* ‘поднимать ложную тревогу’, *a dog in a blanket* ‘пудинг с вареньем’.

Но в большинстве ФЕ с компонентом-зоонимом встречается другой тип метафорического переноса – использование названий животных для характеристики человека, обозначения тех или иных его качеств,

черт внешности, характера, умственных способностей. Зоонимы часто становятся символами моральных и интеллектуальных качеств человека. Каждое животное с чем-то ассоциируется. Яркими примерами таких ФЕ являются следующие компаративные ФЕ с компонентом-зоонимом: *tired as a dog* ‘устать как собака’, *greedy as a wolf* ‘жадный’, *as bold as a lion* ‘храбрый как лев’, *scared as a rabbit* ‘перепуганный до смерти’, *as brisk as a bee* ‘хлопотливая, как пчела’, *be as gentle as a lamb* ‘быть очень добрым’, *be as quiet as a mouse* ‘быть очень тихим’.

Компонент-зооним обладает важной функцией для формирования индивидуального значения фразеологизмов. Когда зооним становится компонентом фразеологизма, то он теряет свое лексическое значение, соответственно он утрачивает способность обозначать животное. Некоторые ученые, в частности А.М. Мелерович, считают, что компонент-зооним в результате фразеологизации приобретает особые, несистемные значения, которые несвойственны этим словам в свободном употреблении и могут быть выявлены только при «разложении» фразеологического значения [6].

Согласно концепции А.М. Чепасовой, которая помогает понять механизм превращения слова в компонент фразеологизма, при формировании фразеологизма на основе нефразеологического словосочетания каждое слово этой структуры утрачивает семантическое ядро, сохраняя отдельные специфические семы, из которых возникает другое, новое семантическое ядро новой языковой единицы – фразеологизма.

Более того, при помощи этой концепции можно доказать, что в этом случае зооним приобретает новую функцию актуализации наиболее характерных, с точки зрения человека, свойств животного: способ передвижения, образ жизни, повадки, внешние признаки, звуковая деятельность, практическое использование животного человеком. При образовании индивидуального значения фразеологизма эти семы трансформируются в семы, отражающие новые, другие, признаки и свойства человека. Следующие ФЕ с зоонимами подтверждают это утверждение: *dressed up like a dog's dinner* ‘неуместно выряженный’, *keep the wolf from the door* ‘бороться с нищетой’, *to live like a fighting cock* ‘жить припеваючи’, *a night owl* ‘полуночник, ночной гуляка’, *a rat race* ‘постоянная борьба за успех’, *watch sb like a hawk* ‘выслеживать кого-то’.

В ходе исследования было проанализировано 300 ФЕ с компонентом-зоонимом и установлено, что лексико-семантическая группа зоонимов состоит из 49 единиц. В эту обширную группу входят следующие представители фауны:

1. Названия животных, которые встречаются в Англии:

а) домашние животные – *a bull, a cat, a dog, a cow, a donkey, a horse, a lamb, a mule, a mutton, an ox, a goat, a pig, a rabbit, a sheep, a calf*;

б) дикие животные – *a bear, a fox, a hare, a mouse, a rat, a tiger, a wolf, a beaver, a squirrel*;

2. Названия экзотических для англичан животных – *a camel, an elephant, a leopard, a lion, a monkey, a seal, a whale*.

3. Названия птиц а) домашние птицы: *a goose, a duck, a turkey, a cock*; б) дикие птицы: *a cuckoo, an owl, a hawk, a parrot, a pigeon*;

4. Рептилии: *a crocodile, a snake, a lizard*;

5. Рыбы: *a fish*;

6. Насекомые: *a bee, a fly, an ant, a grasshopper*.

В результате ряда исследований исследования было выявлено, что такие животные как *dog* (собака) – 48 фразеологических единиц (16%), *cat*

(кот) – 34 фразеологических единиц (11%), pig (свинья) – 20 единиц (7%), horse (лошадь) – 18 фразеологических единиц (6%), sheep (овца) – 14 ФЕ (5%) и duck (утка) – 13 единиц (4%) преобладают в структуре английских ФЕ с компонентом-зоонимом. Этот результат подтверждает, что вышеуказанные зоонимы обладают высокими фразеобразовательными возможностями, что и обуславливает их многочисленность в английской зоонимической фразеологии.

Согласно В.А. Масловой фразеологический компонент языка не только воспроизводит элементы и черты культурно-национального миропонимания, но и формирует их. И каждый фразеологизм, если он содержит культурную коннотацию, вносит свой вклад в общую мозаичную картину национальной культуры [5, с. 87]. В связи с этим, ФЕ с компонентом-зоонимом являются важным материалом для интерпретации менталитета английского народа. Роль животных в системе мировосприятия и миропредставления человека исключительно велика.

Таким образом, зоонимы – это важные компоненты, которые формируют образное значение английской анималистической фразеологии. ФЕ с компонентом-зоонимом формируют своеобразную зоонимическую фразеологическую картину, которая считается образной «очеловеченной» моделью мира, интерпретируемой через животных. Зоонимические компоненты фразеологических единиц создают маркированность национально-культурной специфики образной семантики фразеологизмов. Данные единицы обладают способностью выражать в полной мере языковую картину мира представителей английского национального лингвокультурного пространства – их коллективные представления о человеке с его морально-этическим кодексом и его месте в мире. Английские фразеологизмы с зоонимическим компонентом дают нам ключ к национальному характеру народа Великобритании, к его культуре, истории и политической жизни. Таким образом, суть эволюционного процесса, взаимосвязь языка и социальной среды, национальная, этническая, историческая и культурная особенности мышления, унаследованные от предков, ярко выражены в представленных фразеологических выражениях с компонентом-зоонимом. Исходя из этих фактов, можно сделать вывод о том, что ФЕ с названиями животных представляют важную культурную ценность.

Список литературы

1. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 11–26.
2. Добровольский Д.О. Сопоставительная фразеология (на материале германских языков). – Владимир, 1990. – 79 с.
3. Гимадеева А.А. Функционирование ФО с компонентом-зоонимом в разговорном стиле речи (на материале татарского и английского языков) / А.А. Гимадеева // Филология и культура. – 2010. – №21. – С. 3–8.
4. Малафеева Е.Р. Семантическая структура фразеологизмов с компонентом-зоонимом в современном русском литературном языке: дис. ... канд. филол. наук / Е.Р. Малафеева. – Челябинск, 1989. – 231 с.
5. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
6. Мелерович А.М. Проблема семантического анализа фразеологических единиц: Учеб. пособие. Ярославль: Ярославск. гос. пед. ин-т, 1979. – 79 с.
7. Молчанова А.Н. О словах-символах в английской фразеологии на материале зоонимов: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М., 1981. – 27 с.
8. Радченко Е.В. Процесс формирования фразеологического значения / Е.В. Радченко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2010. – № 1. – С. 47–50.
9. Располыхина, Н.В. Проблема взаимосвязи разнооформленных знаков прямой и косвенной номинации: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н.В. Располыхина. – М., 1984.
10. Скаличка В. Асимметричный дуализм языковых единиц // Пражский лингвистический кружок. – М., 1967. – С. 119–127.

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ МОДЫ

Сколозубенко А.Е.

Оренбургский государственный университет, Оренбург,
e-mail: objorka1994@mail.ru

Лингвистика XXI века активно занимается разработкой направления, в котором язык рассматривается как культурный феномен нации [1; с. 120]. Французский народ утонченным вкусом и особым отношением к изяществу, особым пониманием прекрасного. Франция является законодателем в вопросах моды. Из французского языка во многие языки Европы и мира пришло множество слов-реалий, понимание и перевод которых в связи с расширением международных контактов представляет определенные трудности.

Наше исследование посвящено изучению лингвокультурных особенностей перевода реалий моды. Актуальность нашего исследования обусловлена тем, что современный период развития общества характеризуется сильным влиянием на него модной индустрии, которая обеспечивает распространение информации в обществе, образуя богатое информационное пространство. Важной частью этих процессов является пресса. Материалом для исследования послужили французские и бельгийские иллюстрированные журналы и их русскоязычные издания ИД Sanoma Independent Media (Cosmopolitan) и ООО «Хёрст Шкулёв Медиа» (ELLE). Целью исследования является выявление лингвокультурных особенностей перевода реалий моды. Методами исследования послужили анализ научной литературы, метод контекстуального анализа и сплошной выборки, сравнительно-сопоставительный и описательный методы.

Проблемой перевода реалий одна из ключевых в переводоведении. Изучению культурно-этнографической концепции перевода посвящены работы В.Н. Комиссарова, В.И. Хайруллин исследовал лингвокультурные и когнитивные аспекты перевода, проблема культурно детерминированной коннотации в переводе представлена в работах О.А. Бурукиной, Л.В. Мосиенко уделяла особое внимание лингвокультурологической проблеме классификации реалий. Реалия (от лат. *realis* – истинный) – это действительно существующая, конкретная вещь; объективные факты как исторический фон литературного или иного описания [2; с. 505]. Национально-культурные особенности реалий проявляют себя в разных сферах жизни отдельно взятой народности [3; с. 158]. Под влиянием экономических преобразований и в связи с изменением геополитической ситуации, национально-культурный колорит в сфере модной индустрии стал проявляться особенно ярко.

Мода (фр. *mode*, от лат. *modus* – мера, образ, способ, правило, предписание) является временным господством индустрии красоты в какой-либо сфере жизни или культуры. Мода определяет стиль одежды, поведения, образа жизни, развлечений, который становится популярным в социуме в конкретный период времени. Это понятие чаще всего обозначает самую хрупкую и быстро уходящую популярность [4; с. 6].

В последнее время говорят об индустрии моды как об определенном секторе экономики, который включает в себя производство и сбыт товаров, в том числе и услуг как товара. Зачастую первенство в вопросах моды было связано с политическим первенством. Примером этого может служить Италия, диктовавшая моду в период Ренессанса, расцвета городов-государств, таких как Венеция и Флоренция, где в XIII века изготавливались бархат и шелк. Моде