

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ
КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ ТА СПЕЦИФІКА ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ
НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ (НА МАТЕРІАЛІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ
ВИДАНЬ)**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0351-1ап-3
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та
література (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Переклад (англійський)
Третяк Анастасія Сергіївна

Керівник к. філол. н., доц. Андреева І.О.

Рецензент к. філол. н, доц. Запольських С. П.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно) – перша англійська

Освітньо-професійна програма Переклад (англійський)

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри теорії та
практики перекладу з
англійської мови**

« _____ » _____ 2022 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
ТРЕТЯК АНАСТАСІЇ СЕРГІЇВНИ
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) **АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ ТА СПЕЦИФІКА ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ (НА МАТЕРІАЛІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ВИДАНЬ)**

керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Андрєєва І.О., к.філол.н, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «24» травня 2022 року № 571-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) 30.11.2022

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) наукові джерела з питань дослідження фразеології і перекладознавства. Фразеологічні одиниці з компонентом кольоропозначення в англійській та українській мовах.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) розглянути визначення поняття «фразеологізм», його характеристики; 2) розкрити поняття колірної картини світу, розглянути колір як культурний символ в комунікативному процесі; 3) проаналізувати підходи до визначення способів та засобів перекладу фразеологізмів; 4) надати

характеристику англomовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення; 5) розглянути перекладацькі трансформації при відтворенні англomовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення на українську мову.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Андрєєва І.О. доцент	09.06.2022	09.06.2022
Розділ 1	Андрєєва І.О. доцент	02.09.2022	02.09.2022
Розділ 2	Андрєєва І.О. доцент	01.10.2022	01.10.2022
Висновки	Андрєєва І.О. доцент	20.10.2022	20.10.2022

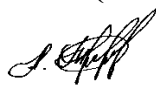
6. Дата видачі завдання 04.06.2022 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	лютий – квітень 2022	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень 2022	виконано
3	Написання вступу	червень 2022	виконано
4	Написання теоретичного розділу	вересень 2022	виконано
5	Написання практичного розділу	жовтень 2022	виконано
6	Формулювання висновків	жовтень 2022	виконано
7	Проходження нормоконтролю	листопад 2022	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	листопад – грудень 2022	виконано
9	Захист	грудень 2022	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант


(підпис)

А. С. Третяк
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

І.О. Андрєєва
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

В. В. Погонєць
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 52 стор., 79 джерел.

Об'єкт дослідження: англomовні фразеологізмів з компонентом кольору та їхні україномовні відповідники.

Мета роботи: семантичні, функціональні і перекладацькі характеристики англomовних фразеологізмів з компонентом кольору в англійській та українській мовах.

Теоретико-методологічні засади: теоретичні положення лексикології і фразеології, розроблені В. В. Виноградовим, М. М. Шанським, О. В. Куніним, В. Н. Теля, В. В. Гузиковою, І. А. Мельчук, принципи перекладу, визначені В. Комісаровим, А. Федоровим та іншими.

Отримані результати: у складі фразеологізмів з компонентом кольору в англійській мові було виділено 9 груп: фразеологізми з кольоропозначенням *black, blue, brown, green, grey, red, pink, white, yellow*. Вибірка характеризується превалюванням чорного кольору (*black* - 23%), наступним за кількістю одиниць є синій (*blue* -19%). *White* (білий), як і *red* (червоний), представлений 32 фразеологізмами кожен, що становить 16% загальної кількості стійких сполучень. Зелений колір (*green*) зафіксовано в 10 % фразеологізмів. Відповідно до ступеня відповідності фразеологічні одиниці розподілені на три групи: 1) фразеологічна одиниця має точну відповідність у мові перекладу незалежно від контексту – 10 %; 2) при перекладі допустимі деякі відступи від повноцінного перекладу – 20 %; 3) фразеологічна одиниця немає у мові перекладу ні аналогів, ні еквівалентів і перекладається описово – 70%.

Ключові слова: *фразеологізм, кольоропозначення, фразеологічний переклад, нефразеологічний переклад, еквівалент, калькування, описовий переклад.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ.....	6
1.1 Поняття «фразеологізм», його характеристики.....	6
1.2 Поняття колірної картини світу. Колір як культурний символ в комунікативному процесі.....	14
1.3 Способи та засоби перекладу фразеологізмів.....	25
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ, СПОСОБИ ТА ЗАСОБИ ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ.....	34
2.1 Характеристика англomовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення.....	34
2.2 Специфіка відтворення англomовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення на українську мову.....	44
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53

ВСТУП

У фразеології різних народів багато спільного, оскільки фразеологізми відображають загальнолюдські поняття та погляди на світ. Але більшість фразеологізмів кожної мови відрізняються своїм національним колоритом, що робить їх специфічними і викликає проблеми при перекладі. У сучасній лінгвістиці одним із актуальних та дискусійних питань залишається визначення сутності та категоріальних ознак фразеологічних одиниць. Сучасні лінгвісти О. В. Кунін, В. Н. Телія, Н. М. Шанський, Д. Н. Шмельов розглядають різноманітні аспекти, які стосуються фразеологізмів і вважають, що саме комплекс ознак відокремлюють фразеологізми від інших ознак та мовних одиниць.

Актуальність даного дослідження зумовлюється насамперед недостатньою кількістю розвідок щодо семантичних, функціональних і перекладознавчих особливостей фразеологізмів з компонентом кольору в порівняльному аспекті англійської та української мов.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі власного дослідження особливостей семантики і функціонування англійських фразеологізмів з компонентом кольору, специфіки їхнього перекладу на українську мову.

Об'єктом дослідження є англійські фразеологізми з компонентом кольору та їхні українськомовні відповідники.

Предметом дослідження є семантичні, функціональні і перекладацькі характеристики англійських фразеологізмів з компонентом кольору в англійській та українській мовах.

Метою дослідження є семантичні, функціональні і перекладацькі характеристики англійських фразеологізмів з компонентом кольору в англійській та українській мовах.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) розглянути визначення поняття «фразеологізм», його характеристики;
- 2) розкрити поняття колірної картини світу, розглянути колір як культурний символ в комунікативному процесі;
- 3) проаналізувати підходи до визначення способів та засобів перекладу фразеологізмів;
- 4) надати характеристику англійських фразеологізмів з компонентом кольоропозначення;
- 5) розглянути перекладацькі трансформації при відтворенні англійських фразеологізмів з компонентом кольоропозначення на українську мову.

Матеріалом дослідження стали понад 200 англійських фразеологізмів з компонентом кольоропозначення, отриманих методом суцільної вибірки з англо-українського фразеологічного словника, який укладено К. Т. Баранцевим.

Методи дослідження. Для виконання наукового дослідження ми залучили загальні наукові методи (аналіз, синтез, класифікація, опис) та спеціальні лінгвістичних методів (компонентний аналіз, метою якого було встановлення структури значення досліджуваних фразеологічних; дефініційний аналіз, використаний для аналізу словникових визначень англійських фразеологізмів з компонентом кольору; метод кількісного аналізу та метод аналізу перекладацьких трансформацій.

Практична цінність роботи визначається тим, що її результати можуть бути використані при викладанні курсів історії і теорії перекладу, жанрових теорій перекладу, спецкурсів з лексикології, на заняттях з практики перекладу, у практичній роботі перекладачів.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатку та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подано загальні відомості про дослідження англомовної фразеології, розглянуто визначення поняття «фразеологізм», характеристики фразеологізмів; розкрито поняття колірної картини світу, розглянуто колір як культурний символ в комунікативному процесі; проаналізовано підходи до визначення способів та засобів перекладу фразеологізмів.

Другий розділ містить характеристику англомовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення; надає аналіз перекладацьких трансформацій при відтворенні англомовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення на українську мову.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи. Загальна кількість сторінок 52, кількість використаних джерел 79.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ

1.1 Поняття «фразеологізм», класифікації фразеологізмів

Поняття «фразеологізм» стало предметом розвідок багатьох дослідників. Сучасні лінгвісти О. В. Кунін, В. Н. Телія, Н. М. Шанський, Д. Н. Шмельов розглядають різноманітні аспекти, які стосуються фразеологізмів і вважають, що саме комплекс ознак відокремлюють фразеологізми від інших ознак та мовних одиниць.

О. В. Кунін виходить із широкого розуміння обсягу фразеології, об'єктом якої є всі стійкі поєднання слів із ускладненим значенням. Нижня межа фразеологізму – двослівне утворення. При цьому один із компонентів може бути службовим словом. Верхня межа – складна пропозиція, подана прислів'ями та приказками. Утворення, що виходять за межі складного речення, одиницями мови не є і тому не можуть вважатися фразеологізмами. Це допомагає відмежувати фразеологізми від малих жанрів фольклору – загадок, лічилок і т.ін [Кунін 1970].

Різним класам фразеологізмів властиві як загальні, так і специфічні показники стійкості, внаслідок яких вони відтворюються у готовому вигляді. На думку О. В. Куніна, такі показники стійкості утворюють мінімальну фразеологічну стійкість.

На думку науковців, стійкість вживання – це показник того, що фразеологізм є одиницею мови, суспільним надбанням у даному мовному колективі, а не індивідуальним оборотом, вжитим тим чи іншим автором.

Використання фразеологізму не носить характер цитування і завжди пов'язано з фразеологічною абстракцією, переосмисленням [Завьялова 2011].

Також дослідники визначають таку характеристику фразеологізмів як семантична ускладненість. Семантична ускладненість проявляється неоднаково у фразеологізмах різних класів. До різних видів семантичної ускладненості відносяться: повне або часткове переосмислення значення, необразні утворення значення, наявність архаїчних елементів у складі фразеологізмів.

Характерної рисою фразеологізмів є також роздільнооформленість. Це комплексний критерій, основними складниками якого є морфологічна окремооформленість і морфолого-синтаксична окремо оформленість фразеологічних одиниць.

Науковці зазначають, що фразеологізми не можуть утворюватися за структурно-семантичною моделлю змінного поєднання слів. Під фразеологічною моделлю розуміється однотипність, властива деяким розрядам фразеологізмів.

На наш погляд, одним із найповніших визначень фразеологічної одиниці можна вважати визначення, запропоноване В. Н. Телія [Телія 1981]. Для фразеологічно пов'язаного значення, на думку дослідниці, характерні такі риси:

1. Синсемантичність фразеологічно пов'язаного значення, тобто здатність слова вказувати на об'єкт номінації тільки при спільній реалізації з семантично ключовим словом.

2. Несамостійність знакової функції слів із фразеологічно пов'язаним значенням. Поєднання семантично ключових із синсемантичними словами (із фразеологічно пов'язаним значенням) послаблює знаковий характер останніх, роль яких зближується з функцією службових слів. При цьому семантично ключове слово також не має знакової повноцінності.

3. Фразеологічно пов'язане значення слова має опосередкований характер. Його сутність полягає в тому, що під впливом опорного найменування у переосмислюваному слові актуалізуються такі смислові мікрокомпоненти у його

«попередньому» значенні, які виникають на основі реального асоціативної подібності первинного та вторинного предметів номінації. Такі живі асоціативно мотивовані зв'язки утворюють додаткові смисли, експресивні семи [Телія 1981, с. 68].

В. В. Гузікова у своєму дослідженні визначає фразеологічну одиницю як стійку комбінацію словесних знаків, яка існує в лексичній системі мови на певному етапі її історичного розвитку, характеризується граничністю, цілісністю, ідіоматичністю, відтворюваністю і складається щонайменше з двох лексичних одиниць, об'єднаних парадигматичною, синтагматичною та дериваційною пов'язаністю, що виражають цілісне лексичне значення, що функціонують у постійній граматично організованій послідовності і є стабільними щодо того, що означають [Гузікова 2004].

Можна зробити висновок про те, що більшість дослідників сходяться на думці, що фразеологізми характеризуються такими найважливішими параметрами: окремооформленістю, номінативністю, стійкістю, ідіоматичністю та коннотативністю. Перший із цих параметрів можна вважати найчіткіше сформульованим поняттям. Однак і в цьому випадку виникають проблеми, пов'язані з наявністю чи відсутністю в тому або іншій мові орфографічної традиції, розрізненням слів та словосполучень, слів та речень у даному морфологічному типі мови і т. п. [Зав'ялова 2011].

Обговорюючи номінативність, слід зазначити, що фразеологізми поруч із окремими лексемами служать засобом позначення предметів, ознак, властивостей та процесів. Ця ознака повною мірою відноситься і до фразеологізмів з компонентом позначення кольору, які створюються за вже існуючими способами об'єктивації дійсності як предметні (*красна дівчина, туга зелена, чорна німеч, blue berets, a white knight*), процесуальні (*не червоній дівци корів доячи, а червоній, дівка, з хлопцем стоячи! The pot calls the kettle black*) [там само].

Категорія стійкості, на наш погляд, виявляється ще менш чіткою. На думку О. В. Куніна, фразеологічна стійкість – це обсяг інваріантності, властивий різним аспектам фразеологічних одиниць, що зумовлює їх відтворення у готовому вигляді і тотожність при всіх узуальних та оказіональних змінах [Кунин 1970].

Найчастіше фразеологічну стійкість прийнято співвідносити з ідіоматичністю. На думку І. А. Мельчука, ці дві категорії мають щось спільне, саме різні форми прояви нерегулярності. Нерегулярність проявляється у ускладненості процесу породження мовного вираження (залучення додаткових когнітивних процедур, нарощуванні ланцюжка когнітивних перетворень) [Мельчук 2007].

У стійкості виділяється структурний та узуальний аспекти. Перший характеризує вираз з погляду його устрою (обмеження на трансформованість, дефектність парадигми). Узуальний аспект відноситься до сприйняття виразу мовним соціумом – до відчуття частоті повторюваності вираження у мові різних носіїв мови. У лінгвістиці є спроби формального визначення поняття стійкості. І. А. Мельчук пов'язує стійкість із передбачуваністю чи прогнозованістю появи одного компонента словосполучення щодо іншого. При такому розумінні виявляються стійкими тільки словосполучення з унікальними компонентами, що забезпечують узуалізацію фразеологізму. У ролі стійкого компонента може виступати, наприклад, рима. До цієї групи також відносяться фразеологізми з повторами кореня: *whiter than the white*; фразеологізми з лексичними повторами, що створюють ефект ритмізації: *the dark blues – the light blue*. До прийомів узуалізації належать також алітерації, асонанси: *a bit of blue sky, true-blue, a bolt from the blue, як blue blazes, blue blood, the boys in blue, as red as rose* [там само].

Як і ідіоматичність, стійкість має кілька різних проявів. Одне з них – це обмеження на утворення варіантів. Існують різні ступені варіативності. Наприклад, у виразі *to be as red as a beet* може варіювати як компонент *to be* (*to be/to go/to turn as a beet*), так і компонент *beet* (порівн. *a cherry/as a rose/as fire/as*

flame/as blood). З іншого боку, в ідіомі *to disappear into the blue* варіативний тільки компонент *to disappear*, але кількість слів, що «замінюють», досить велика (*to vanish/to go off*) [Романчик 2009].

Вільні словосполучення допускають різні синтаксичні трансформації, що видозмінюють їхню синтаксичну форму або оточення. До таких трансформацій відноситься, наприклад, введення додаткового визначення до іменника (*a white lie - a little white lie*), введення заперечення в дієслівне словосполучення (*a red cent - not a red cent*), утворення пасиву (*to catch someone red-handed - to be caught red-handed*) [Завьялова 2011].

Розглянувши питання, пов'язані із стійкістю вживання, звернемося до найскладнішого компонента фразеологічності – ідіоматичність. Функціонально ідіоматичність означає ускладнення способу вираження змісту – ускладненість не в сенсі максимального ускладнення мовних форм, а «концентрованості» висловлювання і складності розуміння. Фразеологія виявляється лише одним із проявів ідіоматичності. Більшість визначень ідіоматичності зводяться до двох базових ідей – переінтерпретації та непрозорості [Апресян 2006].

Переінтерпретація значення виразу є операцією, що призводить до трансформації цього виразу в інший за допомогою певних мисленнєвих операцій. Непрозорість фразеологізму є властивістю, що перешкоджає визначення його значення через відсутність продуктивного правила таких операцій і принципів їхнього функціонування.

Можна сказати, що переінтерпретація – це погляд на ідіоматичний вираз із погляду його породження, а непрозорість – з погляду його розуміння. Саме тому вони у ряді випадків перетинаються. Вирізняють кілька типів переінтерпретації. Переінтерпретація в точному сенсі означає, що вираз переінтерпретується таким чином, що отримує інше значення, що співвідноситься з певною. Типовий випадок такого переінтерпретації – ідіома *to be like a red rag to a bull* (Бути джерелом роздратування). Ця ідіома виникла внаслідок переосмислення

словосполучення, що відноситься до кориди. Інший приклад – *the black hole of Calcutta* (дуже спекотне місце). У разі спочатку була взята ситуація з конкретним географічним об'єктом. Якщо говорити про сферу лексики загалом, то до цього типу ідіоматичності відноситься широкий клас слів, які вживаються у непрямих значеннях, зокрема метафори, метонімії .

На думку вчених, переінтерпретація необхідна, оскільки буквальне значення виразу відсутнє. Прикладом такого роду є ідіома *once in a blue moon* (вкрай рідко). Його буквальний сенс відсутній, оскільки слово *moon* у прямому значенні в умовах об'єктивної реальності не поєднується з прикметником *blue*. До цього класу переінтерпретацій належать також вирази типу *between the devil and the deep blue sea, go off into the blue, blue blood, the pot calls the kettle black, a white knight, a white elephant* [Завьялова 2011].

Переінтерпретація може стосуватися як цілого висловлювання, так і його компонентів. Типовий випадок переінтерпретації компонента - ідіома *a red-letter day* (свято). *The day our daughter was born was a red-letter day for us*. Словоформа *day* зберігає у цій ідіомі своє значення і бере участь у процесі переінтерпретації, *red-letter*, навпаки, внаслідок переінтерпретації втратила значення «червоний день календаря». До цієї групи ідіом відносяться вирази *a white-collar worker/job, a red-brick University*.

Під класом референціальних переінтерпретацій розуміються ті випадки, коли у мовного висловлювання відбувається закріплення референції за одиничним денотатом: *White House, the Black Prince, Black Maria, blue/black Monday*. Процес референційної переінтерпретації характерний для утворення термінів. Переінтерпретація може також стосуватися умов вживання висловлювання. Найчастіше у цьому випадку змінюється категоріальна належність відповідного слова: *What/Why/Who ... blue blazes. What the blazes are they doing up on the roof?* У фразеологізмі *out of the blue* прикметник з

прийменником *out of the blue* отримує граматичний статус прислівника [Ганина 2007].

На думку І. А. Мельчука, існує ще один вид переінтерпретації – ідіоматичність цитації. У цих випадках певний вираз, утворений на основі іншого, відсилає до змісту вихідного висловлювання. При цьому одночасно актуалізуються два смислові шари, що і забезпечує ідіоматичність результуючої форми. Прикладом можуть бути фразеологізми *to be green with envy*, *green-eyed monster*, *a green eye* та слова В. Шекспіра, звернені до ревнивого Отелло : "*Oh beware my Lord, of jealousy, It is the greeney'd Monster*" [Мельчук 2022].

Переінтерпретація має наслідком комплекс експресивних характеристик (образність, емотивність, стилістична забарвленість), які зазвичай пов'язуються з конотативністю. Нерідко визначення ідіоматичності прийнято включати такий компонент, як непрозорість значення фразеологізму. Здається, що непрозорість – типовий наслідок переінтерпретації, що нерідко здійснюється за унікальними правилами. Наведені раніше приклади переінтерпретації можуть бути прикладом непрозорості, оскільки можна вважати, що немає стандартних правил, що дозволяють вивести актуальне значення даного виразу із значень складових.

Науковці зауважують, що переінтерпретовані вирази далеко не завжди мають властивість непрозорості. У низці випадків для актуального значення можуть бути залучені різноманітні знання принципів, що визначають висновки, які здійснюються при розумінні мовних виразів у дискурсі, а також знання про типові метафоричні моделі типу *Життя є гра*, *Подія є рух*, *Життя є шлях* [Гузикова 2004].

На нашу думку, ускладнення дескрипції також призводить до непрозорості результуючого виразу. Будь-яка розгорнута дескрипція може розглядатися як ускладнена та більш ідіоматична. Ускладнення дескрипції притаманно виразів типу *in black and white* - *A black-and-white subject or situation is one in which it is easy to understand what is right and wrong: Disarmament isn't a **black-and-white** issue*

*for me., black and blue – with dark marks on your skin caused by being hit or having an accident: His arm was **black and blue** [Longman Dictionary].*

Важливо, що багато випадків переінтерпретації призводять до ускладнення дескрипції. Ідіоми зі значенням "несподівано" - *out of the blue, a bolt from the blue* представляють собою складніший спосіб вказівки на денотат, ніж висловлювання *all of a sudden, unexpectedly*.

Ускладнення дескрипції часто здійснюється за рахунок використання редуплікації в рамках одного виразу (*whiter than the white*). У ряді випадків ми стикаємося з імітацією природного діалогу. У виразах типу *What/Why/Who... the blue blazes (a slang expression referring to the fires of Hell, and blue is an alliterative intensifier. The use of blue blazes is meant to express extreme confusion, surprise, or aggravation. The interesting thing is that it's more often heard in the US than in other English speaking countries)* [New Webster's Dictionary] редуплікація заснована на імітації висловлювань зі структурою та лексикою, характерних для побутового дискурсу. Дуже часто ідіоматичність виникає через усічення повної форми сталого вираза. У цьому випадку можна говорити про непрозорість редукованої форми. Фразеологізм *the red carpet (a long, red floor covering that is put down for an important or famous person when they go on an official visit or attend a special event: **The red carpet** has been laid out for 48 leaders who will be attending the conference. She felt like an Oscar nominee getting out of her limo and walking down **the carpet** [Longman Dictionary]*, утворений внаслідок опущення дієслівного компонента словосполучення *to roll out the red carpet*.

Можна дійти висновку у тому, що терміни «стійкість» і «ідіоматичність» щодо фразеології носять комплексний характер.

Спираючись на визначення фразеологізму, дані В. В. Виноградовим, М. М. Шанським, О. В. Куніним, В. Н. Телія, В. В. Гузиковою, І. А. Мельчук у нашому дослідженні ми будемо використовувати наступне визначення фразеологічної одиниці :

Фразеологічна одиниця – це існуюча в лексичній системі мови на даному етапі її історичного розвитку комбінація мінімум двох словесних знаків, що характеризується *роздільнооформленістю, номінативністю, стійкістю, ідіоматичністю та конотативністю*. При цьому *стійкість* – це обмеження на утворення варіантів, а *ідіоматичність* - це переінтерпретація значення фразеологізму.

1.2 Поняття колірної картини світу. Колір як культурний символ в комунікативному процесі

Становлення картини світу в історичній перспективі проходить шлях від початкової точки пізнання (міфологічної, наївної) до наукової, що утворює відносно адекватне уявлення людини про світ [Апресян 2006, с. 56]. З цього погляду можна передбачити аналогічність становлення та формування колірної картини світу, яка розширювала та видозмінювала свої кордони відповідно до меж тих знань, які набувала людина у процесі своєї практичної діяльності.

Колірні картини світу має свою історію становлення і являє собою один із багатьох фрагментів пізнавальної діяльності людини. Вона є результатом не тільки тривалого спостереження й аналізу людиною навколишнього середовища, а й творчого осмислення нею самого процесу пізнання, усвідомлення того, що Всесвіт – не простий набір предметів та ознак, які його складають, а що саме вона – людина, є його основною сутністю [там само, с. 218].

Можна лише припустити як формувалася модель колірної картини світу у людини, але безсумнівний факт, що в основі цього процесу – споконвічний діалог людини із навколишнім середовищем, її намагання розкрити внутрішню природу світу через його зовнішні прояви.

Передбачаючи існування певного «негласного консенсусу» та психологічної значущості окремих кольорів, можна дотримуватися думки, яку висловили Б. Берлін і П. Кей. Ці вчені порівняли точні визначення базових кольоропозначень 20 різних мов і, базуючись на цих знаннях, проаналізували описи кольорів у 78 інших мовах. Дослідники стверджують, що існують універсалії в семантиці кольоропозначень і виокремлюють 11 основних кольорів. Ці кольоропозначення перебувають у відповідній ієрархії [Базыма 2001, с. 21].

Колірну картину світу можна уявити гетерогенною системою, різномірність набору елементів якої визначає хід усього історичного розвитку людства. Неоднорідність елементів цієї системи – це результат осмислення людиною свого буття в оточенні колірної реальності, усвідомлення кольору як ключового, системо-формульовального елементу культури у певну епоху.

У світоглядній системі людини у різні часи колір займав позицію, яка відтворювала поступ людської думки, особливості суспільно-культурного життя, вияви реалізації свідомого та підсвідомого на основі біопсихологічної моделі індивіда [там само, с. 103].

Отже, розгляд назв кольору у різних мовах показує, що існує більша схожість між ними у географічно віддалених та неспоріднених мовах, ніж це можна пояснити простою випадковістю, запозиченням чи деякими мовними взаємозв'язками. Це свідчить про універсальну тенденцію існування співвідношення між значенням, поняттям та фонологічною формою. Його функціонування не є абсолютним, проте обмежує вибір використаних звуків та підвищує вірогідність того, що певні зразки слів будуть використані для певних понять, особливо якщо ці поняття чітко визначені та загальновизнані.

Дослідження всіх слів без визначеного порядку щодо колірної належності, тобто з урахуванням значення лише за фонологічною (звуковою) подібністю, констатує той факт, що у більшості випадків групування слів за схожістю зближує слова одного значення. Тенденцію до подібності між колірною

властивістю і звуками можна пояснювати запозиченнями. Однак запозичення основних колірних слів зустрічається рідко, тому отримана звуко-колірна подібність є закономірним явищем [Белый 1994, с. 18].

Отже, існує універсальна тенденція зв'язку між значенням слова, поняттям і фонологічною формою. Вивчення асоціацій між фонемними та колірними властивостями доцільне з погляду поняттєвих аспектів мовних звуків.

Досліджуючи звуко-колірну залежність у мовах, зазначимо, що цей процес не є незмінним або стабільним. Звуко-колірна палітра може змінюватися, особливо в поетичній мові, де символічне сприйняття світу змінне, з урахуванням літературно-мистецьких течій.

Однак П. Кей зазначає, що з експресіонізмом розпочинається нова фаза колірного сприйняття у ліриці. Колір передає не реальне позначення дійсності, а пов'язується із символічними уявленнями. Колірні комбінації знаходимо ще у поетів-романтиків, які «винайшли також синестезію». Колір має свою символічну цінність, однак перебуває у традиційних вимірах: чорний – сум, білий – невинність, червоний – любов [Кау 2001 1994, с. 118].

Експресіонізм змінює значення й цінність колірних відчуттів. Так, британський культуролог і лінгвіст Р. Гібс називає понад 20 сфер значення блакитного кольору: колір романтиків, колір безкінечності, мрії, колір ночі, вірного кохання, св. Марії, колір миру, холоду, води, колір королів [Gibbs 1993].

Властивість звуків викликати колірні образи – лінгвістичний факт, який потребує тільки універсалізації. Дослідження цього явища свідчать, що звуко-колірні відповідності є наслідком складних психоемоційних процесів, що відбуваються у свідомості людини і дозволяють тонко, завуальовано, а іноді і об'єктивніше охарактеризувати той чи інший літературно-мовний образ явища. Зафіксовані певні розбіжності у колірному сприйнятті та звуко-колірних асоціаціях представників споріднених та віддалено споріднених мов.

Ґрунтовно колір, як фізичне явище, описав Р. Кук. Саме він виділив у спектрі 7 основних кольорів, виміряв довжину різних світлових хвиль, які й викликають кольорові відчуття. Однак говорити про колір як про щось визначене не можна. Це зумовлено неоднаковим сприйняттям цього явища різними людьми [Cook 1974].

Не менш дискусійним у мовознавстві видається взаємовплив та зв'язок кольору зі звучанням. Перші спроби встановити будь-які закономірності у їх співвідношенні здійснені ще у середньовіччі, але більш наукові обґрунтування даної проблеми знаходимо тепер у художників слова та лінгвістів.

Отже, численні зв'язки між мовною формою та кольором піддаються неоднозначному узагальненню. Можна розрізнити зв'язки як внутрішні, так і зовнішні, а вони, у свою чергу, поділяються на мотивовані та немотивовані. Зовнішньо мотивовані зв'язки можна поділити на фонетично мотивовані та мотивовані словотворчим процесом. Внутрішньо мотивовані розпадаються на мотивовані метафорично та мотивовані внутрішньою формою мовних одиниць, яка є або очевидною, або відновлюється етимологічним шляхом [Кау 2001].

Отже, проаналізувавши таку проблему як колірна картина світу, ми можемо зробити певні висновки, а саме такі: колірна картина світу – це система понять, характерна для кожної мови, за допомогою якої носії мови сприймають (класифікують, інтерпретують) світ. Вивчення колірної картини світу – це шлях до кращого пізнання власне специфіки будь-якої мови, розуміння системи уявлень окремого народу, його самобутності та ментальності. На всіх етапах історичного розвитку як мови, так і самого народу колірна картина світу набуває нових видозмін, дослідження яких допоможе чіткіше та глибше поглянути на причини та особливості еволюції окремого соціуму. Вивченням колірної картини світу окремого народу, а також проведенням порівняльних досліджень кількох мов, займаються нині такі науки як етнолінгвістика, соціолінгвістика, психолінгвістика та інші. Це є новий, оригінальний і перспективний напрям

розвитку, що сприяє застосуванню комплексного підходу до вивчення мови та лінгвокультурних особливостей різних народів, поєднує в собі методи, властиві кільком наукам (лінгвістиці, фольклору, етнографії, психології тощо), – і внаслідок цього ми маємо новий погляд на традиції народу, специфіку його мови та мислення.

Картина світу - це те, що йде передусім від людини, плід її сприйняття, фантазій, мисленневих процесів і перетворювальної діяльності. Всесвіт як всеохопний світ є для людини всеосяжним предметом пізнання. Разом з тим світ - це й сама людина, коли йдеться про внутрішні її світовідчуття, переживання, розумову діяльність, невіддільну від мови як способу організації інформації про сам світ, а ширше - всесвіт. Тому феномен світу, пізнаного через мову, постає для людини передусім таким, яким постає для неї її мова.

Колір займає в людському житті й свідомості одне з центральних місць. Як зазначає С. Вілер, кольори – це не лише прикраса нашого існування: вони здійснюють глибокий вплив на наш характер і слугують ряду об'єктивних цілей. Таким чином, кольори у житті взагалі, а зокрема в галузі релігії, мистецтва і науки, техніки, а також торгівлі й бізнесу, відіграють велике значення [Wyler 1992].

Психологія кольорів давно показала, що кольори по-різному впливають на людей. Вони можуть викликати в людини різноманітні реакції та асоціації – цілком автоматичні й несвідомі.

Символічні впливи виникають із узагальнення, абстракції психологічних впливів кольору. Тому психологічний та символічний вплив тісно пов'язані один з одним. Світ, у якому ми живемо, є світом знаків. Тому в природі існує безліч знакових систем, якими послуговуються люди у своєму житті. І вони (знакові системи) упродовж багатьох віків настільки міцно вкоренилися в людській свідомості, що, користуючись ними, *homo sapiens* над цим вже навіть не

замислюються. Вони існують в природі об'єктивного, незалежно від того, спостерігає їх людина чи ні.

Н. Д. Арутюнова вважає, що знаки – це неминуча форма зв'язку людини із зовнішнім світом і зі схожими на себе Символи є невід'ємною складовою будь-якої культури. Вони є дуже стабільними її одиницями, і саме завдяки цій стабільності функціонують як елементи культурного коду. Люди реагують у навколишньому світі на штучно створені маркування, знаки та сигнали. При цьому кольори (як знаки й сигнали) неодноразово виконують життєво-важливі функції, як це буває у випадку співіснування серед тварин [Арутюнова 1988].

Безумовно, що кольори як символно-знакова система займають в житті людей неабияке значення. Якщо люди живуть у прямому зіткненні з природнім середовищем і повинні скеровувати себе у своєму способі життя за таким зразком, то детальне спостереження за навколишнім життєвим простором має для них життєво важливе значення. Вони повинні вміти читати і тлумачити мову знаків природи, якщо хочуть вижити. Кольори є важливою складовою цієї мови знаків [Базыма 2001].

Однією з найважливіших функцій кольорів як символів є комунікативна функція, тобто здатність задавати певні норми комунікації, специфічні форми спілкування всередині якої-небудь культури. Також важливою є роль символу як транслятора соціальної пам'яті. Символ є одним із засобів передачі культурного спадку [Белый 1994].

Кольорам приписувалася сила і значення завдяки їхній функції орієнтаційного знаку. Ми користуємося кольорами як засобом кодування – у мистецтві, в рекламі, в моді, а також у різних видах літератури. Колір набуває значення, стає символом, коли вказує на щось інше, коли унаочнює щось невидиме, коли репрезентує щось відсутнє. Проте це можливо лише в тому разі, коли між символом і тим, що він означає, існує реальне відношення. Через

асоціативні зв'язки багато кольорів пов'язані з певними ідеями, а залишки цієї традиційної колірної символіки поширені майже серед усього народу [там само].

Люди завжди виходили з того, що кожен з кольорів повинен щось відкрити й донести. Під певним аспектом колір є атрибутом, який не лише класифікує об'єкти робить їх упізнаваними, а й об'єктивно відділяє їх один від одного». Кольори використовуються як носії певних закладених значень і можуть бути символами, знаками, а також просто ознаками розрізнення.

Свій початок колірна символіка взяла з різних галузей людського життя. Під символікою кольорів розуміють звичай, який складався у різні часи серед різних народів, використовувати кольори в символічному значенні. Як зазначає Д. Глаголев, початки свої колірна символіка бере зі спостереження реального і фактичного, від тіні й світла, дня і ночі, від кольорів тіла та їхніх змін в стані афекту, під час хвороби чи смерті [Глаголев 1992].

Незаперечним залишається і той факт, що колірна символіка дуже тісно пов'язана і з виглядом людського обличчя. Одним із найбагатших джерел колірної символіки є, звісно, і природа зі своїми численними явищами та виявами. Також вагому роль відіграли у вкоріненні колірної символіки і квіти. Були навіть створені системи колірних символів [там само].

У різних народів у різний час за тих самих умов виникають різні почуття. Загалом відомо, що кольори здійснюють на нас різний вплив. Закон асоціацій пояснює символічне застосування кольорів. Проте через самі лише асоціації не завжди можна пояснити суб'єктивний вплив кольору. Як могло статися так, що в культурах різних народів, у різний час і в різних місцях, з різними психічними і духовними рисами, чорний є кольором смутку, а білий – кольором любові й радості? О. Деменюк вважає, що все ж щось повинно перебувати в сутності відчуття кольору, який сприймається, що має цей чуттєвий тон як наслідок [Деменюк 2007].

Г. Івенсф зазначає, що асоціації, думки й ідеї, які викликають колірні враження в людини, часто є спонтанними і базуються на схожості з речами природного навколишнього середовища. В історичній перспективі можна встановити, що колірно-символічні комплекси сформувалися частково культурно-специфічно, частково включаючи культуру, частково пов'язуючись із часом, частково пов'язуючи час [Івенс 2008].

Історія, звичаї і традиції, без сумніву, здійснюють значний вплив на людину, а в даному разі на сприйняття нею кольорів. Різний спосіб життя у різних культурах спричинив і різноманітний вплив кольорів на людей та різне сприйняття людьми кольорів. Тобто, часто один і той же колір в різних культурах має абсолютне протилежні один одному значення. Тому сприйняття того чи іншого кольору має власні національні особливості, а культурні фактори відіграють під час сприйняття кольору винятково важливу роль. І. Мельчук зазначає з цього приводу, що мовне кодування колірних найменувань відрізняють між окремими мовами. Життєві умови, мовні традиції та функції повідомлення втікають усередину вербального кодування відчуттів кольору [Мельчук 2022].

На думку науковців, знак може виникати та функціонувати лише в рамках існуючої мови. Тому, в будь-якому випадку, змісти, які приписують кольорам, можуть вказуватися і розумітися лише тими людьми, які знають про цей порядок. У цьому контексті, на нашу думку, слід згадати і слова О. Белого про те, що символ завжди існує в контексті певної культури, поза яким його смислове наповнення зрозуміти неможливо. Завжди слід пам'ятати про свідомість носіїв певної культури, в якій конституюється смислове наповнення символу [Белый 1994].

Звісно, упродовж історії існування людства виникли певні усталені норми, внаслідок яких у людей, які дивляться на певні кольори, виникають схожі асоціації. Проте не можна також стверджувати, що у всіх людей, при погляді на один і той же колір, обов'язково виникатимуть одні й ті ж асоціації. Але єдність

в інтерпретації символів беззаперечно існує, бо інакше вони б не володіли такою консолідуючою силою

Як зазначає Н. Ганіна, щоденна розмовна мова послуговується позначеннями кольорів менше для того, аби розмальовувати ними картини, а скоріше для того, аби коротко, влучно і чітко описати щось таке, що знає кожен чи з досвіду, чи як сталий мовний вираз, культурне походження якого стало неважливим у порівнянні з цінністю практичного застосування як чітко характеризуючого засобу спілкування [Ганіна 2007].

Тобто, кольори є дуже дієвими засобами для унаочнення думок. І саме через те, що кольори в людському житті завжди відігравали важливу роль, і спричинило великою мірою виникнення фразеологічних одиниць з компонентом кольору, які, як відомо використовуються сьогодні носіями різних культур і в літературі, і в журналістиці, і в політиці, і в повсякденному спілкуванні.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку філологічних дисциплін підвищився інтерес науковців до вивчення символіки. Символіка народжувалася разом з обрядами і міфами (здебільшого через ці обряди). Вона була найдавнішою мовою, на якій людина «записувала» найвищі смисли і цінності своєї культури, своєї традиції, її святині. В якомусь розумінні символіка старша від усіх «оформлених» релігій і звісно старше усіх ідеологій. А якщо старше – значить більш довговічна. Ось чому символіка має таке велике значення і сьогодні. Більше того: в часи руйнування ідеологій, в часи релігійних і національних відроджень – неодмінно відроджується, актуалізується, «прокидається» і символіка. А звідси прокидається і новий інтерес до неї.

Будь-яка культура створює свою власну систему символів і надає кожному символу відповідні значення. Принциповим є співвіднесення символу із змістом культурної інформації, яку він передає. Символ містить в собі узагальнений принцип подальшого розгортання згорнутого в ньому змісту, тобто символ може розглядатися як специфічний фактор соціокультурного кодування інформації і

одночасно – як механізм передачі цієї інформації. Символ – явище специфічно національне. Семантика символу виявляється лише в контексті світоглядної традиції певного народу, через що носій іншої культури не може декодувати символ. Процес створення символу тісно пов'язаний із співвідношенням у мовній одиниці денотативної та фонової інформації, причому фонова інформація переважає.

Найважливішою властивістю символу є його образність. Саме тому символ треба розглядати через образ. Будь-який символ є образом, але образ можна вважати символом лише за певних умов. Символ супроводжують високі смисли, в той час як образ може асоціюватись із об'єктом будь-якого рівня. Якщо перехід від образу до метафори викликаний семантичними і художніми потребами, то перехід до символу (і від образу, і від знака) визначається факторами екстралінгвістичного характеру. Символ має вищий семіотичний статус, ніж образ. Це пов'язане з тим, що символ частіше інтерпретується у термінах культури.

У працях сучасних дослідників національної символіки було закладено міцні підвалини розуміння цього явища як важливого чинника творення національно-культурної картини світу. Без теорії символів наші уявлення про національно-культурний компонент кожної мови були б неповними і недосконалими.

Встановлення співвідношення різних символів між собою, які, як показує дослідження, не тільки різноманітні і примхливі, але, прямо можна сказати, непрозорі, також є дуже важливим питанням, яке потребує вирішення. Скрізь у цих типах зберігається основна особливість символу, що зводиться до вказівки на невідомі предмети шляхом якої-небудь ясної і цілком відомої конструкції. Але ця основна особливість символу скрізь різна в залежності від тих областей, де символ функціонує. Розглядаючи символ в тій чи іншій області пізнання або дійсності, ми помічаємо, що, одного разу його встановивши, ми тут же бачимо і всі наслідки, які звідси витікають. Тому на противагу безпосереднього опису

елементів поняття символу необхідним є вивчення тих смислових після-послідовностей, які виникають при функціонуванні символу в різних областях і це все є не що інше, як вчення про типи символів.

Колірна картина світу – це система понять, характерна для кожної мови, за допомогою якої носії мови сприймають (класифікують, інтерпретують) світ. Вивчення колірної картини світу – це шлях до кращого пізнання власне специфіки будь-якої мови, розуміння системи уявлень окремого народу, його самобутності та ментальності.

На всіх етапах історичного розвитку як мови, так і самого народу колірна картина світу набуває нових видозмін, дослідження яких допоможе чіткіше та глибше поглянути на причини та особливості еволюції окремого соціуму. Вивченням колірної картини світу окремого народу, а також проведенням порівняльних досліджень кількох мов, займаються нині такі науки як етнолінгвістика, соціолінгвістика, психолінгвістика та інші. Це є новий, оригінальний і перспективний напрям розвитку, що сприяє застосуванню комплексного підходу до вивчення мови та лінгвокультурних особливостей різних народів, поєднує в собі методи, властиві кільком наукам (лінгвістики, фольклору, етнографії, психології тощо), – і внаслідок цього ми маємо новий погляд на традиції народу, специфіку його мови та мислення. Картина світу - це те, що йде передусім від людини, плід її сприйняття, фантазій, мисленневих процесів і перетворювальної діяльності. Всесвіт як всеохопний світ є для людини всеосяжним предметом пізнання. Разом з тим світ - це й сама людина, коли йдеться про внутрішні її світовідчуття, переживання, розумову діяльність, невіддільну від мови як способу організації інформації про сам світ, а ширше - всесвіт. Тому феномен світу, пізнаного через мову, постає для людини передусім таким, яким постає для неї її мова.

Символи є невід’ємною складовою будь-якої культури. Вони є дуже стабільними її одиницями, і саме завдяки цій стабільності функціонують як

елементи культурного коду. Безумовно, що кольори як символно-знакова система займають в житті людей неабияке значення. Якщо люди живуть у прямому зіткненні з природнім середовищем вони повинні вміти читати і тлумачити мову знаків природи, якщо хочуть вижити. І саме кольори є важливою складовою цієї мови знаків.

1.3 Способи та засоби перекладу фразеологізмів

У фразеологізмах знаходить відображення історія народу, своєрідність його культури та побуту. Фразеологізми часто мають яскраво національний характер. Так, наприклад, поряд із суто національними фразеологізмами в англійській фразеології є багато міжнародних фразеологізмів. Англійський фразеологічний фонд – складний конгломерат споконвічних та запозичених фразеологізмів з явною перевагою перших. У деяких фразеологізмах зберігаються архаїчні елементи – представники попередніх епох. Фразеологізми – високо інформативні одиниці мови. Це одна з мовних універсалій. Саме тому питання перекладу фразеологічних одиниць має особливу важливість у науці перекладу.

Існують різні думки про те, як слід перекладати художній твір з мови оригіналу. Дехто вважає, що виражене автором має бути перевиражене перекладачем; інші пропонують іноді віддалятися від слів оригіналу навмисне для того, щоб бути до йому ближче; треті кажуть, що не слід перекладати слова, і навіть іноді сенс, головне – треба передавати враження; останні закликають перекладати сміх – сміхом, усмішку – усмішкою і т. д. [Newmark 1981].

Але водночас – і це не суперечить принципу перекладності (оскільки частина сприймається лише у складі цілого) – у будь-якому художньому творі є

такі елементи тексту, які, умовно кажучи, перекласти не можна. У цьому випадку йдеться про неможливість формального перекладу. Однією з категорій «неперекладного» є фразеологія. Вона представляє виняткову важливість для науки перекладу, оскільки в «шкалі неперекладності» або «важкоперекладності» фразеологізми, або фразеологічні одиниці, займають ледве чи не перше місце: «неперекладність» фразеології відзначається всіма фахівцями серед характерних ознак стійких одиниць; і що найголовніше – з труднощами перекладу фразеологізмів щокроку стикається перекладач-практик.

Щоб у теоретичному плані говорити про прийоми перекладу фразеологізмів, потрібно всю фразеологію даної мови розкласифікувати за якимось обґрунтованим критерієм на групи, у межах яких спостерігався як переважний той чи інший прийом, той чи інший підхід до передачі фразеологічних одиниць.

Багато авторів як вихідну точку беруть лінгвістичні класифікації, побудовані в основному на критерії нерозкладності фразеологізму, злитості його компонентів, залежно від якої та від ряду додаткових ознак – мотивування значення, метафоричності і т. ін., визначається місце фразеологізмів в одному з наступних розділів: фразеологічні зрощення (ідіоми), фразеологічні єдності (метафоричні одиниці), фразеологічні поєднання та фразеологічні вирази (Ш. Баллі, В. В. Виноградов, Б. А. Ларін, Н. М. Шанський).

Показовою щодо творчого використання такої класифікації теоретично і практиці перекладу є роботи А. Федорова [Федоров 2022]. Розібравши основні на той час (1968) лінгвістичні схеми, він зупиняється на запропонованій В. В. Виноградовим та осмислює її з погляду перекладознавства. Наприклад, він зазначає відсутність точних кордонів між окремими рубриками, різний ступінь вмотивованості, прозорості внутрішньої форми та національної специфічності єдностей, які можуть вимагати від перекладача приблизно такого ж підходу, як ідіоми.

Вважається, що можливості досягнення повноцінного словникового перекладу фразеологізму залежать в основному від співвідношень між одиницями вихідної мови та мови перекладу:

- 1) фразеологізм має у перекладі точний, який залежить від контексту повноцінний відповідник (сміслове значення + конотації);
- 2) фразеологізм можна передати на мову перекладу тим чи іншим відповідником, зазвичай з деякими відступами від повноцінного перекладу;
- 3) фразеологізм немає у мові перекладу ні еквівалентів, ні аналогів і є неперекладним у словниковому порядку [Федоров 2022].

Дещо спрощуючи схему, можна сказати, що фразеологізм перекладають або фразеологізмом (перші два пункти) - фразеологічний переклад, або іншими засобами (за відсутністю фразеологічних еквівалентів та аналогів) - нефразеологічний переклад. Між ними є безліч проміжних, середніх рішень, наприклад, залежно від деяких характерних ознак та видів фразеологізмів (образна – необразна фразеологія, фразеологізм дослівного типу), переклад з урахуванням стилю, колориту, мови, авторства окремих одиниць тощо.

Аспекти повніше представляють проблему перекладу фразеологізмів, розширяють і полегшать вибір найбільш відповідного прийому.

Розглянемо спочатку фразеологічний переклад. Фразеологічний переклад передбачає використання у тексті перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею мови оригіналу та перекладу – від повного та абсолютного еквівалента до приблизної фразеологічної відповідності.

Щоб говорити далі про цей спосіб перекладу, дамо визначення фразеологічного еквіваленту. Фразеологічний еквівалент – це фразеологізм на мові перекладу, за всіма показниками рівноцінний одиниці, що перекладається. Як правило, незалежно від контексту, він повинен мати такі ж денотативні і конотативні значення, тобто між співвідносними фразеологізмами не повинно бути відмінностей щодо змісту, стилістичної віднесеності, метафоричності та

емоційно-експресивного забарвлення, вони повинні мати приблизно однаковий компонентний склад, мати ряд однакових лексико-граматичних показників: сполучуваність (наприклад, щодо вимог образності), належати до однієї граматичної категорії, мати однакові функціональні характеристики. Йдеться, по суті, про повну та абсолютну еквівалентність.

Неповним (частковим) фразеологічним еквівалентом називають таку одиницю мови перекладу, яка є еквівалентом, повним та абсолютним, співвідносним з одиницею мови оригіналу, але не у всіх її значеннях.

Наприклад, *Slaughter of the Innocents*, відомий біблеїзм, якому повністю відповідає в українській мові *побиття немовлят*, але ця українська одиниця є лише частковим еквівалентом, тому що в англійській мові фразеологізм має ще одне значення – *жарг. нерозгляд законопроектів через брак часу (Наприкінці парламентської сесії)*» [Шепелева 2022].

Часткових еквівалентів порівняно небагато, оскільки взагалі явище багатозначності менш притаманно фразеології. Набагато частіше трапляються випадки відносної фразеологічної еквівалентності. Відносний фразеологічний еквівалент поступається абсолютному лише в тому, що відрізняється від вихідного фразеологізму за яким-небудь із показників: має інші, часто синонімічні компоненти, невеликі зміни форми, іншу синтаксичну будову і т. ін. В іншому він є повноцінною відповідністю у перекладі. Різниця може бути, наприклад, у поєднанні компонентів, у неоднаковому лексико-семантичному змісті окремих компонентів.

В інших випадках еквівалент може відрізнитись від вихідної фразеологічної одиниці за компонентним складом; наприклад, один і той самий образ може бути виражений економніше чи просторіше. Образи можуть бути дуже близькими. Але образи двох аналогів можуть не мати між собою нічого спільного, що не заважає еквівалентам виконувати свою функцію у перекладі.

У принципі, можливість передавати фразеологізми аналогами з образністю, яка зовсім не має точок дотику в оригіналі і перекладі, пояснюється головним чином тим, що здебільшого це стерті або напівстерті метафори, що не сприймаються або, швидше, сприймаються підсвідомо носієм мови. Ступінь яскравості образу – від дуже низької до нульовий у фразеологічних зрощень, а єдності більш висока, але рідко досягає інтенсивності у вільному поєднанні – є однією з головних передумов для вибору прийому перекладу між аналогом та калькою [Jakobson 1992].

Зрештою, надзвичайно часті відмінності, що виникають у випадках використання таких прийомів перекладу, як різного роду трансформації типу антонімічного перекладу, конкретизації та генералізації, яким, подібно до лексичних, піддаються і фразеологічні одиниці.

До фразеологічних можна умовно віднести і індивідуальні еквіваленти. Не знаходячи в перекладі повної відповідності, перекладач іноді змушений вдаватися до словотворчості, оформлюючи одиниці, що перекладається, і створюючи свій фразеологізм, який максимально що нагадує «природний». Якщо таку «підробку» читач прийме, значить вдалося передати зміст і стиль одиниці, що перекладається.

Індивідуальні фразеологізми, якщо вони майстерно «створені», мають показники звичайної фразеологічної одиниці, відрізняючись від неї лише одним, найважливішим показником - вони не відтворюються. Тому тут йдеться про контекстуальний переклад [Шепелева 2022].

Дослідники вважають, що фразеологічні еквіваленти та аналоги зустрічаються найчастіше у наступних групах стійких одиниць.

Наприклад, міжнародна фразеологія – фразеологізми, які увійшли у мови багатьох народів з історичних (переважно античних), міфологічних, літературних джерел, запозичувалися з мови в мову або виникали у різних народів незалежно одні від інших унаслідок спільності людського мислення, близькості окремих

моментів соціального життя, трудової діяльності, виробництва, розвитку науки та мистецтв.

Багато з таких одиниць відносяться до крилатих виразів. Серед них є чимало пов'язаних з історичними чи міфологічними особистостями. Наприклад, *англ. - Achilles* ', *укр. - Ахіллесова п'ята*.

Однієї приналежності фразеологізму до міжнародних недостатньо, щоб забезпечити його правильний переклад. По-перше, далеко не всі, що увійшли в одну мову «інтернаціональні одиниці» є й інших мовах. По-друге, незважаючи на однаковий шлях перекладу – калькування, між еквівалентами все ж таки відзначаються незначні формальні відмінності (словосполучення - складне слово, прийменникова - безприймєнникова конструкція, різні суфіксація і т. д.), а це іноді істотно ускладнює роботу перекладача. По-третє, хоч і порівняно рідко, але еквівалентів може бути більше одного і тоді перекладач не може автоматично замінити свою одиницю еквівалентною. Усі ці нюанси пред'являють перекладачеві жорсткі вимоги: перевіряти у словниках кожний сумнівний випадок [Jakobson 1992].

Іншою групою фразеологізмів, які мають еквіваленти є стійкі порівняння. У багатьох народів кажуть: співає як соловей, сміливий як лев, впертий як осел, п'яний як свиня і т. д. Але для тих же якостей поряд з цими образами є інші, незвичні для перекладу.

Порівняння з «солов'ями» явно не підійде для країн, де його не знають, і перекладач має дуже добре подумати, перш ніж запровадити незвичний образ.

Цього ж вимагають інші порівняння – перекладати своїм, звичним, чи зберегти «екзотичне»: наприклад, англійці та французи бачать упертість швидше у мула, а осел є також символом дурості; що стосується пияцтва, то поряд зі свинею у різних народів фігурує чимало інших образів. Тому не завжди фразеологізм можна відтворити еквівалентом або аналогом і часто потрібно використовувати нефразеологічний переклад [Шепелева 2022].

Нефразеологічний переклад передає фразеологізм за допомогою лексичних, а не фразеологічних засобів. До нього вдаються зазвичай, лише переконавшись, що жодним із фразеологічних еквівалентів або аналогів скористатися не можна. Такий переклад, враховуючи навіть компенсаційні можливості контексту, важко назвати повноцінним: завжди є деякі втрати (образність, експресивність, конотація, афористичність, відтінки значень), що і змушує перекладачів звертатися до нього лише у разі крайньої потреби [Федоров 2022].

До нефразеологічного перекладу відносять:

1. Лексичний переклад. Суто лексичний переклад застосовується, як правило, у тих випадках, коли поняття позначено однією мовою фразеологізмом, а іншою – словом. Так, багато англійських дієслів, виражені словосполученнями, можна передати їх лексичним еквівалентом: *set або put on - запалити, catch fire - запалитися, загорітися*.

Такому перекладу, хоч і не зовсім без втрат, піддаються фразеологізми, у яких в є слова синоніми. Це переважно ідіоми, тобто поєднання, що позначають предмети чи поняття. На відміну від «однослівного» і ближче до того, що називають вільним перекладом, змістовий фразеологізм може бути передано змінним словосполученням. Такі переклади цілком задовільно виконують свою роль у словнику, вказуючи точне семантичне значення одиниці. Однак у контексті будь-яка відповідність має набути «фразеологічний вигляд» або, щонайменше стилістичне забарвлення та експресивність, близькі до оригінальних [Шепелева 2022].

Одним словом, і при лексичному перекладі фразеологізмів треба завжди прагнути наблизитися до фразеологічного, передати хоча б окремі його елементи.

Калькування, або дослівний переклад, вважають за краще зазвичай у тих випадках, коли іншими прийомами, зокрема фразеологічними, не можна передати фразеологізм в цілості його семантико-стилістичного та експресивно-

емоційного значення, а з тих чи інших причин бажано «довести» до читача образну основу.

Калькування можливе лише тоді, коли дослівний переклад може довести до читача справжнє зміст всього фразеологізму (а не значення окремих його складових). Це можливо, по-перше, щодо образних фразеологізмів, головним чином фразеологічних єдностей, що зберегли метафоричність; калькувати можна, по-друге, прислів'я і, насамперед, такі, які не мають підтексту. Цим прийомом можна, по-третє, передати деякі стійкі порівняння, але тільки переконавшись, що носій мови перекладу сприйме їх правильно.

Використовується також описовий переклад, який зводиться, по суті, до перекладу не самого фразеологізму, а його тлумачення, як це часто буває взагалі з одиницями, які не мають еквівалентів. Це можуть бути пояснення, порівняння, описи, тлумачення – всі засоби, що передають у максимально ясній та короткій формі зміст фразеологізму, все з тим самим постійним прагненням до фразеологізації [Кунин 1970].

У контексті цей шлях перекладу самостійного значення не має. Говорячи про прийоми перекладу фразеологізмів та вибір між ними залишається обумовити ще два поняття: контекстуальний переклад та вибіркового переклад.

У застосуванні контекстуального перекладу до фразеології О. Кунін користується терміном «обертональний переклад», а Я. Рецкер – «контекстуальна заміна». Найчастіше про контекстуальний переклад ми згадуємо, звичайно, за відсутності еквівалентів та аналогів – коли фразеологізм доводиться передавати нефразеологічними засобами [Шепелева 2022].

Вибірковий переклад розглядається не як переклад «стійкого поєднання слів через один з можливих фразеологічних синонімів», а дещо ширше – як неминучий початковий етап будь-якого перекладу стійкого поєднання, та й перекладу взагалі. Вибирають, спираючись зазвичай на словникові (відомі, загальноприйняті – за ними не обов'язково звертатися до словника) відповідності,

насамперед варіанти, тобто синоніми або близькі значення багатозначних фразеологізмів. При виборі враховуються всі показники вихідної фразеологічної одиниці [Федоров 2022].

Отже, ми розглянули основні способи та прийоми перекладу фразеологізмів. Ми побачили, що пов'язані з цим проблеми розглядаються різними лінгвістами по-різному, рекомендуються різні методи перекладу, зустрічаються думки, що не збігаються. Основними прийомами є фразеологічний переклад (використання еквівалентів або аналогів), нефразеологічний переклад (лексичний переклад, калькування, описовий переклад) У різних ситуаціях можуть знадобитися різні підходи. Але основна роль тут належить особистості самого перекладача. Він має відчутти себе частиною тієї культури, мовою представників якою написаний той чи інший текст, повинен ужитися в нього, зробити єдино можливий і в той же час неповторний варіант перекладу. Для цього йому необхідно інтегрувати у своє мислення всю величезну сукупність реалій чужої культури, і зрозуміти чужі думки, використовуючи при цьому всю могутність і багатство мови.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ, СПОСОБИ ТА ЗАСОБИ ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

2.1 Характеристика англomовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення

Матеріалом цього дослідження є 205 фразеологічних одиниць англійської мови, відібраних з вилучених з одномовних і двомовних словників: англо-українського фразеологічного словника, який укладено К. Т. Баранцевим і Longman Dictionary of English Idioms.

В результаті аналізу у складі фразеологізмів з компонентом кольору в англійській мові було виділено 9 груп: фразеологізми з кольоропозначенням *black, blue, brown, green, grey, red, pink, white, yellow*. На думку дослідників, саме чорний, синій, коричневий, зелений, сірий, червоний, рожевий, білий та жовтий кольори є базовими, фокальними кольорами (focal colours) [Яворська 1998, Kay 2001].

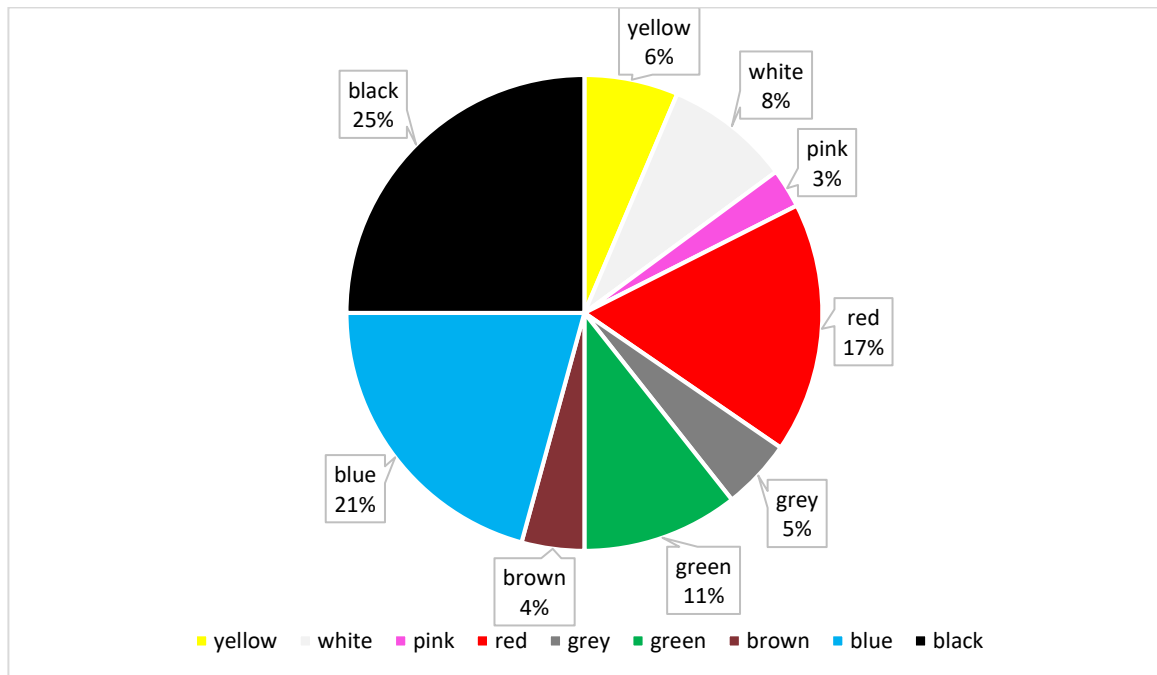
За кількісним складом фразеологізми розподілилися по компонентам таким чином:

- ✓ *black* (47 одиниць, 23%)
- ✓ *blue* (39 одиниць, 19%)
- ✓ *brown* (8 одиниць, 4%)
- ✓ *green* (20 одиниць, 10%)
- ✓ *grey* (9 одиниць, 4%)
- ✓ *red* (32 одиниці, 16%)

- ✓ *pink* (5 одиниць, 4%)
- ✓ *white* (32 одиниці, 16%)
- ✓ *yellow* (12 одиниць, 6%).

Рис. 2.1

Фразеологізми з компонентом кольору в англійській мові



На Рис. 2.1 показана лінгвоколірна ідіоматична картина світу англійської мови. Аналіз показав, що вона характеризується превалюванням чорного кольору (black - 23%), потім слідує blue (синій) (19%). White (білий), як і red (червоний), представлений 32 фразеологізмами кожен, що становить 16% загальної кількості стійких сполучень. Зелений колір (green) є середнім ступенем уживаності у фразеології: 10 %. Таким чином, ці кольори (black, blue, red, white, green) становлять ядро кольорової картини світу англійської мови.

Фразеологізми, що мають у своєму складі елемент “black”, мають як негативне, і позитивне значення. Більшість таких фразеологізмів має негативну конотацію, тут проглядається зв'язок із чимось негативним, темою смерті: *Black-*

letter day – трагічний день, *Black beast* – предмет ненависті, *Black ingratitude* – чорна невдячність.

Чорний також асоціюється з вугіллям, вночі, нафтою, що проглядається у порівняльних оборотах (нейтральна конотація): *black as coal*, *black as night*. Крім того, чорний колір у складі деяких англійських фразеологізмів може набувати і позитивної конотації, наприклад: *climb into the black* – почати отримувати прибуток, *be in the black* – бути при грошах, *black swan* – велика рідкість.

Більшість таких фразеологізмів із компонентом *white* мають позитивне значення: *White-collar job* – незаплямлена робота; *White as milk (snow)* – чистий, білий; *White man* – порядна людина.

Однак у випадку з фразеологізмами *hang out the white flag* (здатися), *show the white feather* (показати малодушність), *white elephant* (руйнівне майно) значення смирення, податливості переходить уже в негативну конотацію. Фразеологізм *white frost* (іній) можна віднести до стійких одиниць із нейтральною конотацією.

Синій колір англійці наділяють позитивною або нейтральною конотацією (це колір неба, вічності, моря, надії: *A bit of blue sky* – промінчик надії, *The blue blanket* – небесна синь, *Blue blood* – блакитна кров. Але також синій колір позначає смуток, меланхолію, занепад духу, з пригніченим станом людини: *In a blue funk* – глибоко нещасний; *Blue ruin* – загибель, розруха, *Blue fear* – панічний стан, *Blue fit* – сильний удар, потрясіння.

Фразеологізми з компонентом *green*, також належать до групи фразеологізмів різноспрямованої конотації. По-перше, зелений асоціюється з молодістю, життєвими силами, чимось новим: *Green years* – молоді роки, *Green old age* – щаслива старість, *Keep the bones green* – зберігати хороше здоров'я.

Але часом зелений колір може співвідноситися і з негативними людськими якостями, мати негативну конотацію: *green-eye monster* – ревнощі. Такі фразеологізми, як *green power*, *long green* мають нейтральну конотацію.

Фразеологізмів, які мають у своєму складі прикметник, що позначає червоний колір, найчастіше мають негативну конотацію, червоний виражає негативні емоції, гнів, тривогу, проблеми: *See the red light* - підозрювати про небезпеку, *Be in the red* - працювати зі збитком, влізти у борги, *See red* - прийти в лют, *Red tape* – бюрократія. Також фразеологізмам, які мають у своєму складі компонент *red*, властива і позитивна, або нейтральна конотація: *Red carpet* – елегантний, *Roll out the red carpet* – приготуватися до зустрічі важливих гостей, *Red blood* – мужність, *A red-letter day* - щасливий день, *Red as blood, red as fire* - криваво-або вогненно-червоний.

Фразеологізми, з компонентом позначень кольору *pink* (*rosy*), елемент кольору має виключно позитивну конотацію: *Everything is rosy* - все чудово, *Be tickled pink* – веселитися, *Look rosy* – мати здоровий вигляд

Фразеологізми з компонентом позначень кольору *grey*, мають негативну або нейтральну конотацію: *Get grey* – постаріти, *Grey area* - щось, недоступне розумінню, *Grey matter* – мізки.

Жовтий колір (*yellow*) у складі англійських фразеологізмів також має виключно негативну семантику – символізує боязкість, боязкість, нездоров'я: *Yellow as a guinea* - жовте як лимон (зазвичай про обличчя), *Yellow streak* - схильність до боягузтва, зради, *Yellow dog* - боягузлива людина, прохвіст.

Коричневий колір найрідше зустрічається у складі фразеологізмів: *Be in the brown study* - поринути у похмурі роздуми, *Be brown off* - бути виснаженим.

Отже, у більшості випадків кольори у складі стійких одиниць мають різноспрямовану конотацію, за допомогою кольорів позначені як позитивні, так і негативні явища навколишньої дійсності.

Колірні фразеологізми англійської з точки зору семантики були проаналізовані за загальною моделлю тематичних груп, виділених В. Г. Куніним. Фразеологізми з компонентом позначення кольору в англійській мові можуть характеризувати об'єкти навколишнього світу.

До першої групи відносяться ідіоми, що містять *характеристики людини за тими або іншими ознаками* (зовнішність, характер, соціальне походження, і т.ін).

Наприклад:

blackguard - шахрай, пройдисвіт;

blue-eyed boy – молодий чоловік, яким захоплюються тому, що він успішний, привабливий і т.д., загальний улюбленець;

browned off – сумний, пригнічений, розчарований;

green hand – новачок, недосвідчена людина;

grey mare – жінка, що тримає чоловіка під підбором;

red-blooded – повний рішучості, сміливий, відважний;

be tickled pink – бути у нестямі від щастя;

white sepulcher – лицемір;

yellow-belly – боягуз.

Друга група фразеологізмів містить вказівку на *професійну, партійну та іншу приналежність, вид діяльності, функції*, що виконуються:

blacksmith – коваль;

blue-collar – синій комірць;

brown shirt – член фашистської організації;

green room – приміщення у театрі, де актори, музиканти тощо. відпочивають та приймають відвідувачів;

redcoat – британський солдат;

pink-collar – найчастіше зайнятий у сфері обслуговування (продавець, офіціант);

white collar – білий комірць, службовець компанії (не зайнятий фізичною працею).

Наступна група фразеологічних одиниць включає *найменування явища*:

black ice – ожеледиця;

blue funk – стан крайнього страху;

brown study – глибокий роздум, похмурий настрій;

the green-eyed monster – ревності;

a red herring – маневр, що відволікає;

white lie – невинна брехня;

yellow streak – боягузтво.

П'ята група включає фразеологізми, які знаково-символічно позначають явища (знак вільного шляху/відсутності перешкод, символ-субститут, символ мрій). Наприклад:

to burn blue – бути поганою ознакою;

to get the green light – отримати дозвіл, добро;

be/go on a red alert – бути готовим зустрітись із небезпекою.

Група шість – це власні назви (назви країн, організацій, видань тощо):

the Black Country – промислові райони середньої Англії;

blue Peter – блакитний прапор із білим квадратом, сигнальний прапор про відхід у море;

green paper – «Зелена книга» (урядова публікація, де викладаються пропозиції для загального обговорення);

yellow pages – «жовтий довідник» (розділ або окремий том телефонного довідника з адресами та телефонами магазинів, підприємств та установ, надрукованих на папері жовтого кольору).

Наступна група містить фразеологізми на позначення антропонімів, топонімів, назв резиденцій, різних відрізків територій, тимчасових проміжків, корисних речовин: джерел енергії, дорогоцінних металів, корисних рослин, елементів людського організму, евфемізми:

black gold – нафта;

once in a blue moon – колись;

the red-light district – «квартал червоних ліхтарів».

Також можна виділити групу на позначення негативних, неприємних чи небезпечних речовин, явищ, подій:

to beat black and blue – побити до синців, не залишити живого місця;

blue movie – порнографічний фільм;

to do brown - обдурити, надути;

look through green glasses – ревнувати;

to see red – бути в люті.

Прикладами фразеологізмів на позначення сукупності людей та їх зустрічі, є такі:

black list – список людей, викритих чи підозрюваних у чомусь;

the grey population – люди похилого віку;

white wedding – весільна церемонія, де всі атрибути показують непорочність нареченої.

Також є група фразеологізмів на позначення термінології (медичної, поліграфічної; лакофарбової, деревообробної, сільськогосподарської і т. ін.):

black hole – (астрон.) чорна діра, область у просторі-часі, гравітаційне тяжіння якої настільки велике, що залишити її не можуть навіть об'єкти, що рухаються зі швидкістю світла;

green belt – зелена зона навколо міста, де будівництво чи розвиток структури жорстко контролюється;

white goods – великі побутові прилади.

Значення фразеологізмів найширше представляють групи: характеристика людини та негативні явища. Зазначимо яскраву антропоцентричну спрямованість фразеологізмів з компонентом кольору: значна частина фразеологізмів пов'язана з людиною, її станом, характером тощо.

Фразеологічні одиниці, пов'язані з людиною та її діяльністю можуть бути поділені на декілька груп:

1. Фразеологічні одиниці, що позначають людину за її приналежністю: професійною (*blacksmith* – коваль, *blue boy* – поліцейський), соціальною (*blue-eyed boy* – загальний улюбленець), політичною (*dressed in blue* – що належить до партії консерваторів, *true blue* – член партії вігіів), расовою (*red skin* - (груб. розм.) корінний американець; *white slave* - викрадена злочинцями біла жінка, яку змусили займатися проституцією) та ін;

2. Фразеологізми, що позначають вік людини (*green horn* - молода, недосвідчена людина, *the grey population* - люди похилого віку);

3. Стійкі вирази, що позначають внутрішній стан людини: відбивають емоції (*red-blooded* – сповнений рішучості, сміливий, відважний *be tickled pink* – бути у нестямі від щастя) та фізичний стан чи дії (*be white about gills* – мати нездоровий вигляд, *black and blue* – (розм.) про людину або її шкіру: весь у синцях);

4. Ідіоми, що описують зовнішній вигляд людини, предмети одягу (*white tie* – біла краватка-метелик, невід'ємний атрибут вечірнього чоловічого костюма);

5. Фразеологічні одиниці, що позначають властивості характеру, поведінка людини (*grey eminence* - сірий кардинал, *grey mare* - жінка, що тримає чоловіка під підбором);

6. Фразеологізми, що описують міжособистісні стосунки (*blackmail* – намагатися вплинути на людину, використовуючи тиск або залякуючи; *to put the black on smb.* – розм. шантажувати (когось));

7. Ідіоми, пов'язані з професійним, політичним, економічним, господарським, релігійним та іншими сферами людського життя (*black market* – (ек.) нелегальна торгівля товаром; *black economy* – тіньова економіка).

Семантична організованість фразеологічного складу з компонентом позначення кольору англійської мови з урахуванням принципів класифікації А. Вежбицької [Wierzbicka 1992] представлена чотирма класами фразеологізмів:

1) предметними (*the black arts* – чорна магія; *blue blood* – королівське або аристократичне походження; *brown ware* – глиняний посуд; *green hand* – новачок; недосвідчена людина; *grey matter* – «сіра речовина» мозок, *red carpet* – червона доріжка; *the pink of perfection* – верх досконалості; *white crow* – біла ворона; *yellow streak* – боягузтво);

2) процесуальними (*to beat black and blue* – побити до синців; *to give smb. blue* – наводити тугу на когось; *to do brown* – (розм.) обдурити, надути; *look through green glasses* – ревнувати; *to turn grey* – посидіти, постаріти, *to see red* – бути в люті; *see pink elephants* – надто багато випити);

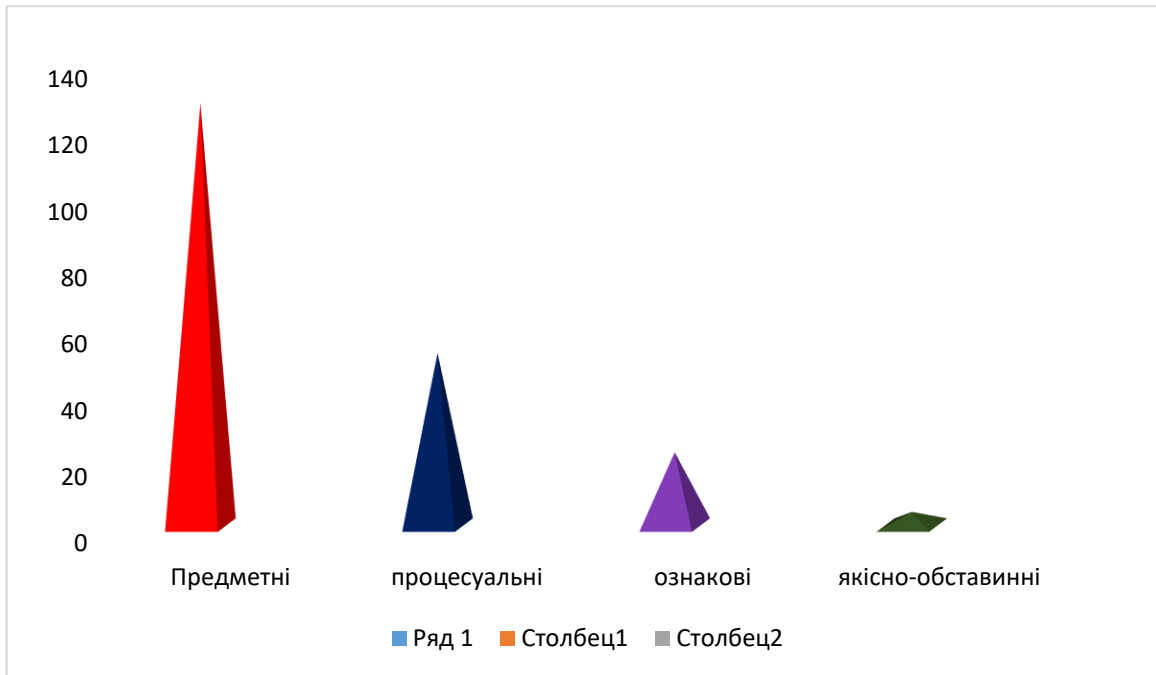
3) ознаковими (*black as sin (thunder, thunder cloud)* – похмуріше хмари; *blue to principles* – вірний принципам; *browed off* – (розм.) сумний, пригнічений; *green with envy* – готовий луснути від злості/зздрості; *red-hot* – дуже гарячий, дуже популярний і успішний; *in the pink* – у хорошому настрої (про людину);

4) якісно-обставинними (*out of the blue* – несподівано; *once in a blue moon* – надзвичайно рідко).

Кількісні дані про семантичну організованість фразеологічного складу англійської мови з компонентом позначення кольору представлені на Рисунок 2.2.

За даними дослідження, найбільш численним є клас предметних фразеологічних одиниць – 127 одиниці, клас процесуальних фразеологізмів менш представлений в англійській мові – 52, ще менше представлені ознакові фразеологізми – 22. Найбільш нечисленним є клас якісно-обставинних фразеологічних одиниць – було виділено всього 4 одиниці, причому всі вони належать до групи з кольором “blue”.

Семантична організація фразеологізмів з компонентом кольору



Предметні фразеологізми зустрічаємо у всіх групах кольорових фразеологізмів, включаючи нечисленні – фразеологізми з кольоропозначеннями *brown i pink*. Процесуальні фразеологізми фіксуємо у всіх групах окрім групи з кольором “yellow” – у цій групі всі виділені одиниці є предметними. Група ознакових фразеологізмів представлена в англійській мові досить широко – такі фразеологізми відсутні в двох групах – з кольоропозначенням “yellow” і “grey”.

Таким чином, виявлені 9 груп і 4 класи фразеологічних одиниць, що містять у своєму складі компонент кольору, являють собою ідіоматичну картину світу англійської мови розглянутого фрагмента.

2.2 Специфіка відтворення англомовних фразеологізмів з компонентом кольоропозначення на українську мову

Можливість адекватного перекладу фразеологізмів залежить від типу відносин між одиницями вихідної мови та мови перекладу. Відповідно до ступеня ідентичності чи відповідності фразеологічні одиниці можна умовно поділити на три групи:

- 1) фразеологічна одиниця має точну відповідність у мові перекладу незалежно від контексту;
- 2) при перекладі допустимі деякі відступи від повноцінного перекладу, фразеологічна одиниця передається за допомогою певної відповідності;
- 3) фразеологічна одиниця немає у мові перекладу ні аналогів, ні еквівалентів.

Таким чином, фразеологічні одиниці перекладають за допомогою фразеологічного та нефразеологічного перекладу.

До першої групи будуть відноситися елементи, що мають точно таке ж стилістичне та емоційне забарвлення мовою перекладу. Як правило, фразеологізми, що належать до цієї групи, мають також ідентичну внутрішню форму, таких ми нарахували 10%:

Blue blood – блакитна кров;

Black as coals - чорні як вугілля (зазвичай про очі);

Black ingratitude – чорна невдячність;

Black magic – чорна магія;

As white as chalk - білий як крейда;

Dark horse – темна конячка;

Red Cross – Червоний хрест

See through rose -coloured glasses - дивитися крізь рожеві окуляри;

Red as blood – червоний як кров (криваво – червоний).

Ці фразеологізми у перекладі повністю еквівалентні за значенням фразеологізмам вихідної мови. Аналогічна внутрішня форма зберігається, тому ці стійкі вирази можна зарахувати до першої групи.

До другої групи входять неповні еквіваленти. За нашими підрахунками їх 20 %. Маючи подібне значення, вони в той же час мають відмінності у внутрішній структурі, а також можуть не збігатися за деякими іншими критеріями (інша синтаксична побудова, сполучуваність). Наприклад:

White lie – невинна брехня;

As white as a ghost - білий як полотно;

Black as a crow - чорний як сажка (воронове крило);

Look rosy – мати здоровий вигляд

Yellow as a guinea - жовте як лимон (зазвичай про обличчя);

The black art - чаклуни;

Things look bad - справи погані;

All cats are grey in the dark - вночі всі кішки сірки;

Red as beet – червоний як рак;

To be in black books – бути у чорному списку;

As white as a ghost - білий (блідий) як полотно;

White witch – добра чарівниця;

White lie - безневинна брехня, брехня на спасіння;

Prove that black is white - видавати біле за чорне (одне за інше).

Третя група фразеологізмів є найчисленнішою – 70 % і включає безеквівалентні одиниці. Для їх перекладу використовуються так звані нефразеологічні способи, які є перекладом фразеологічної одиниці за допомогою лексичних засобів. При використанні таких моделей перекладу неможливо уникнути деяких втрат конотації, експресивності, відтінків значень, тому перекладачі звертаються до нього у разі нагальної потреби.

Одним із видів нефразеологічного перекладу є калькування, що полягає у послівному перекладі фрази. Для цього методу дуже важлива мотивованість значення фразеологічної одиниці загалом значеннями її компонентів, тобто можливість донести до реципієнта суть всього фразеологізму, чи переклад його окремих частин:

Grass is always greener on the other side of the hill - трава завжди зеленіша з іншого боку пагорба.

Незважаючи на дослівний переклад, реципієнту не важко зрозуміти сенс даного фразеологізму. При передачі стійких порівнянь необхідно мати гарантію того, що це порівняння буде зрозумілим і доречним для цільової аудиторії.

Крім того, при перекладі фразеологічних одиниць, які не мають еквівалентів у мові перекладу, часто використовується метод описового перекладу, який часто має характер опису, порівняння, тлумачення, тобто повноцінним перекладом не є. Головна мета перекладача - максимально чітко, коротко і водночас зрозуміло передати суть фразеологізму, використовуючи лексичні засоби, характерні мови перекладу.

Be in the black - бути у прибутку;

A bit of blue sky – промінь надії;

Red blood – мужність;

Like blue murder - з усіх ніг;

Red herring - щось, що збиває з пантелику;

Be in the red - працювати собі на збиток;

Yellow streak - схильність до боягузливості, зради;

Have green fingers – мати здатність до садівництва;

White scourge – туберкульоз;

Be bleeding red ink - стрімко втрачати прибуток (про бізнес);

Black ivory – раби;

White elephant - майно, що завдає багато клопоту.

Іноді при цьому способі перекладу необхідно подати короткий коментар, що містить у собі історичну чи іншу інформацію про походження фразеологізму. Наприклад, при перекладі ідіоми *a white elephant* для розуміння перекладу реципієнтом необхідне пояснення: *у Стародавній Індії слон вважався священною твариною, про яку потрібно було дбати, що означало для власників чималі витрати. У зв'язку з цим під цим фразеологізмом розуміється подарунок, який не тільки не принесе радості одержувачу, але також може завдати йому багато клопоту* [Мелетинский 1990].

Розглянувши англійські фразеологізми з погляду їхнього перекладу українською мовою, можна зробити такі висновки, що найчастіше за фразеологізмом не закріплено певного еквівалента, що є результатом відсутності у сприймаючій культурі того чи іншого явища навколишнього світу. Фразеологізми, які перекладаються українською мовою за допомогою еквівалента, найчастіше мають міжнародне значення, і таким чином, присутні і в інших культурах або базуються на порівняннях: *red as blood*. Таких фразеологізмів було виділено 10% від загальної кількості.

Група стійких одиниць, що перекладаються за допомогою аналога, також нечисленна і включає 20% одиниць від загального числа. У цій групі допускаються невеликі відхилення від еквівалентного перекладу: *black look – похмурий погляд*. Модель описового перекладу, хоч і застосовується перекладачами у крайніх випадках, є найпоширенішою. Це можна пояснити величезними відмінностями у культурному та історичному розвитку народів. Часто перекладачеві доводиться давати пояснення реалій, які він передав за допомогою описового перекладу. Так, у фразеологізмі *Gertha Green marriage*, який означає *одруження без згоди родичів*, важливо розкрити не тільки суть, а й пояснити історичне походження цього словосполучення (йдеться про назву села, де нареченого та наречену могли повінчати без згоди родичів, яке за часів появи фразеологізму було обов'язковим).

ВИСНОВКИ

У цій науковій розвідці розглянуто поняття фразеологічна одиниця, яка визначається вченими як стійка комбінація словесних знаків, яка існує в лексичній системі мови на певному етапі її історичного розвитку, характеризується граничністю, цілісністю, ідіоматичністю, відтворюваністю і складається щонайменше з двох лексичних одиниць, об'єднаних парадигматичною, синтагматичною та дериваційною пов'язаністю, що виражають цілісне лексичне значення, що функціонують у постійній граматично організованій послідовності і є стабільними щодо того, що означають.

У даній роботі ми визначаємо фразеологічну одиницю – як існуючу в лексичній системі мови на даному етапі її історичного розвитку комбінацію мінімум двох словесних знаків, що характеризується *роздільнооформленістю, номінативністю, стійкістю, ідіоматичністю та конотативністю*. При цьому *стійкість* – це обмеження на утворення варіантів, а *ідіоматичність* - це переінтерпретація значення фразеологізму.

Аналіз емпіричного матеріалу виявив, що колірна картина світу – це система понять, характерна для кожної мови, за допомогою якої носії мови сприймають (класифікують, інтерпретують) світ. Вивчення колірної картини світу – це шлях до кращого пізнання власне специфіки будь-якої мови, розуміння системи уявлень окремого народу, його самобутності та ментальності. На всіх етапах історичного розвитку як мови, так і самого народу колірна картина світу набуває нових видозмін, дослідження яких допоможе чіткіше та глибше поглянути на причини та особливості еволюції окремого соціуму. Вивченням колірної картини світу окремого народу, а також проведенням порівняльних досліджень кількох мов, займаються нині такі науки як етнолінгвістика, соціолінгвістика, психолінгвістика та інші. Це є новий, оригінальний і

перспективний напрям розвитку, що сприяє застосуванню комплексного підходу до вивчення мови та лінгвокультурних особливостей різних народів, поєднує в собі методи, властиві кільком наукам (лінгвістиці, фольклору, етнографії, психології тощо), – і внаслідок цього ми маємо новий погляд на традиції народу, специфіку його мови та мислення.

Виконаний аналіз доводить, що фразеологізми – високо інформативні одиниці мови, вони є однією з мовних універсалій і однією з категорій «неперекладного». Вона представляє виняткову важливість для науки перекладу, оскільки в «шкалі неперекладності» або «важкоперекладності» фразеологізми, або фразеологічні одиниці, займають ледве чи не перше місце: «неперекладність» фразеології відзначається всіма фахівцями серед характерних ознак стійких одиниць; і що найголовніше – з труднощами перекладу фразеологізмів щокроку стикається перекладач-практик.

Проведене дослідження дає можливість констатувати, що можливості досягнення повноцінного словникового перекладу фразеологізму залежать в основному від співвідношень між одиницями вихідної мови та мови перекладу:

- 1) фразеологізм має у перекладі точний, який залежить від контексту повноцінний відповідник (смісловне значення + конотації);
- 2) фразеологізм можна передати на мову перекладу тим чи іншим відповідником, зазвичай з деякими відступами від повноцінного перекладу;
- 3) фразеологізм немає у мові перекладу ні еквівалентів, ні аналогів і є неперекладним у словниковому порядку.

У ході дослідження були детально проаналізовані підходи до перекладу фразеологізмів. Фразеологічний переклад передбачає використання у тексті перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею мови оригіналу та перекладу – від повного та абсолютного еквівалента до приблизної фразеологічної відповідності. Фразеологічний еквівалент – це фразеологізм на мові перекладу, за всіма показниками рівноцінний одиниці, що перекладається.

Результати роботи дають підстави вважати, що як правило, незалежно від контексту, фразеологічний еквівалент повинен мати такі ж денотативні і конотативні значення, тобто між співвідносними фразеологізмами не повинно бути відмінностей щодо змісту, стилістичної віднесеності, метафоричності та емоційно-експресивного забарвлення, вони повинні мати приблизно однаковий компонентний склад, мати ряд однакових лексико-граматичних показників: сполучуваність (наприклад, щодо вимог образності), належати до однієї граматичної категорії, мати однакові функціональні характеристики.

Ми встановили, що неповним (частковим) фразеологічним еквівалентом називають таку одиницю мови перекладу, яка є еквівалентом, повним та абсолютним, співвідносним з одиницею мови оригіналу, але не у всіх її значеннях.

В ході аналізу ілюстративного матеріалу було виявлено, що до фразеологічних еквівалентів можна умовно віднести і індивідуальні еквіваленти. Не знаходячи в перекладі повної відповідності, перекладач іноді змушений вдаватися до словотворчості, оформлюючи одиниці, що перекладається, і створюючи свій фразеологізм, який максимально що нагадує оригінальний.

Детальний аналіз фактичного матеріалу дозволяє стверджувати, що нефразеологічний переклад передає фразеологізм за допомогою лексичних, а не фразеологічних засобів. До нього вдаються зазвичай, лише переконавшись, що жодним із фразеологічних еквівалентів або аналогів скористатися не можна. Такий переклад, враховуючи навіть компенсаційні можливості контексту, важко назвати повноцінним: завжди є деякі втрати (образність, експресивність, конотація, афористичність, відтінки значень), що і змушує перекладачів звертатися до нього лише у разі крайньої потреби.

У представленій науковій розвідці були детально розглянуті основні способи та прийоми перекладу фразеологізмів. Ми побачили, що пов'язані з цим проблеми розглядаються різними лінгвістами по-різному, рекомендуються різні

методи перекладу, зустрічаються думки, що не збігаються. Основними прийомами є фразеологічний переклад (використання еквівалентів або аналогів), нефразеологічний переклад (лексичний переклад, калькування, описовий переклад). У різних ситуаціях можуть знадобитися різні підходи. Але основна роль тут належить особистості самого перекладача. Він має відчутти себе частиною тієї культури, мовою представників якою написаний той чи інший текст, повинен ужитися в нього, зробити єдино можливий і в той же час неповторний варіант перекладу.

В результаті аналізу у складі фразеологізмів з компонентом кольору в англійській мові було виділено 9 груп: фразеологізми з кольоропозначенням *black, blue, brown, green, grey, red, pink, white, yellow* – *чорний, синій, коричневий, зелений, сірий, червоний, рожевий, білий та жовтий*. За кількісним складом фразеологізми розподілилися по компонентам таким чином: black (47 одиниць, 23%), blue (39 одиниць, 19%), brown (8 одиниць, 4%), green (20 одиниць, 10%), grey (9 одиниць, 4%), red (32 одиниці, 16%), pink (5 одиниць, 4%), white (32 одиниці, 16%), yellow (12 одиниць, 6%). Аналіз показав, що вона характеризується превалюванням чорного кольору (black - 23%), потім слідує blue (синій) (19%). White (білий), як і red (червоний), представлений 32 фразеологізмами кожен, що становить 16% загальної кількості стійких сполучень. Зелений колір (green) є середнім ступенем уживаності у фразеології: 10 %. Таким чином, ці кольори (black, blue, red, white, green) становлять ядро кольорової картини світу англійської мови.

Як продемонструвало наше дослідження, у більшості випадків кольори у складі стійких одиниць мають різноспрямовану конотацію, за допомогою кольорів позначені як позитивні, так і негативні явища навколишньої дійсності. Зазначимо яскраву антропоцентричну спрямованість фразеологізмів з компонентом кольору: значна частина фразеологізмів пов'язана з людиною, її станом, характером тощо.

За даними дослідження, найбільш численним є клас предметних фразеологічних одиниць – 127 одиниці, клас процесуальних фразеологізмів менш представлений в англійській мові – 52, ще менше представлені ознакові фразеологізми – 22. Найбільш нечисленним є клас якісно-обставинних фразеологічних одиниць – було виділено всього 4 одиниці, причому всі вони належать до групи з кольором “blue”.

Як свідчать результати аналізу, предметні фразеологізми зустрічаємо у всіх групах кольорових фразеологізмів, включаючи нечисленні – фразеологізми з кольоропозначеннями *brown i pink*. Процесуальні фразеологізми фіксуємо у всіх групах окрім групи з кольором “yellow” – у цій групі всі виділені одиниці є предметними. Група ознакових фразеологізмів представлена в англійській мові досить широко – такі фразеологізми відсутні в двох групах – з кольоропозначенням “yellow” і “grey”. Таким чином, виявлені 9 груп і 4 класи фразеологічних одиниць, що містять у своєму складі компонент кольору, являють собою ідіоматичну картину світу англійської мови розглянутого фрагмента.

Аналіз мовного матеріалу засвідчив, що відповідно до ступеня ідентичності чи відповідності фразеологічні одиниці можна умовно поділити на три групи: 1) фразеологічна одиниця має точну відповідність у мові перекладу незалежно від контексту – 10 %; 2) при перекладі допустимі деякі відступи від повноцінного перекладу, фразеологічна одиниця передається за допомогою певної відповідності – 20 % ; 3) фразеологічна одиниця немає у мові перекладу ні аналогів, ні еквівалентів і перекладається описово – 70%.

Перспективним напрямком подальших досліджень з даної проблематики постає розширення вибірки і екстраполяція результатів роботи на інший матеріал дослідження, розгляд специфіки перекладу фразеологічних одиниць в текстах різних жанрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьев Л. Г. Семантическая структура фразеологических единиц современной украинской лексики и особенности их формирования. Киев : Мовознавство, 1987. 240 с.
2. Ажнюк Б. М. Английская фразеология в культурно-этическом освещении. Киев : Наукова думка, 1989. 134 с.
3. Алефиренко М. Ф. Проблема фразеологического уровня лексики. Киев : Мовознавство, 1984. 146 с.
4. Алёхина А. И. Идиоматика современного английского языка. Минск : Изд-во Минского Нац. Ун-та, 1982. 34 с.
5. Апресян Ю. Д. Языковая картина мира и системная лексикография. Москва: Экспресс, 2006. 367 с.
6. Арнольд И. В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика ее исследования (на материале имени существительного). Ленинград : Просвещение, 1966. 192 с.
7. Арутюнова Н. Д. Образ, метафора, символ в контексте жизни и культуры. Москва : Наука, 1990. 90 с.
8. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. Москва : Наука, 1988. 341 с.
9. Базыма Б. А. Цвет и психика. Харьков : ХДАК, 2001. 172 с.
10. Белый А. В. Священные цвета. Символизм как миропонимание. Москва : Республика, 1994. 157 с.
11. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. Москва : Наука, 1977. 312 с.

12. Ганина Н. А. Наименования цвета в индоевропейских языках: системный и исторический анализ. Москва : Ком Книга, 2007. 280 с.
13. Глаголев Д. О. О цвете. Москва : Наука и жизнь, 1992. 150 с.
14. Гузикова В. В. Лингвокультурологическая специфика фразеологических единиц английского языка (на материале прозы С. Моэма и ее переводов на русский язык). Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2004. 256 с.
15. Гуменюк І. І. Лінгвістичні та екстралінгвістичні дослідження номінації жовтого кольору (на матеріалі фразеології англійської та української мов). Київ : Просвіта, 2000. 164 с.
16. Деменчук О. В. Метамова семантичного опису кольороназв. Київ : Вісник, 2007. 120 с.
17. Завьялова Н. А. Фразеологические единицы с колоративным компонентом как составляющая дискурса повседневности Японии, Великобритании и России. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2011. 320 с.
18. Ивенс Г. М. Введение в теорию цвета. Москва : Искусство, 2008. 442 с.
19. Ключев М. П. Колористика, психология восприятия цвета, цвет и человек. URL : <http://www.rosdesign.com/design/kolorofdesign>. (дата звернення: 13.09.2022).
20. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. Москва: Экспресс, 2003. 45 с.
21. Корновенко Л. В. Значимость цветообозначения в художественной коммуникации . Лінгвістичні студії : Збірник наукових праць : Брама, 2006. 186 с.
22. Кунин А. В. Английская фразеология. Москва : Наука, 1970. 237 с.
23. Мельчук И. А. Фразеология. 2007. URL : [http:// www.krugosvet.ru](http://www.krugosvet.ru) (дата звернення : 12.08.2022).

24. Романчик В. О. Колір як культурний символ в комунікаційному процесі сучасного соціуму. Мовні та концептуальні картини світу. Вип. 26, частина 3. Київ : Видавничий Дім Петра Бураго, 2009. С. 42 -56.
25. Рубанок Э. В. Цвет как лингвистический знак. Москва : Наука, 2006. 189 с.
26. Соколовская Ж. П. «Картина мира»: системность, моделирование и лексическая семантика. Ялта : Наука и культура, 1999. 73 с.
27. Соколовская Ж. П. Картина мира в значениях слов. Симферополь : Таврия, 1933. 166 с.
28. Телия В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. Москва : Наука, 1981. 168 с.
29. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. URL : fedorov-a.v.-osnovy-obschey-teorii-perevoda.pdf (дата звернення : 18.09.2022).
30. Фрумкина Р. М. Цвет, смысл, сходство. Москва: Наука, 1984. 87 с.
31. Шепелева Е. В. Особенности перевода фразеологизмов. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-frazeologizmov/viewer> (дата звернення : 12.09.2022)
32. Юнг К.Г. Архетип и символ. Москва : Наука, 1991. 304 с.
33. Яворська Г. М. Мовні концепти кольору (до проблеми категоризації). Київ : Мовознавство, 1998. 199 с.
34. Янишин П. В. Психология и психосемантика цвета. URL : <http://www.rosdesign.com/design/kolorofdesign>. (дата звернення: 15.09.20220).
35. Яньшин П. В. Эмоциональный цвет: Эмоциональный компонент в психологической структуре цвета. Самара : Изд-во Сам ГПУ, 1996. 218 с.
36. Aarts F. The Contrastive Analysis Debate: Problems and Solutions. *Studia Anglica Posnaniensia*. Poznan. 1982. Vol. 14. P. 47-68.
37. Bosch F. D. K. The Golden Germ. An introduction to Indian Symbolism. London, 1960. 264 p.

38. Bowker L. Specialized Lexicography and Specialized Dictionaries. A Practical Guide to Lexicography / Ed. by Piet van Sterkenburg. Leiden: Institute for Dutch Lexicology, 2003. 164 p.
39. Cook R. The Tree of Life. Image of the Cosmos. London : Thames and Hudson, 1974. 128 p.
40. Davidson H. R. Myths and Symbols in Pagan Europe : Early Scandinavian and celtic Religions. Manchester : Manchester Univ. press, 1988. 268 p.
41. Eliade M. Symbolism, the Sacred and the Arts. New York : Crossroad, 1986. 185 p.
42. Fawcett P. Translation and Language: Linguistic Theories Explained. Manchester : St. Jerom Press, 1997. 168 p.
43. Gibbs R. W. Process and products in making sense of tropes. Metaphor and Thought. Cambridge, 1993. P. 252-276.
44. Jackson H. Lexicography: An Introduction. London: Routledge, 2002. 262 p.
45. Jakobson R. On Linguistic Methods of Translation. Theories of Translation: an Anthology of Essays from Dryden to Derrida / Ed. by R, Schulte, J. Biguenet. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1992. P. 144-151.
46. Janicki K. On the Tenability of the Notion «Pragmatic Equivalence» in Contrastive Analysis. *Papers and Studies in Contrastive Linguistics*. Poznan, 1995. Vol. 20. P. 19-25.
47. Kay P. Color. Key terms in language and culture. New-York : Alessandro Duran Blackwell Publishers, 2001. 157 p.
48. Kempson R. M. Semantic Theory. Cambridge : Cambridge University Press, 1995. 977 p.
49. Korunets I. V. Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages. Kyiv: Lybid Publ., 1995. 238 p.
50. Lado R. Linguistics Across Cultures. Applied Linguistics for Language Teachers. Michigan : The University of Michigan Press, 1990. 141 p.

51. Lexicology, Semantics and Lexicography / Ed. by J. Coleman, C.J. Kay. Leicester, Glasgo, 2000. 257 p.
52. MacLaury, R.E. Lexical Semantics. Handbook of Pragmatics / Ed. by J. Verschueren. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publ. Company, 1996. P 4-13.
53. Manual of Specialized Lexicography (The preparations of specialized dictionaries) / Ed. by H. Bergenholtz and S. Tarp. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publ. Comp., 1995. 256 p.
54. Munday J. Introducing Translation Studies. Theories and applications. London : Routledge Taylor & Francis Group, 2001. 221 p.
55. Newmark P. A Textbook of Translation. Edinburgh : Prentice Hall, 2003. 292 p.
56. Newmark P. Approaches to translation. Oxford : Oxford University Press, 1981. 120p.
57. Nida E .A. Linguistic and Semantic Structure. Language Structure and Translation. Stanford: Stanford University Press, 1982. P. 47-70.
58. Nida E. A. Analysis of Meaning and Dictionary Making. Language Structure and Translation. Stanford: Stanford University Press, 1982. P. 4-23.
59. Nida E. A. Linguistics and ethnology in translation problems. London : Press, 1945. 208 p.
60. Ringbom H. Contrastive Analysis. Encyclopedia of Linguistics / Ed. by R. E. Asher, J. M. Y. Simpson. Oxford : Pergamon Press, 1994. 742 p.
61. Robinson D. Becoming a Translator : An Introduction to the Theory and Practice of Translation. London : Routledge, 2003. 305 p.
62. Savory T. The Art of Translation. London : Cape, 1957. 159 p.
63. Wierzbicka A. Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations. Oxford: Oxford University Press, 1992. 496 p.
64. Wyler S. Color and language: color terms in English. Tübingen : Narr, 1992. 364 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ТА ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

65. Англо-український фразеологічний словник / Уклад. К. Т. Баранцев. Київ : Знання, 2005. 1056 с.
66. Зацний Ю. А. Інновації в словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англоукраїнський словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. 360 с.
67. Зацний Ю. А., Янков А. В. Лексичні та фразеологічні інновації англійської мови : англійсько-український словник. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. 276 с.
68. Мелетинский Е. М. Мифологический словарь. Москва : Сов. Энциклоп., 1990. 672 с.
69. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістична: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.
70. Словник фразеологізмів української мови / Укл. В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, В. В. Дятчук]. Київ : Наукова думка, 2003. 198 с.
71. Фразеологічний словник української мови / Уклад. В. М. Білоноженко та ін]. Київ : Просвіта, 1993. 306 с.
72. Collins S. English Dictionary 60.000. References with etymological pronouncing. London : PBC, 2008. 560 p.
73. Jobes G. Dictionary of Mythology, Folklore and Symbols. New-York : The Press Inc., 1962. 620 p.
74. Longman Dictionary of Contemporary English. London : Longman Group Ltd., 1992. 1299 p.
75. Longman Dictionary of English Idioms. London : ACL, 2009. 410 p.
76. Longman Dictionary of English Language and Culture. Edinburgh: Longman, 2000. 1568 p.

77. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. Danbury, 1993. 1216 p.
78. Walter W. A Concise Etymological Dictionary of the English Language. New-York : CK Publishers, 1963. 310 p.
79. Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Language. Unabridged. New-York : CK Publishers, 1993. 459 p.

SUMMARY

The paper deals with English phraseological units with a color component and the specificity of their translation into the Ukrainian language.

The research provides general information about the study of English phraseology, covers the approaches to the concept of “phraseologism”, considers the characteristics of phraseology; defines the concept of the color picture of the world. The concept of color is viewed as a cultural symbol in the communicative process, and phraseological units with a color component are analyzed to identify methods and means of their translation and transformations in translation.

As a result, in our research we distinguish 9 groups of phraseological units with a color component in the English language: *black, blue, brown, green, gray, red, pink, white, yellow*. The sample is characterized by the predominance of black (black - 23%), followed by blue (blue -19%) in the number of units. The component “white”, like “red”, is represented by 32 phraseological units each, which is 16% of the total number of the combinations. The green color (“green”) is recorded in 10% of phraseological units.

According to the degree of correspondence, the phraseological units with a color component are divided into three groups: 1) phraseological units with an exact correspondence in the translated language regardless of the context – 10%; 2) phraseological units with some deviations in the process of translation – 20%; 3) phraseological units with no analogues or equivalents in the target language and is translated descriptively – 70%.

Key words: *phraseology, color coding, phraseological translation, non-phraseological translation, equivalent, loan translation, descriptive translation.*

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Третяк Анастасія Сергіївна, студентка 2 курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма переклад (англійський), адреса електронної пошти tretialnastia22@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему **АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ ТА СПЕЦИФІКА ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ (НА МАТЕРІАЛІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ВИДАНЬ)** відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 27.11.2022

Підпис



ПІБ

Третяк А. С.