

В заключение отметим, что к переводу рекламных слоганов следует относиться серьёзно. Чтобы рекламный текст выполнял свою коммуникативную функцию, его недостаточно перевести, он должен быть включен в культурную среду языка перевода. Иными словами, можно сказать, что слоган создаётся практически заново, так как текст слогана нацелен на то, чтобы расширить круг потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карпова, С. В. Международное рекламное дело / С. В. Карпова. – М. : КНОРУС, 2011. – 288 с.
2. Коршунова, А. В. К вопросу о языковых особенностях слогана / А. В. Коршунова // Язык и культура в Евразийском пространстве. – Томск, 2003. – Разд. 1. – С. 188-194.

Волосевич С. П.

(ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»)

АНГЛИЙСКИЕ ТРАНСФОРМИРОВАННЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК ЕДИНИЦЫ НОМИНАЦИИ

Процессы номинации неразрывно связаны с познавательной деятельностью человека. Природа номинации смыкается с гносеологическим характером отражательной деятельности человеческого мышления. Как отмечает Г. В. Колшанский, акт номинации – это, прежде всего, гносеологический акт, поскольку он обусловлен общим принципом познавательной деятельности человека – принципом избирательности. Принцип избирательности заключается в том, что любой объект внеязыковой действительности не может быть отражен во всей совокупности его свойств [1, с.135].

В акте номинации фразеологизм обычно выделяет несколько признаков объектов именованного и семантизируется развернутой характеристикой. Значительно реже ФЕ выделяет один признак объекта и идентифицируется в словаре одним словом.

Номинативная ценность единицы наименования может быть самостоятельной и несамостоятельной. Единицы, имеющие самостоятельную номинативную ценность, содержат в сигнификатах все сведения, позволяющие правильно соотносить имена и обозначаемые фрагменты действительности. Наименования, имеющие несамостоятельную номинативную ценность, характеризуются направленностью их сигнификатов на объекты именованного совместно с другими, строго определенными номинативными единицами. Фразеологические единицы, являясь единицами вторичной косвенной номинации, следовательно, рассматриваются как не имеющие

самостоятельной номинативной ценности. Тем более таковыми не являются трансформированные фразеологизмы, которые, характеризуясь совестной с исходной ФЕ направленностью на объект именованного и, по определению, не обладают самостоятельной номинативной ценностью. При трансформации фразеологизма той строго определенной единицей, через сигнификат которой он направлен на объект, является исходная ФЕ.

Несамостоятельность номинативной ценности, преобразованной ФЕ проявляется двояко. Универсальное явление – это опосредованность направленности, преобразованной ФЕ на объект сигнификатом исходной ФЕ. Зачастую сигнификат трансформированной ФЕ направлен на объект именованного не только через сигнификат исходной ФЕ, но и через совместную реализацию с другими номинативными единицами контекста. Таким образом, новое фразеологическое значение, которое можно условно определить, как окказиональный смысл трансформированной ФЕ, уточняется путем его соотнесения с сигнификатами единиц контекста.

Представляется возможным определить номинативную ценность трансформированных фразеологизмов, исходя из характера их опосредованности значениями исходных ФЕ и значениями других номинативных единиц контекста, и наметить градацию трансформированных ФЕ по их номинативной ценности в порядке ее убывания.

I. Наибольшей номинативной ценностью обладают трансформированные ФЕ, относящиеся к неосложненным номинациям, представляющие, по сути, отношения между узуальными вариантами, поскольку в номинативном аспекте они идентичны исходным ФЕ.

II. Меньшей номинативной ценностью обладают трансформированные фразеологизмы, относящиеся к осложненным номинациям, для правильного соотнесения, которых с обозначаемыми ими фрагментами действительности требуется опора только на сигнификаты исходных ФЕ.

III. Наименьшей номинативной ценностью обладают преобразованные фразеологизмы, для правильного соотнесения, которых с обозначаемыми фрагментами действительности требуется не только опора на сигнификаты исходных ФЕ, но и на сигнификаты единиц контекста.

Итак, чем менее трансформированный фразеологизм отличается от исходной ФЕ, тем выше его номинативная ценность как единицы самостоятельной номинации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Колшанский, Г. В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации / Г. В. Колшанский // Языковая номинация: (Общие вопросы) / отв. ред. Б. А. Серебренников и А. А. Уфимцева. - М.: Наука, 1977. – С. 99–146.