

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

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

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему СУЧАСНІ АНГЛОМОВНІ СПОРТИВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ:
ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0350 1-ап з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041
мови та літератури
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Переклад (англійський)
Бєляєва Аліна Романівна

Керівник к.ф.н., доц. Андрєєва І. О.

Рецензент к.ф.н., Запольских С. П.

Запоріжжя – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ НАПРЯМ ДОСЛІДЖЕНЬ ФРАЗЕОЛОГІЇ	7
1.1 Визначення фразеологізму з позиції когнітивного підходу.....	7
1.2 Національно-культурний компонент семантики фразеологічної одиниці.....	12
1.3 Фразеологізм як компонент мовної картини світу.....	18
1.4 Когнітивні основи фразеотворення.....	23
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД	32
2.1 Структурно-семантична класифікація спортивних фразеологізмів та особливості їх відтворення у перекладі.....	32
2.1.1 Номінативні фразеологізми.....	35
2.1.2 Номінативно-комунікативні фразеологізми.....	37
2.1.3 Вигуківі та модальні фразеологізми.....	39
2.1.4 Комунікативні фразеологізми.....	40
2.2 Лінгвокогнітивні характеристики спортивних фразеологізмів.....	42
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

Дипломна робота – 51 стор., 58 джерела

Об'єкт дослідження: сучасні англійські спортивні фразеологізми різних видів спорту.

Мета роботи: лінгвістичний та когнітивний аналіз фразеології спортивного дискурсу та виявлення її особливостей у структурі та перекладі.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення теорії фразеології, розроблені в лінгвістиці (О. В. Куніна, Ю. Н. Караулова, В. Н. Телії, О. П. Левченка) та когнітивістиці (Дж. Лакоффа, М. Джонсона, Р. Джакендоффа)

Отримані результати: Фразеологічні одиниці представляють різноманітний матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови. Новий погляд на метафору призвів до розробки категорії когнітивної чи концептуальної метафори. Дж. Лакофф і М. Джонсон пропонують наступну типологію концептуальних метафор: 1) структурні метафори; 2) орієнтаційні метафори; 3) онтологічні. Переклад фразеологічних одиниць можна здійснювати за допомогою правил перекладу: пошук еквіваленту, пошук аналогу, калькування, описовий переклад, комбінований переклад. Найпродуктивнішими способами перекладу є переклад шляхом пошуку аналогу та опису значень. Щодо лінгвокогнітивних характеристик спортивних фразеологічних одиниць, у ході аналізу було виявлено, що кожен фразеологізм пояснює не тільки явища у спортивному дискурсу, але й успіх, кохання, кар'єру, національне бачення, особливості та мислення.

Ключові слова: метафора, концепт, національно-культурний компонент, переклад, номінативні фразеологізми, номінативно-комунікативні, визукові і модальні, комунікативні.

ВСТУП

Фразеологія як наука виникла лише на початку ХХ століття. Фразеологічні одиниці відображають у своїй семантиці довгий процес розвитку культури народу, фіксують і передають культурні установки з покоління в покоління. Фразеологія – це пряме словесне вираження не тільки навколишньої людської дійсності, але й її духовної національної свідомості. Також її часто називають «скарбницею» або «банком» мови, куди з століття в століття потрапляють нові фразеологічні одиниці, які необхідні і для вживання в літературних роботах, і в повсякденному спілкуванні людей один з одним.

Природа фразеологізму досить суперечлива. Головне протиріччя полягає в тому, що, будучи одиницями лексичної системи, вони за своєю зовнішньою формою схожі на словосполучення – одиниці проміжного типу. Але значення фразеологізмів ідіоматичні на відміну від значень вільних словосполучень, в цьому фразеологізм зближений зі словом. Так само фразеологізми зі словами зближує те, що вони виконують номінативну функцію.

Фразеологічний аспект англійської мови на сучасному етапі розвитку є важливою та наразі активно досліджуваною проблемою. Постійна поява та запровадження великої кількості нових фразеологічних одиниць, зокрема спортивних фразеологізмів, потребує створення системного підходу до вивчення складу й аналізу структури та основних ознак англійської фразеології в спортивному дискурсі.

Таким чином, на початку ХХ століття проблема фразеології здобула інтерес багатьох вчених, як зарубіжних, так і вітчизняних, які сформували підґрунтя для оформлення фразеології в окрему лінгвістичну дисципліну, що

допомогло наступному поколінню вчених середини ХХ століття розвивати та видозмінювати їхні ідеї, досліджуючи фразеологічні одиниці в усіх аспектах та з різних точок зору.

Становленню фразеології як галузі лінгвістики сприяло здійснене у працях таких мовознавців як О. Ф. Арсентьєва, Н. Н. Амосова, Ф. І. Буслаєв, В. В. Виноградов, П. Й. Горецький, О. В. Кунін, Л. С. Паламарчук, О. О. Потебня, Є. Д. Поліванов, І. І. Срезневський, Г. М. Удовиченко, П. Ф. Фортунатов, О. О. Шахматов, О. С. Юрченко ґрунтовного дослідження синтаксичної природи словосполучень, а також висвітлення стилістико-семантичних особливостей стійких комплексів слів.

Фразеологія знайшла своє відображення й у світі спорту. Дослідження спортивних фразеологізмів викликане широкою розповсюдженістю в сучасній англійській мові фразеологізмів спортивного походження та недостатнім вивченням вживання фразеологічних одиниць спортивної фразеології серед англійських країн.

Актуальність дослідження зумовлена його орієнтацією на вивчення фразеологічних одиниць у світлі когнітивно-дискурсивної парадигми, а також динамічністю та різноплановістю системи англійської спортивної фразеології, її постійним поповненням новими словами й виразами, а також змінами значення вже існуючих фразеологічних одиниць.

Наукова новизна полягає у спробі власного дослідження особливостей структури й семантики сучасних англійських спортивних фразеологічних виразів на основі лінгвокогнітивного аналізу та концепту.

Об'єкт дослідження становлять сучасні англійські спортивні фразеологізми різних видів спорту.

Предметом дослідження є особливості функціонування лінгвокогнітивних засобів творення спортивних фразеологізмів та способи і прийоми їх перекладу.

Таким чином **метою** дипломної роботи є лінгвістичний та когнітивний аналіз фразеології спортивного дискурсу та виявлення її особливостей у структурі та перекладі.

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) дати визначення терміну «фразеологізм»;
- 2) виявити національно-культурний компонент одиниці фразеології;
- 3) проаналізувати фразеологізм, як частину мовної картини світу;
- 4) встановити структурно-семантичні особливості;
- 5) проаналізувати способи перекладу спортивних фразеологізмів;
- 6) визначити лінгвокогнітивні характеристики спортивних фразеологізмів

Матеріалом дослідження стали сучасні спортивні фразеологізми та їх лінгвокогнітивний та перекладацький аспекти.

Методи дослідження. Дослідження здійснювалось шляхом використання наступних методів та прийомів: лінгвістичного спостереження, когнітивного аналізу, описового і компонентного методів, методу аналізу словникових дефініцій.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання даних дослідження в курсах з теорії перекладу з англійської мови.

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

У вступі подаються загальна інформація про наукову роботу, що включає в себе мотивацію вибору теми, мети, завдань, актуальності дослідження, а також визначення об'єкту, предмету та структури дослідження.

У першому розділі подано визначення поняття фразеологізму, когнітивні основи фразеотворення, розглянуто різні підходи до вивчення цього феномену та також зазначено національно-культурні особливості

семантики фразеологічних одиниць та визначення фразеологізму як мовної картини світу.

Другий розділ складається із власного аналізу спортивних фразеологізмів на основі лінгвістичних та когнітивних досліджень, виявлення структурно-семантичних особливостей, а також аналіз їх перекладу

У висновку подані узагальнені результати проведеної роботи.

Загальна кількість сторінок - 51, кількість використаних джерел - 58 .

РОЗДІЛ 1

КОГНІТИВНИЙ НАПРЯМ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

1.1 Визначення фразеологізму з позиції когнітивного підходу

Фразеологізми - це стійкі поєднання слів, тобто окремо оформлені утворення з повністю або частково переосмисленими компонентами, фразеологічними значеннями. Для фразеологічних одиниць характерна не взагалі стійкість, а стійкість на фразеологічному рівні, закономірні залежності словесних компонентів і структурно-семантична немоделірованість. [Кунін 1984, с. 5]

У лінгвістиці існують різні визначення фразеологізму. Це питання дуже актуальне серед дослідників. На думку В. Н. Ярцевої, фразеологізм (фразеологічна одиниця) – загальна назва семантично пов'язаних сполучень слів і речень, які на відміну від подібних за формою семантичних структур не відтворюються відповідно до загальних закономірностей вибору і комбінації слів при організації висловлювання, а відтворюються у мовленні у фіксованому співвідношенні семантичної структури і певного лексико-семантичного складу. [Ярцева 2002, с. 559]

У наступному визначенні Ю. Н. Караулова йдеться про те, що фразеологізм (фразеологічна одиниця) – загальна назва семантично пов'язаних сполучень слів, які не утворюються у мовленні (як подібні за формою семантичні структури – словосполучення чи речення), а утворюються в ньому в узуально закріпленому за ними стійкому співвідношенні змісту та певного лексико-граматичного складу. Згідно зі ще однією дефініцією П. О. Леканта фразеологізм (фразеологічна одиниця) є складною міждисциплінарною одиницею, в формі і значенні якої

взаємодіють одиниці різних рівнів. Отже, вчені розглядають фразеологізми з різних точок зору, аналізуючи їхню семантичну зв'язаність, лексико-семантичну будову чи міждисциплінарність. [Караулов 1997, с. 605; Лекант 2002, с. 61]

Підсумовуючи підходи вчених до визначення цих понять, вважатимемо, що фразеологізм – це семантично пов'язане сполучення слів, що виникає у мові, як результат метафоризації його значення, та відтворюється у вигляді специфічної, усталеної та цілісної конструкції. Прикладами таких неподільних словосполучень можуть бути вирази *be on the ball* – бути в курсі справ, *behind the eight ball* – у незручному становищі.

Фразеологізм має ряд істотних ознак: стійкість, відтворюваність, цілісність, значення, роздільність складу (різно оформлена будова).

У системі мови фразеологізми взаємодіють із словом і словосполучою, але між ними є істотна відмінність – у складі вільної словосполучки слова уживаються в звичайних значеннях а у складі фразеологізму, співпадаючого з вільною словосполучою, компоненти переосмислюються, оскільки семантично реалізується весь фразеологізм.

Фразеологізми відрізняються так само від багатьох стійких і синтаксично неподільних словосполук ідіоматичністю, що не володіють, і не здатних виражати щось більше, ніж те, що міститься в сукупності їх складових частин.

Переважає частина фразеологізмів однозначна. Розвитку багатозначності перешкоджає те, що фразеологізми часто утворюються внаслідок метафоричного переосмислення вільних словосполук такого ж лексичного складу. В результаті повторної метафоризації однієї і тієї ж вільної словосполучки з'являються такі багатозначні фразеологізми, які володіють лише метафоричними значеннями: *Be no where* – 1. Програти, потерпіти поразку; 2. Розгубитися, не знати, що сказати.

Фразеологія – це розділ науки про мову, що вивчає стійкі поєднання слів різного типу (фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і

фразеологічні сполучення) . Термін вперше був використаний Ш. Баллі у книзі «Французька стилістика» (1909) у назві розділу, де розглядалися стійкі сполуки слів.

Предметом фразеології як науки є дослідження природи фразеологізмів і їх ознак, а також виявлення закономірностей їх функціонування у мові. Згідно з О. В. Куніним фразеологізми – це інформативні одиниці мови та одна з мовних універсалій, оскільки немає мов без фразеологізмів. Фразеологічні одиниці відображають історичний шлях створення нації, специфіку культури певного народу. Фразеологія англійської та української мов формувалася протягом багатовікового історичного розвитку мовної творчості народів, їхніх контактів з іншими народами і культурами.

Фразеологічні одиниці (ФО) постійно викликають підвищений інтерес та увагу у дослідників. Адже вживання фразеологічних одиниць надає мові експресивності та виразності, оскільки вони відображають культурні особливості нації.

У новій парадигмі опису мовних явищ проводиться аналіз функціонування фразеологічних одиниць крізь призму концептуальних зв'язків. Формуванню когнітивного напрямку в мовознавстві сприяло збільшення наукових праць, присвячених саме науковому пошуку вирішення проблеми співвідношення мови та мислення.

В аспекті когнітивної парадигми вивчення мовних одиниць пов'язане з їх прямим аналізом як засобом представлення психічних механізмів. До характерних особливостей словесного вираження світу можна віднести зберігання та відтворення інформації про дійсність з урахуванням специфіки етнічної ідентичності. Важливе місце в цій течії займають дослідження фразеологічних одиниць, що виступають як засіб відображення сприйняття людьми образу світу відповідно до його ціннісної системи, в основі якої лежить національна культура. У когнітивній парадигмі під фразеологізмом розуміють мікротекст, структурування якого відбувається під час

інтерпретації його семантичної інформації носіями мови у просторі культурного знання [Кунин 1996, с. 65].

Вивчення фразеологічних одиниць на рівні асоціативного сприйняття та оцінки реальності узагальнює погляди носіїв мови. Стабільні в мовній свідомості представляють вербалізований продукт вторинного відображення картини світу. Когнітивні механізми формування фразеологічних знань мають співочу та мовленнєву специфіку, що відрізняє їх від процесів формування значень, створених за допомогою символічної прямої номінації. Вони засновані на опосередкованій пізнавальній діяльності людини, що представляє другий рівень мовно-творчої абстракції від об'єктивно-логічної картини світу [Кунин 1996, с. 17].

Вивчення стійких зворотів у когнітивній парадигмі свідчить про прагнення вчених освоїти нові методи опису фразеологічної мови, що зосереджуються на проблемах співвідношення об'єктивних та суб'єктивних факторів у семантиці фразеологічних одиниць, їх пристосованості до включення в когнітивні процеси.

Відповідно до визначення А. Селіванової, «...фразеологічна номінація отримала новий вектор дослідження – аналіз та моделювання психоментального вибору тієї чи іншої зовнішньої форми з урахуванням культури людей, структури особистої наочності та їх еволюцію.»[Селіванова 2001, с. 76].

У науковій парадигмі, пов'язаній з когнітивно-інтерпретаційним моделюванням, фразеологічні одиниці розглядаються як оригінальні мікротексти, до номінативної основи яких, на думку В. Телії, належать усі їхні види інформації, характерні для зображення конкретної ситуації, до їх концептуалізації [Телія 1996, с. 216]. Ці мовні одиниці, зберігаючи факти про справжню реальність, висловлюють суб'єктивне та емоційне ставлення суб'єкта до позначеного об'єкта, а також культурне та національне сприйняття світу певним мовним колективом. Фразеологічні одиниці

представляють різноманітний матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови [Телія 1996, с. 252].

Висловлюючи абстрактне через конкретне, розділені чуттєво та графічно, фразеологічні одиниці стають своєрідною формою відображення позамовної дійсності, яскравою частиною образно номінативної картини світу. З точки зору оригінальності, фразеологія як мовна підсистема займає найбільш образну позицію, в якій відображені різні форми мислення, пізнавальні процеси, уявлення людей про світ.

З позицій когнітивного підходу фразеологічні одиниці мінімальні з точки зору семантичної та граматичної єдності, структуровані під час пояснення носіями мови різної інформації, закладеної в основу стійких зворотів. У певній парадигмі дослідження виділяються типи когнітивних процедур, які збігаються з макрокомпонентами значення фразеологічних одиниць, до яких належить обробка інформації денотативного, оціночного, мотиваційного, емоційно-стилістичного характеру [Левченко 2002, с. 79]. Наявність таких подібних особливостей пояснюється специфікою семантики стійких зворотів. Основна властивість фразеологічних одиниць – образність та здатність смислу, внаслідок чого, на думку Я. Барана, вони не просто називають поняття, виражають об'єктивне логічне значення, а доповнюють його відповідними характеристиками предметів, процесів, явищ, які далеко не завжди містяться в семантиці одного слова [Баран 1998, с. 19]

В свою чергу, когнітивною базою метафоризації є головна властивість концептуальної системи – здатність представляти один об'єкт в термінах об'єкту іншого типу [Ченки 1996, с. 70; Ченки 2002, с. 341]. В теорії концептуальної метафори метафора трактується, передусім, як когнітивна операція над концептами і засіб концептуалізації, що дозволяє осмислити ту або іншу область дійсності в термінах понятійних структур, що спочатку склалися на базі досвіду, отриманого в інших областях [Lakoff 1980; 1993]. При цьому "перенесенню" піддається не ізольоване ім'я (з властивим йому прямим номінативним значенням), а цілісна концептуальна структура (схема,

фрейм, модель, сценарій), що активується деяким словом (фокусом метафори) у свідомості носія мови, завдяки конвенціональному зв'язку цього слова з цією концептуальною структурою. Таким чином, метафора дозволяє використати одне високо структуроване поняття для структуризації іншого [Lakoff 1980, с. 129].

1.2 Національно-культурний компонент семантики фразеологічної одиниці

Національно-культурний компонент семантики фразеологічної одиниці розглядається лінгвістами як дуже актуальне питання. Це зумовлюється тим, що взаємозв'язок мови та культури завжди різнився багатоплановістю дослідження. Національно-культурна семантика мови найяскравіше виявляється у таких мовних одиницях як фразеологізми. Мова до певної міри визначається культурою, але ступінь впливу культури ще досі не визначений. Твердження, що культура впливає на спосіб використання мови є беззаперечним, адже мова є вербальним її вираженням.

Фразеологічні одиниці, виконуючи функції знаків «мови» культури, не тільки виражають, але й формують культурну самосвідомість етносів. В останні десятиліття лінгвісти все частіше звертаються до досліджень фразеологічних одиниць з національно-культурної точки зору, що дозволяє проаналізувати, з однієї сторони, найрізноманітніші системні зв'язки в мові, а з іншої – виявити особливості культур носіїв досліджуваної мови, щоб розкрити загальні та специфічні характеристики національних особливостей. [Телия 1996, с. 250]

Фразеологічний запас сучасної англійської мови є зосередженням фонових знань, що допомагає краще вивчити культуру країни. При

лінгвокраїнознавчому підході до дослідження фразеологізмів головну роль відіграє зміст іншомовних одиниць. Лінгвокраїнознавчий аналіз фразеологічних одиниць неможливий без урахування таких чинників як: історії країни та її культури, суспільних ритуалів та звичаїв, духовних цінностей та ідеалів.

Національно-культурний компонент може знаходитися в будь-якій зі складових фразеологічного значення і виконувати одну з функцій, визначаючи виникнення, існування і розвиток фразеологічної одиниці. Національно-культурна своєрідність фразеологічних одиниць є невід'ємним компонентом їх значення. Фразеологізми з'являються в мовах на основі образного уявлення дійсності, пов'язаного з історичним і духовним досвідом народу.

Фразеологічні одиниці, в семантиці яких є національно-культурний компонент, дозволяють пролити світло на зв'язок культурно-національної своєрідності фразеологізмів з характерними особливостями світобачення носіїв мови, визначають роль та місце фразеології в формуванні та відображенні культурної самосвідомості народу, що свідчить про перспективи у даному напрямку для вирішення задач подальшого дослідження фразеологічного складу мови в контексті культури. Не дивлячись на те, що тісний зв'язок фразеології з національно-культурними традиціями мовних колективів, ні у кого не викликає сумнівів, запитань, пов'язаних з культурно-національною специфікою фразеологізмів, до цих пір залишається більше ніж відповідей.

Як відомо, є багато фразеологізмів, у значенні яких велику роль відіграє денотативний аспект, завдяки якому можна судити про побут і звичаї народу, його традиції, вірування – все те, що входить в поняття «культурна інформація». Водночас у багатьох ідіомах культурна інформація прихована в образному розумінні фразеологізму і в конотативних аспектах його значення.

На сьогоднішній день в лінгвістиці існують кілька підходів до виявлення національно-культурної складової фразеологічних одиниць, що

мають різну методологічну базу, різні методи дослідження, що відрізняються один від одного ступенем охоплення фразеологічного матеріалу.

В рамках лінгвокраїнознавчого підходу виділяються і класифікуються безеквівалентні екстралінгвістичні фактори, відображені в компонентному складі фразеологічних одиниць. Реалії, характерні для даної культури і належать до фонових знань носіїв мови, визначають національно-культурну своєрідність фразеологізмів.

В основі контрастивного підходу до виявлення національно-культурної своєрідності фразеологізмів, лежить зіставлення фразеологізмів різних мов з метою виявлення загального (наприклад, виявлення фразеологічних інтернаціоналізмів, аналіз фразеологічних паралелізмів в різних мовах, розгляд причин їх виникнення, аналіз видів еквівалентності фразеологізмів) і відмінностей, які і складають національно-культурну своєрідність фразеологічних еквівалентів зіставлених мов.

Лінгвокультурологічний підхід орієнтований на вивчення співвідношення фразеологізмів і знаків культури і актуалізує значення системи еталонів, стереотипів, символів для опису культурно-національної специфіки фразеологічної системи. В рамках цього підходу В. М. Телія розуміє глибинний сенс наявності фразеології в системі будь-якої мови як здатність фразеологізмів виступати в ролі експонентів культурних знаків, не тільки синхронно включаючись в діючу систему культурно-національного світорозуміння, а й транслуючи її фрагменти з покоління в покоління, беручи участь тим самим у формуванні світорозуміння, як окремої мовної особистості, так і мовного колективу.

На думку В. М. Телії основною метою лінгвокультурологічного аналізу фразеологічних одиниць є «виявлення і опис культурно-національних конотацій, супроводжуваних значення в формі образних асоціацій із зразками, стереотипами і іншими культурними знаками і співвідношених один з одним за допомогою когнітивних процедур, які надають цим конотаціям осмислення».

Когнітивний підхід використовує когнітивні процедури для більш глибокого рівня лінгвокультурологічного аналізу фразеологізмів. У когнітивної парадигми фразеологізм розуміється як мікротекст, який структурується в ході інтерпретації носієм мови всіх типів семантичної інформації фразеологізму в семантичному просторі культурного знання, що належить суб'єкту мовного спілкування. Когнітивний підхід до виявлення національно-культурної своєрідності фразеологізмів передбачає аналіз окремих фразеосемантичних полів з метою опису в їх рамках фразообразотворчих моделей, сукупність яких демонструє як національні особливості мовного членування світу, так і особливості лінгвокреативного мислення при створенні кожного окремого фразеологізму. Когнітивний підхід - це спосіб дослідження менталітету нації. Національно-культурна своєрідність фразеології в рамках цього підходу є особливості функціонування мовного мислення, особливості образної картини світу.

Як справедливо зауважує В. М. Телія, лінгвокультурологічний аспект дослідження – це вияв та опис синергетичної за своєю суттю кореляції між „мовою” культури і семантикою фразеологізмів. А його мета – осягнути розумом живі культурно значущі смисли одиниць фразеології, які проявляються не тільки й не стільки у віддалених від нас за часом текстах, скільки в життєдайних дискурсивних практиках, у яких і проявляється володіння культурно-мовною компетенцією. І тільки на основі цих даних можна говорити про фразеологію як про найбільш культуроносний компонент мови в дії.

Національно-культурні елементи семантики ФО проявляються на трьох рівнях:

1. В ідіоматичному значенні стійкого словесного комплексу (за допомогою метафоризації, семантичного переміщення)
2. В значенні лексичного елементу фраземи. Це можуть бути архісемантика, безеквівалентна лексика, етнічно-культурні реалії, знаки невербальної комунікації

3. У прямому значенні вислову-прототипу, який змінив своє значення. В основі ідіоми лежать численні народні традиції, звичаї, ігри і т.д.

На думку В. М. Телії, інтерпретуючи фразеологічні єдності на основі співвіднесення їхніх асоціативно-образних сприйнятів зі стереотипами, що відображають народний менталітет, ми тим самим розкриваємо їхній культурно-національний смисл і характер, який і є змістом національно-культурної конотації

Культурна конотація - інтерпретація денотативного або образно вмотивованого аспектів значення мовного знака в категоріях культури, що передбачає виявлення зв'язку образу, що лежить в основі номінативної одиниці мови (слова або фразеологізму), зі стереотипами, символами, еталонами, міфологемами і іншими знаками національної та загальнолюдської культури, освоєної народом - носієм мови. Культурна конотація - інструмент для вивчення взаємодії в певні періоди або епохи життя народу, що зробили помітний вплив на формування його ментальності. Здатність мови виражати зміну культурно значущих орієнтирів досліджувалася у вітчизняній філології. Така взаємодія спостерігається і в лексичному, і у фразеологічному пластах мови.

Якщо фразеологізм має культурно-національну специфіку, то він повинен мати свій спосіб втілення в його знакову організацію і свій спосіб вказівки на цю специфіку. [Телія 1996, с. 215]

Таким засобом втілення культурно-національної специфіки фразеологізмів служить образна основа, а способом вказівки на цю специфіку є інтерпретація образної основи в знаковому культурно-національному «просторі» даної мовної спільноти. Такого роду інтерпретація і становить зміст культурно-національної конотації. Таким чином, план вираження фразеологізмів, а також закріплені за ними культурні конотації самі стають знанням, тобто джерелом когнітивного освоєння. Саме тому фразеологізми стають експонентами культурних знаків. Наряду з цим існує

нагальна потреба оперувати джерелами інтерпретації фразеологізмів при описі змісту культурної конотації.

Ідіоматика, на відміну від слів, безпосередньо відображає когнітивну діяльність членів мовного колективу, що ґрунтується на наївному уявленні про світ носіїв мови, на їхньому ставленні один до одного, до того, що відбувається з ними в цьому світі. Дослідження ідіоматики переконливо показало спільність багатьох сюжетів, тобто актів і ситуацій, що знайшли відображення в ідіомах, і про здатність кожної мови створити тільки свої мовні засоби для позначення цих актів і ситуацій. Зв'язок між об'єктивними умовами життя й конкретними матеріальними, соціальними й моральними аспектами його прояву неминуче знаходить відображення в мові взагалі та її ідіоматиці зокрема.

Зауважимо, що співвіднесеність фразеологізмів із «мовою культури» в лінгвокультурологічному аналізі може бути виявлена як загальне правило тільки на достатньо репрезентативних масивах ідеографічних полів (на зразок «властивості особи», «почуття», «інтелектуальні здібності та стан», «поведінка», «простір» та ін.). Саме на тлі таких угруповань може бути виявлена базова метафора, що слугує посередником між мовою та культурною компетенцією носіїв мови: вона ніби вказує на той категоріально-культурний простір, у якому інтерпретуються, здавалося б, несумісні образні основи ідіом і слів. Будь-яка фразеологічна одиниця є носієм своєрідності сприйняття світу й національної культури окремою мовною спільнотою. На відміну від лексики, вивчення якої з цих позицій має давню традицію, фразеологія й афористика в цьому плані продовжує залишатися мало дослідженою.

Зробимо висновок, що у фразеологічній системі будь-якої мови поряд із спільними компонентами семантики наявні і специфічні елементи, які несуть відбиток національної культури.

Національно-культурна специфіка фразеології загалом полягає у:

– способі членування світу, що відображає особливості менталітету (по- перше, крайній прояв асиметрії – явище фразеологічної безеквівалентності, яке не заперечує існування аналогічних вербалізованих значень на лексичному рівні чи загалом у формі невербалізованої фонові національно-культурної інформації; по-друге, опрацьованість певних концептуальних просторів, тобто існування різної кількості одиниць, що вербалізують концепт у досліджуваних мовах);

– способі вербалізації (використанні тих чи інших метафоричних принципів, прототипних уявлень);

– заповненні, загалом типової для зіставляваних мов, метафоричної моделі на вербальному рівні специфічними компонентами (наприклад, безеквівалентними словами);

– відображенні прототипних та стереотипних уявлень, у фразеологічних ремінісценціях національних прецедентних текстів.

Твердження про національно-культурну специфіку фразеологічної системи будь-якої мови потребує ґрунтовного аналізу з огляду на те, що окрім поверхневої специфічності, яку наочно демонструють реаліі-компоненти фразеологічних одиниць на вербальному рівні (безеквівалентна лексика, арготизми, жаргонізми, історизми, оніми тощо), існує глибинна специфіка: за словами (словосполученнями) на вербальному рівні стоять одиниці концептуального рівня, обсяг яких демонструє низку відмінностей під час міжмовного зіставлення.

1.3 Фразелогізм як компонент мовної картини світу

Терміни *мовна картина світу* чи *мовний образ світу* (англ. linguistic view (picture) of the world) широко використовують у лінгвістичних

дослідженнях різного спрямування, зокрема у лінгвокультурології.
[Кононенко 1996, с. 270]

Оскільки в різних мовах світ можуть інтерпретувати по-різному, тому й відмінності виявляють у змісті понять, обсязі знань й у сфері вживання того чи того слова. У зв'язку з цим лінгвісти визначають поняття мовної картини світу. Усі об'єкти зовнішнього світу представлено в людській свідомості у вигляді внутрішнього образу.

Мовна картина світу є підсистемою концептуальної картини світу, охоплюючи ті її компоненти, з якими співвіднесені мовні знаки. Зміна концептуальної картини світу, що ґрунтується на засвоєнні нового знання, викликає зміни в мовній картині світу. І, навпаки, збагачення мови новими одиницями, які містять нове знання, призводить до відповідних перетворень у концептуальній картині світу [Кононенко 1996, с. 33–41].

На думку лінгвістів, психолінгвістів мовна картина світу не є суто національною, тому що культурна інформація, яка закодована в мовних одиницях, не обов'язково обмежена рамками лише однієї мови, адже вона може бути частиною загальнолюдської системи культурних цінностей [Апресян 2006, с. 28].

Популярним є підхід до розуміння мовної картини світу, який полягає у тому, що мовну картину світу визначають як «систему ціннісної орієнтації, закодовану в асоціативно-образних комплексах мовних одиниць і відтворювану через інтерпретацію цих образних основ за допомогою звернення до еталонів та стереотипів світосприймання лінгвокультурної спільноти, які їх зумовили».

Під час дослідження фразеології можна використати різні терміни й відповідно різні стратегії дослідження: світогляд «світобачення» (рос. мировоззрение, мировидение), коли йдеться про цілісний, певною мірою «зоровий», образ – т. зв. гештальт; світовідчуття, світовідчування (рос. мироощущение, мировосприятие), коли йдеться про т. зв. «емоційний» образ світу, світорозуміння (рос. миропонимание, миропостижение), коли йдеться

про інтерпретацію, зокрема, у фразеології базових концептів, пов'язаних із розумовою, соціальною діяльністю людини чи спробами «реінтерпретації» науковцями мовної інформації, мовної картини світу.

Отже, якщо в мовній картині світу вбачаємо позначення «вузлів» концептуальної картини світу, то з цього логічно випливає, що для виявлення відмінностей менталітетів народів необхідно зіставляти не лише явища всіх мовних рівнів, які є лише верхівкою айсбергу, але й змодельовані за мовними рефlekсами одиниці концептуальних рівнів. Необхідно вивчати підґрунтя, що визначає категоризацію й специфіку граматики у широкому розумінні.

Фразеологія переважно фіксує уявлення, які не відповідають “стереотипній” нормі, описує явища, предмети, процеси тощо, параметри яких відхиляються на шкалі норми вліво або вправо, тобто виняткові явища. Зазначені відхилення стосуються різних аспектів життя людини, що пояснюється існуванням численних стратегій оцінювання. Членування світу за інтенсивністю виявлення того чи іншого параметра властиве й лексичній системі. Фразеологічні одиниці відтворюють, на відміну від лексичних, не картину світу, а тільки її фрагменти, особливо актуальні для носіїв мови. Г. Яворська, аналізуючи дискурс влади, називає діапазон дії влади у соціокультурному просторі всеохоплюючою фрагментарністю [Яворська 2002, с. 219]. У певному сенсі метафору «всеохоплююча фрагментарність» можна застосувати до фразеологічної репрезентації світу, бо фразеологія своїми значеннями пронизує найрізноманітніші концептосфери. Фразеологічні одиниці своїми значеннями частково перетинаються з лексикою, загалом доповнюють картину світу, створювану лексичними одиницями. Фразеологізми мають свою сферу референції, вони членують світ на дрібніші фрагменти з огляду на їх значимість для мовців. Безліч фразеологічних вербалізацій ґрунтується на раціональній оцінці, яка дістає емоційне втілення. Відомо, що базові емоції, як-от радість, страх, притаманні й вищим приматам, однак інтелектуальні здібності вважають набутими

людиною в процесі онтогенезу. Можливо, ставлення, висловлене емоційно, спрощує процес комунікації.

Одиниці лексичного і фразеологічного рівнів відрізняються за своєю природою, що пояснюється прагматикою. Один з таких відмінних параметрів – експресивність. Прибічники «вужького» розуміння фразеології називають експресивність серед релевантних ознак ФО (наприклад, О. Бабкин). Прагматика вимагає експресії в оцінюванні. Розглядаючи фразеологічну систему як таку, що складається з ідіом, фразем і паремій, можна виділити власне номінативні фразеологічні одиниці, для яких експресивність виявляється не релевантною. Більшість одиниць фразеологічної системи – вторинне відтворення картини світу, поглиблене пізнання світу. Можливі випадки, коли домінує номінативна функція, а не експресивна. Спостерігаємо у фразеологізмах навіть повну відсутність експресивності, хоч вони образно, метафорично мотивовані. Порівнюючи кількість лексичних і фразеологічних одиниць, позначених експресивністю, можна твердити, що у фразеологічній системі більше експресивних одиниць, ніж стилістично нейтральних. Якщо слова, ідіоми, фраземи називають і характеризують предмет, явище, ситуацію, то паремії – тільки ситуацію або є результатом операцій мислення (судження, умовивід). Причому такий результат – це усталена думка соціуму, типовий результат, що переростає у стереотип.

Фразеологічні одиниці збудовано на основі контрасту між нормою і станом речей насправді. Загалом фразеологізми як знаки ситуацій, взаємодії об'єктів спричиняють активізацію різноманітних когнітивних елементів (ментальних репрезентацій). Активізуються складні глибинні структури – концепти чи їх складові (різноманітні фрейми (декларативні та процесуальні)). Під час сприйняття ФО відбувається процес декодування концептуальних структур, що були залучені до процесу творення ФО. Процес декодування (розуміння) спрощується наявністю у структурі фразеологічних одиниць символів. Носії мови розуміють фразеологізми, які

їм трапилися вперше, навіть ізольовано, поза контекстом, бо їм відомі типові моделі вербалізації смислів, архетипи.

Фразеологічна система є важливою частиною наївної (побутової) картини світу. Фразеологія – аномальна мовна сфера. Аномальність фразеології, на відміну від “нормальних” засобів мови, полягає в емоційній забарвленості її одиниць, що виявляється також у наявності модального і/або оцінного компонента в абсолютній більшості фразеологізмів. Емоції та оцінка, а особливо емоційна оцінка, – один із найважливіших принципів творення ФО.

Отже, особливістю фразеологічної репрезентації світу є те, що одиниці цього рівня позначають інформацію, дещо відмінну від інформації, позначуваної одиницями лексичного рівня [Апресян 2006, с. 130]. Певна частина фразеологічних одиниць має здатність репрезентувати діяльнісний образ світу, відсилаючи до сцен та сценаріїв, до діяльності як сукупності дій чи процедур, створюючи світ прототипних (стереотипних) ситуацій. Фразеологія – це символічний світ, у якому різноманітні об’єкти, явища та процеси дістають символічні позначення. Фразеологічна репрезентація світу відрізняється від лексичної більшою архаїчністю, міфологізованістю. Фрагментарність фразеологічної системи та репрезентованої нею картини світу компенсує високий рівень дискретизації певних ділянок, відмінних від тих, які категоризує лексика.

Національно-культурна інформація, яку зберігає фразеологія, є різнотипною, вона стосується різних рівнів (концептуального, вербального тощо). Як уже зазначалося, фразеологія – це вербалізована частина системи стереотипних та прототипних уявлень та оцінок певного соціуму, позначених знаково, і якими керується людина у своїй діяльності (ймовірніше, які керують людиною); фразеологічний матеріал – це ключ до експлікації прототипних репрезентацій певних об’єктів, явищ, процесів, абстрактних понять тощо, а також мовний рівень, що містить специфічну розгалужену систему символів. Національно-культурна інформація пов’язана з архаїчними

міфологічними уявленнями, звичаями, ритуалами, традиціями господарювання, християнством та філософськими концепціями, що переважають у певній лінгвоспільноті. Звичайно, культурний фон формується й під впливом культур, які взаємодіють із досліджуваною безпосередньо чи опосередковано.

Тобто в певному сенсі фразеологічні одиниці наділені специфікою за своєю природою, що не заперечує універсальності оцінок, ставлень тощо. Національно-культурна інформація, звичайно, релевантна тільки під час культурологічного аналізу. Для носія мови, який не зіставляє рідну мову з чужою, ця інформація занадто очевидна, щоб звертати на неї увагу. Ситуація кардинально змінюється під час перекладу, коли втрата національно-культурної специфіки спотворює оригінал.

1.4 Когнітивні основи фразеотворення

Розширення об'єктивних кордонів дослідження метафори в кінці ХХ – на початку ХХІ століть пов'язано з укоріненням когнітивно-дискурсивної парадигми у дослідженнях сучасних лінгвістів, які розглядають метафору, як складне поліфункціональне явище у логіко-філософському, семіотичному, семантичному, стилістичному та ономаціологічному аспектах (Н. Д. Арутюнова, М. Блек, Е. Кассіер, Дж. Міллер, А. Річардс, В. М. Телія).

Когнітивному напрямку сучасної науки про мову притаманне розуміння фразеологічних одиниць не лише як лінгвістичного, але і як ментального факту, що концептуалізує концептосферу. Особливої уваги заслуговує концептуальний аналіз [Гамали 1998, с. 19].

Відповідно до проведених наукових розвідок з когнітивного аналізу мови (мовлення) визначено, що фразеологічна одиниця належить не до рівня

мовної техніки, а до рівня мислення та діяльності [Гамали 1998, с. 19]. Переважно в мові постає картина фразеологічної систематики, яка розкриває людський спосіб мислення та поведінки в неоднозначній ситуації, що, зазвичай, реалізується в життєвому дискурсі. Концептуальна система мови містить універсальний і національний компоненти.

Сучасна теорія метафори бачить у метафорі важливу ментальну операцію як спосіб категоризації, пізнання та концептуалізації, оцінки та пояснення світу. Людина за допомогою метафор мислить і пізнає світ, у якому вона живе.

Новий погляд на метафору призвів до розробки категорії когнітивної чи концептуальної метафори. Як зазначає Г. Г. Молчанова: «Переваги когнітивного підходу до традиційних метафоричних переносів полягає у новому підході до самого механізму створення метафори: важливий не неодмінний «загальний семантичний компонент двох порівнюваних об'єктів», а різноманітні та складні форми взаємопроникнення концептуальної, мовної та художньої (літературної) сфер». [Молчанова 2007, с. 120]

Аналіз наукових робіт з когнітивної лінгвістики дозволяє стверджувати, що відповідно до найпоширенішого підходу, основною метою когнітивного напрямку є встановлення та опис моделей концептуалізації об'єктивної реальності залежно від особливостей світовідчуття та світосприйняття як окремого індивіда, так і культурної спільноти в цілому. «На відміну від попередніх підходів застосування ідей когнітивізму в лінгвістиці передбачає відмову від суворого вичленування меж окремих значень полісемантичної лексики та протиставлення різних стилістичних засобів за подібністю, суміжністю та іншими традиційними параметрами». [Шустрова 2008, с.56-58].

Дж. Лакофф і М. Джонсон вважають, що, метафори як мовні явища відображають базовий когнітивний процес, при цьому у розумовій діяльності людини головну роль грають не логіка, не формалізовані процедури

виведення, а аналогія, тобто перенесення значення з однієї змістовної області до іншої. Метафора у мові представляється як мовне відображення аналогових процесів людського мислення. Метафора реалізується не тільки в мові, але й у мисленні, точніше кажучи, вона використовується у мові, оскільки вже була використана у мисленні. Таким чином, ми можемо вважати, що наша здібність розуміти, аналізувати та створювати метафори є вродженою. [Lakoff 1980, с. 118]

В різних мовах можна побачити однакові метафори, що пояснюється подібністю досвіду людей. Не дивлячись на розбіжність між мовними спільнотами у способі життя, все ж таки досвід людей, живих істот має схожу психофізичну організацію і це також впливає на те, що метафоричні одиниці перетинаються між собою.

Основними передумовами когнітивного підходу до вивчення метафори стали положення про її ментальний характер (онтологічний аспект) і пізнавальний потенціал (епістемологічний аспект). Метафоричне вживання мови багато в чому відрізняється від «буквального», але при цьому воно не стає, а ні менш зрозумілим, а ні більш темним, ні менш практичним, ні більш незалежним від істинного і помилкового. Метафора не просто засіб «прикрашення»; вона активно приймає участь у розвитку знань, заміщуючи застарілі категорії новими, які дозволяють побачити проблему в іншому світлі, надаючи нам нові факти.

Сучасні розробки когнітивної теорії метафори викликані необхідністю вивчення практичного мовлення і тих сфер, що звернені до мислення, пізнання та свідомості, до концептуальних систем [Лакофф 1980, с. 5-6], способів функціонування метафоричних моделей як особливого типу «дискурсивних практик». Серед великої кількості існуючих теорій метафори найбільш поширеною, на сьогодні, є теорія концептуальної (когнітивної) метафори. Формування даної теорії пройшло декілька етапів, які характеризуються концепціями різних типів; від трактування метафоризації як семантичного зсуву прямого значення слова в сторону переносного, до

трактування метафори як складного багаторівневого явища у когнітивному, комунікативному, психологічному та інших аспектах.

Концептуальні метафори визначають способи номінації однорідних понять через серію метафор, які базуються на загальних та подібних асоціаціях, охоплюючи таким чином цілі ідеографічні поля. Іншими словами, концептуальна метафора – це стійкі відповідності між областю джерела і цілі, зафіксовані у мовній і культурній традиції суспільства.

У будь-якій метафорі мають бути донорська та реципієнтна зони; дієслова руху можуть вживатися у значенні дієслів мови, тоді рух - це донорська зона для промови, яка, своєю чергою виявляється реципієнтною. Донорська зона конкретна і антропоцентрична: для її формування, як відомо, широко використовується людина, зокрема, її тіло, місцезнаходження у просторі та рух. Ця стратегія формування донорської зони запропонована Дж. Лакоффом і описується терміном *embodiment* - цим робиться спроба осмислити деякі загальні процедури метафоризації в природних мовах. Поширеним поясненням є те, що реципієнтна зона абстрактніша, не має яскравих фізичних характеристик і як би «просить» метафоризації, а для цього необхідно звернутися до донорської зони, яка відрізняється конкретністю значення.

У метафори виділяють дві важливі області, щоб вказати на навколишню дійсність. Донорська зона - це елемент, на основі якого виконується перенесення, тобто, область-джерело концептуалізації (source). Дж. Лакофф вважає, що область - джерело інтуїтивно зрозуміліше, конкретніше, і, зазвичай, пов'язане з безпосереднім фізичним чи просторово первинним досвідом людини, будучи відомий більш детально обом співрозмовникам. Друга - це реципієнтна зона, тобто, область-мішень (target) концептуальної метафори. Надзвичайно важливим аспектом у вивченні метафори є те, що вона відповідає за здатність людини вловлювати і створювати подібність між різними класами об'єктів та індивідів

Області джерела та області мети нееквівалентні не тільки у сенсі напряму метафоризації. Область джерела - це конкретніше знання, яке людина отримує у процесі безпосереднього досвіду взаємодії з реальністю. Це знання «за знайомством». Сфера мети – менш ясне, менш конкретне, менш певне знання, це, скоріше, «знання за визначенням». Як пише Дж. Лакофф, «метафора дозволяє нам розуміти досить абстрактні або за своєю природою неструктуровані сутності в термінах більш конкретних або, принаймні, більш структурованих сутностей» [Лакофф 1993, с. 245]. Ця ідея була відображена в «тезі про односпрямованість метафоричної проєкції». Надалі теза про «односпрямованість», висунута в когнітивній теорії метафори, викликала безліч критичних відгуків.

Стійкі відповідності між областю джерела та областю мети, зафіксовані в мовній та культурній традиції цього суспільства, отримали назву «концептуальних метафор». У дескрипторній теорії метафори метафорична проєкція є функцією відображення елементів області джерела в елементи області мети. Тим самим, ми можемо зробити висновок, що джерело виявляється «областю відправлення» функції відображення, а мета – «областю прибуття». У результаті формується відповідність між джерелом та метою, стабільність якої в кожному конкретному випадку сильно варіює – від найменш стабільних творчих метафор до стійких «стертих» метафор, фіксованих у культурній традиції суспільства. Коли елементи області призначення добре структуровані, відповідність між елементами області відправлення та області призначення метафоричної функції відображення може бути однозначною.

Дж. Лакофф і М. Джонсон [Лакофф, Джонсон 2004, с. 230] пропонують наступну типологію концептуальних метафор, яка розділяє усі існуючі метафори на три основних типи:

1. структурні метафори – одне поняття структурно впорядковується у термінах іншого;

2. орієнтаційні метафори – створюють концепти через просторові поняття та відношення;

3. онтологічні метафори – розкривають події, дії, емоції, ідеї тощо, як якусь істоту чи субстанцію.

Будучи явищем природної мови, *концептуальна метафора виконує наступні когнітивні та комунікативні функції:*

- сприяє становленню формуванню та поясненню концепту в людській свідомості (когнітивна функція);
- забезпечує актуалізацію вже наявного концепту і лематизацію його певних сторін у мовленнєво-мислиннєвому процесі (комунікативна функція).

Отже, перед лінгвокультурологією сьогодні стоїть важливе завдання – вивчити принципи вербалізації ментальних одиниць – концептів та їхнього функціонування в мегатексті методом зіставлення з аналогічними одиницями інших мов з метою виявлення культурно значимої інформації і культурно значимих концептів певної мови, що у результаті повинно привести до вичерпного опису мовної картини світу та її специфіки

Поняття концептуальної метафори досліджується, аналізується багатьма лінгвістами, які розкривають нові факти та значення. Концептуальна метафора, а саме її теорія визнається на світовому рівні і використовується у практичних дослідженнях, наукових роботах та знаходить реалізацію у нових проектах.

Найважливіший висновок із сказаного і описаного у тому, що метафора не обмежується лише сферою мови, тобто, сферою слів: самі процеси мислення людини значною мірою метафоричні. Саме це мають на увазі, коли йдеться у тому, що понятійна система людини впорядковується і визначається метафорично. Метафори як мовні вирази стають можливими саме тому, що існують метафори у понятійній системі людини. Все насправді дуже просто.

Розуміння терміна концепт у лінгвокультурологічному дослідженні, як це не парадоксально, певним чином програмує висновки дослідження. Як видається, коректним було би розуміння/використання і у лінгвокультурології терміна концепт у загальнонауковому значенні як найбільшої оперативної одиниці ментального рівня, яка на вербальному рівні може позначатися словом, словосполученням чи фразеологізмом. У процесі розумової діяльності відбувається актуалізація принаймні однієї й згортання інших структурних частин концепту – фреймів. Культурно значимий концепт – одиниця ментального рівня, яка у певній системі (картині світу) виконує роль стрижневого елемента. Видається, що погляд на концепти як на ментальні конструкти, що «стоя» лише за «абстрактними» сутностями, не може бути застосований у межах лінгвокультурології. Власне і національно-культурну специфіку не можна вважати параметром релевантним для зарахування тих чи інших одиниць до концептів. Широкий погляд на розуміння культурно значимих концептів уможлиблює пояснення взаємозв'язків мови, мислення та культури, дає змогу дослідити процеси творення значень.

Фразеологія забезпечує презентацію того, про що людина дізналася через уже пізнане, зафіксоване в значенні мовної одиниці. Такий образ відіграє роль внутрішньої форми з характерними саме для нього асоціаціями, що надають суб'єкту мовлення широкий діапазон для інтерпретації позначеного та для відображення низки «відтінків» змісту. Отже, фразеологія є засобом отримання нового знання, створюючи сильне асоціативне поле за допомогою обмеженого діапазону засобів виразності, також образів і символів, концептів.

Висновки до розділу 1

У першому розділі ми розглядали теоретичні засади поняття фразеологізму з позиції когнітивного підходу, його національно-культурний компонент семантики, когнітивні основи фразеотворення та визначення фразеологізму як компонента мовної картини світу.

Ми дійшли до висновку, що поняття фразеологізму включає в себе багато різноманітних компонентів, і тому не існує єдиного визначення цього терміну. Це також пояснюється існуванням різних підходів до дослідження цього питання. Підсумовуючи підходи вчених до визначення цих понять, вважатимемо, що фразеологізм – це семантично пов'язане сполучення слів, що виникає у мові, як результат метафоризації його значення, та відтворюється у вигляді специфічної, усталеної та цілісної конструкції. У когнітивній парадигмі під фразеологізмом розуміють мікротекст, структурування якого відбувається під час інтерпретації його семантичної інформації носіями мови у просторі культурного знання. Фразеологічні одиниці представляють різноманітний матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови.

Щодо національно-культурного компонента фразеологічної одиниці, то він може знаходитися в будь-якій зі складових фразеологічного значення і виконувати одну з функцій, визначаючи виникнення, існування і розвиток фразеологічної одиниці. Національно-культурна своєрідність фразеологічних одиниць є невід'ємним компонентом їх значення. Фразеологізми з'являються в мовах на основі образного уявлення дійсності, пов'язаного з історичним і духовним досвідом народу. Ми виявили, що національно-культурні елементи семантики фразеологічних одиниць проявляються на трьох рівнях: 1) в ідіоматичному значенні стійкого словесного комплексу (за допомогою метафоризації, семантичного переміщення); 2) в значенні лексичного

елементу фраземи. Це можуть бути архісемантика, безеквівалентна лексика, етнічно-культурні реалії, знаки невербальної комунікації; 3) у прямому значенні вислову-прототипу, який змінив своє значення.

Фразеологічні одиниці відтворюють, на відміну від лексичних, не картину світу, а її фрагменти, особливо актуальні для носіїв мови. Це також дуже цікаве питання, яке досліджується вже багато років різними вченими. Якщо пояснювати простими словами, то фразеологічні одиниці саме доповнюють картину світу. Фразеологія – це символічний світ, у якому різноманітні об'єкти, явища та процеси дістають символічні позначення та мають емоційне забарвлення.

Принагідно зазначимо, що новий погляд на метафору призвів до розробки категорії когнітивної чи концептуальної метафори. Дж. Лакофф і М. Джонсон пропонують наступну типологію концептуальних метафор, яка розділяє усі існуючі метафори на три основних типи: 1) структурні метафори – одне поняття структурно впорядковується у термінах іншого; 2) орієнтаційні метафори – створюють концепти через просторові поняття та відношення; 3) онтологічні метафори – розкривають події, дії, емоції, ідеї тощо, як якусь істоту чи субстанцію. Поняття концептуальної метафори досліджується, аналізується багатьма лінгвістами, які розкривають нові факти та значення. Концептуальна метафора, а саме її теорія визнається на світовому рівні і використовується у практичних дослідженнях, наукових роботах та знаходить реалізацію у нових проектах.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД

2.1 Структурно-семантична класифікація спортивних фразеологізмів та особливості їх відтворення у перекладі

Структурно-семантичний аспект фразеологізмів має важливе значення, адже тут вивчається і природа, і характер семантичних відношень мовних одиниць.

У фразеологізмах простежується як явно виражений зміст, так і прихований. Тобто є фразеологічні одиниці, дивлячись на які, ми можемо зрозуміти значення, а є фразеологічні одиниці в яких складно віднайти те правильне значення, тому що воно дуже добре перефразоване та завуальоване. Такі лексеми називають експліцитними та імпліцитними. У лінгвістиці, найпоширеніше розуміння експліцитності та імпліцитності пов'язано з явним або неявним виразом семантики мовних одиниць компонентів різних рівнів мови. До структурно-семантичної класифікації відносяться номінативні спортивні фразеологізми, номінативно-комунікативні, вигуківі і модальні, які виражають певні емоції та комунікативні, зі структурою речення. [Кунін 1970, с. 340]

Щодо перекладу фразеологічних одиниць, більшість дослідників вважають, що, перш за все потрібно визначити зв'язок між виразом вихідної мови і мови перекладу. На думку С. Влахова і С. Флоріна, можливості досягнення повноцінного словникового перекладу фразеологізмів залежать в основному від співвідношення між одиницями вихідної мови та мови перекладу:

1) Ідіоматична одиниця має в мові, на яку ведеться переклад, точну і незалежну від контексту, абсолютну відповідність (сміслову значення і конотації);

2) Ідіоматичні одиниці можна передати підібравши в мові, на яку ведеться переклад, ту чи іншу відповідність, зазвичай з деякими змінами для максимального наближення до повноцінного перекладу;

3) Ідіоматична одиниця не має в мові, на яку перекладається, ні еквівалентів, ні аналогів і неперекладна в словниковому порядку. Тому слід перекладати тільки поясненням. [Влахов ; Флорін 2012, с.183]

Окрім проблеми розрізнення фразеологізму, перекладач зустрічається з національно-культурними відмінностями між подібними по смислу фразеологічними одиницями в двох різних мовах. Співпадаючи по смислу, фразеологічні одиниці можуть мати різне стилістичне забарвлення, різну образну основу, різну емотивну функцію. В деяких випадках використання фразеологізму у вихідному тексті будується на використанні можливостей національно-культурного колориту.

Маючи справу з фразеологічними одиницями при перекладі перекладач повинен не тільки знати обидві мови, але й вміти аналізувати стилістичні та культурно-історичні аспекти вихідного тексту у порівнянні з можливостями мови, яка перекладається.

При відсутності безпосередніх відповідників вихідний фразеологізм можна перекласти шляхом пошуку аналогічної фразеологічної одиниці, яка має спільне значення з вихідним. При цьому слід пам'ятати про те, що часто схожі за значенням, але різні за формою фразеологічні одиниці у різних мовах мають різне емоційно-асоціативне забарвлення і не завжди взаємозамінні.

Практично єдиним способом повідомити отримувача тексту, який перекладається про наявність у вихідному тексті фразеологізму є перекладацький коментар. У будь-якому випадку під час роботи із фразеологічними одиницями у вихідному тексті перекладач, окрім власної

пам'яті, може покладатися на цілий ряд тлумачних фразеологічних словників.

Переклад фразеологічних одиниць можна здійснювати за допомогою правил перекладу:

- 1) пошук еквіваленту
- 2) пошук аналогу
- 3) калькування
- 4) описовий переклад
- 5) комбінований переклад

Фразеологічний еквівалент. Такі образні фразеологічні одиниці в рідній мові, які повністю відповідають по змісту якому-небудь англійському фразеологізму і які базуються на одному з ним образі перекладаються за допомогою еквівалентів (інтернаціональні вирази, які несуть біблійно-міфологічний чи літературний характер).

Фразеологічні аналоги. Кількість образних фразеологічних одиниць, які співпадають по змісту та образності в англійській та рідній мовах, порівняно невелика. Значно частіше перекладачеві треба використовувати український фразеологізм, аналогічний по змісту англійському, але, який базується на іншому образі.

Дослівний переклад (калькування) фразеологічних одиниць. Іноді перекладач, намагаючись зберегти образність оригіналу при перекладі фразеологізму, який немає ні еквіваленту, ні аналогу в рідній мові, вдається до дослівної передачі образу в іноземній фразеології. Такий спосіб може бути застосований в тому випадку, якщо в результаті калькування отримаємо вираз, образність якого легко сприймається українським читачем та не створює враження непридатності загальноприйнятим нормам української мови. Іноді при дослівному перекладі англійського фразеологізму використовують вставні слова: як говориться, як кажуть; ніби підкреслюючи цим, що іноземна мова приведена дослівно. Дослівний переклад не є фразеологічним перекладом, бо він не використовує готові фразеологічні

одиниці, які є у мові перекладу, а кожного разу створює новий образний зворот, чужий рідній мові, хоча зрозумілий.

Передумовою для калькування є достатня вмотивованість значення фразеологічної одиниці значеннями її компонентів. Тобто калькування можливе б лише тоді, коли дослівний переклад може довести до читача зміст усього фразеологізму, а не значення його частин складових.

Описовий переклад. Якщо англійський фразеологізм не має в рідній мові еквіваленту або аналогу, а дослівний переклад міг би привести до малозрозумілого буквалізму, перекладачеві необхідно відмовитись від передачі образності та використовувати описовий переклад – з поясненням змісту фразеологічної одиниці за допомогою вільного сполучення слів.

Комбінований переклад є найбільш поширеним при перекладі фразеологічних одиниць з компонентом власних назв. Як бачимо із вище дослідженого, відтворення фразеологізмів першотвору в перекладі здійснюється різними способами, виходячи із тієї ролі, яку вони відіграють, та враховуючи контекст, а також ідіому в кожному конкретному випадку. Тому, добре знаючи переваги і недоліки кожного з можливих способів перекладу, ми в кожному конкретному випадку вибираємо той, який найкраще відповідає умовам контексту.

У роботі використані фразеологічні одиниці, отримані методом суцільної виборки із наукових праць та словників. До кожного типу ми підібрали декілька прикладів, щоб продемонструвати різницю як і в структурі, так і в перекладі.

2.1.1 Номінативні фразеологізми. Номінативні ФО, тобто фразеологізми, що означають предмети, явища і тощо. До складу номінативних ФО входять фрази та звороти, що мають номінативне значення:

- ***An early bath*** - used to refer to a situation in which a football player is ordered to leave the pitch during a game because they have done something wrong - отримати червону картку. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***Buy money*** - place the highest bet on the favorite - ставити найбільшу ставку на фаворита. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом детального опису значення
- ***Dark horse*** - a candidate or competitor about whom little is known but who unexpectedly wins or succeeds - темна конячка. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом калькування
- ***A walk over*** - a game or sports event that is won very easily by one side or one person - легка перемога. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***Also ran*** - unsuccessful person in election or competition - невдаха, який не витримав порівняння. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом детального опису значення
- ***Pinch hit*** - player replacement. In a game of baseball, if you pinch-hit for another player, you hit the ball instead of them - заміна гравця. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***Lay-up*** - a shot with one hand from a point close to the basket, in which a player shoots the ball toward the basket, often off the backboard - легкий кидок з близької відстані. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом детального опису значення
- ***Offensive play*** - the act of an attacking party - наступальна тактика. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку еквіваленту
- ***A fair field and no favor*** - an environment in which all who are present or participate are afforded equal conditions and opportunities - рівні можливості. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу

- **Runner-up** - a person or team that finishes in second place - бути другим у боротьбі за перемогу. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом детального опису/шляхом пошуку аналогу
- **Double-header** - sporting contest between two teams that involves two separate games being played, often on the same day - дві гри (як правило, бейсбол), які граються одна за одною і граються перед одним і тим же натовпом. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом детального опису значення
- **Level playing field** - a situation in which everyone has a fair and equal chance of succeeding - у всіх рівні шанси на перемогу. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення.

2.1.2 Номінативно-комунікативні фразеологізми. Сюди належать дієслівні ФО, які можуть трансформуватися в речення при вживанні дієслова в пасивному стані:

- **To keep one's wicket up** - to defend their interests - відстоювати свої інтереси. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- **To be nowhere** - be badly beaten or completely unsuccessful; not to be among the finalists - не потрапити в число фіналістів, безнадійно відстати. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- **Have a ball** - to have fun : to spend time in a very enjoyable way - веселитися. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку еквіваленту
- **Get a head start** - the advantage of beginning before others in a competition or other situation - почати раніше за всіх. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку еквіваленту

- ***Get a second wind*** - a return of strength or energy that makes it possible to continue in an activity or start again - мати приплив енергії після втоми; відкрилося друге дихання. Отже бачимо, що у першому випадку фразеологізм перекладається шляхом опису значення, а в другому випадку, можна перекласти дослівно
- ***Give one a run for one's money*** - to make it difficult for (someone) to win a game or contest by trying hard and playing or performing well, though they lost, they gave last year's champions a run for their money - зібрати всю силу, щоб перемогти іншу людину. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення
- ***Take sides*** - to choose a person or party whom one supports, defends, or agrees with in an argument - вибрати людину чи групу для підтримки. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***Beat the gun*** - to manage to do something before the ending signal. This phrase comes from sporting events in which gunfire was sometimes used to indicate the end of a contest - зробити щось до закінчення сигналу гри. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення
- ***To jump out of one's skin*** - to receive a sudden unpleasant shock or surprise - бути сильно наляканим. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***Down and out*** - get off your feet and not be able to stand up until the referee counts to ten - збитися з ніг та не мати можливості встати доки арбітр не порахує до десяти. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення
- ***Chuck up the sponge*** - give up in the face of defeat or lacking hope; admit defeat in the second round, the challenger gave up - здатися, визнати себе переможцем. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу

- ***Cut and run*** - to leave quickly in order to avoid danger or trouble - рятуватися втечею. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку еквіваленту
- ***Rally around*** - to join together to support (someone or something) in a difficult time or situation - об'єднуватися разом, щоб підтримати когось. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення
- ***Root for*** - to express your support for the success of someone or something - підбадьорити, підтримати позитивними оплесками гравця. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення.

2.1.3 Вигуківі та модальні фразеологізми. Вигуківі і модальні ФО - це фразеологічні одиниці, що виражають емоції, волевиявлення тощо, але не володіють предметно-логічним значенням. Нижче наведені приклади, які яскраво демонструють вищенаведені характеристики:

- ***It isn't cricket*** - is used in English to say that something is unfair or dishonest - це нечесно! Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***It's your ball*** - it is time for someone to deal with a problem or make a decision, because other people have already done as much as they can - твоя черга! Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку еквіваленту
- ***It's a different game*** - some thing or situation that is very different to, and often more difficult or complicated than, something else - ну це вже інша справа! Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку еквіваленту
- ***That's the ball game*** - a situation and all its attendant circumstances; a completely different situation from how things were before - кінець гри!

Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу

- ***Light the lamp*** - a common phrase or term used in hockey language that means "to score a goal". When a goal is scored in the NHL, the red light behind the net that the goal was scored in will turn on, and that is the basis for the term "to light the lamp" - гооол! Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***The ball is in your court*** - one has the responsibility for further action, especially after someone else previously held responsibility. The phrase originated in tennis - тепер ваша черга! Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу.

2.1.4 Комунікативні фразеологізми. Комунікативні ФО – це фразеологічні одиниці зі структурою простого та складного речення. До цієї класифікації відносяться не просто фрази, а саме ідіоми які включені в речення. Тож , наведемо приклади декількох з них:

- ***You can't win them all*** - something you say that means it is not possible to succeed at everything you do - ти не можеш перемогти усіх. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом калькування
- ***If you run after two hares, you will catch neither*** - concentrate on one thing at a time or you will achieve nothing. You cannot do two things successfully at the same time - за двома зайцями поженешся, жодного не впіймаєш. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом дослівного перекладу
- ***Push it over the goal line*** - just as in football, the ultimate objective of every drive is to push the ball over the goal line, we use the expression to mean working hard to obtain any goal - прагнення команди рухатись по футбольному полю не враховується, поки м'яч не перетинає лінію

воріт. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом опису значення

- ***Send (someone) to the showers*** - to disqualify someone from a game or exclude them from an activity, because of their bad behaviour or poor performance - відправити гравця за межі поля або дискваліфікувати. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу
- ***Play hardball with (someone)*** - To be ruthless, aggressive, or harsh (with one) in order to achieve a certain result, especially compared to previous, less aggressive tactics - дій завжди рішуче, щоб отримати бажане. Отже бачимо, що фразеологізм перекладається шляхом пошуку аналогу.

За нашими дослідженнями, найпродуктивнішими способами перекладу фразеологічних одиниць структурно-семантичної класифікації є переклад шляхом пошуку аналогу та опису значень. Вони найточніше і зрозуміліше передають значення кожного фразеологізму. Складність перекладу була в тому, що не всі фразеологічні одиниці можна перекласти дослівно, вони мають свою експресивність і метафоричність значення, тому в українському перекладі краще знайти аналог або еквівалент, який буде хоч трохи переплітатися з мовою оригіналу й передавати зміст.

Дослідження показало, що однією з помилок перекладу фразеологічних одиниць є сприйняття фразеологізму у мові першотвору як вільного словосполучення із самостійним, прямим значенням слів-компонентів, що входять до його складу.

2.2 Лінгвокогнітивні характеристики спортивних фразеологізмів

Сучасний етап лінгвістичних студій характеризується новим підходом до дослідження мовних явищ (зокрема фразеологізмів) на засадах когнітивної та лінгвокультурологічної парадигми.

Предметом когнітивної лінгвістики є проблема ролі мови у процесах пізнання й осмислення світу, в проведенні процесів його концептуалізації та категоризації (підведення явища, об'єкта, процесу тощо під певну рубрику, категорію; утворення і виділення власне категорій, тобто членування зовнішнього і внутрішнього світу людини й упорядковане подання різноманітних явищ через зведення їх до меншого числа розрядів та об'єднань), проблема співвідношення концептуальних систем із мовними, наукової та звичайної (буденної) картин світу з мовною [Полюжин 1998, с. 148]. Когнітивна лінгвістика виникає на базі когнітивізму в рамках сучасної антропоцентристської парадигми, що суттєво розширює обрії лінгвістичних досліджень. Наприкінці ХХ ст. з'явилася необхідність поглянути на мову з боку її участі в пізнавальній діяльності людини. Інформація, отримана в ході предметно-пізнавальної діяльності, надходить до людини через різні канали, але предметом розгляду в когнітивній лінгвістиці є лише та її частина, яка відбивається і фіксується в мовних формах [Полюжин 1998, с. 19]. Основним семантичним поняттям у когнітивній лінгвістиці є «концепт».

В. М. Телія наголошує, що «концепт – це завжди знання, структуроване у фрейм, а це значить, що він відображає не тільки істотні ознаки об'єкта, а всі ті, які у даному мовному колективі заповнюються знанням про сутність». Із цього витікає, що концепт має дістати культурно-національну «прописку» [Телія, 1996, с. 96].

Також і спортивні фразеологізми можна розподілити на різні категорії, які будуть стосуватися не тільки самого спорту, але й інших сфер життя людини. У цьому аналізі буде видно, що слова та фрази, які мають суто

спортивне значення можуть в залежності від використання пояснювати національне бачення, особливості та мислення у кожній фразеологічній одиниці.

• ***Pull out all the stops*** - не зупинятися/ докласти усі зусилля.

Компонент *stops* = *effort, strength*

В метафорі також прихований національно-культурний компонент, насамперед цей вислів використовувався в музиці і асоціювався з грою на органі. А зараз ми бачимо перехід від однієї сфери життя в іншу. В спорті цей вислів дуже гарно підходить, як лозунг до перемоги;

• ***Two strikes/Three strikes and you're out*** - три удари і ти вибув.

Компонент *strikes* = *chances*

Ідіома нам відома з гри в боулінг, тобто відображає специфіку та насамперед правила. Вважаю, що також можна віднести до національно-культурного аспекту. На сьогоднішній день, метафора більш за все використовується в бізнесі і розкриває вже інше значення;

• ***The ball is at somebody's feet*** – господар положення.

Метафора *ball at feet* = *advantage, success*

Можна провести паралель з футболом, коли у гравця є м'яч, то він понад усе намагається добігти до воріт та забити гол, на ньому відповідальність. Так само і у звичайному житті, у кого є привілеї і як кажуть « усі карти на руках », той і має шанс на успіх;

• ***Front runner*** - людина, що випереджає своїх конкурентів.

Метафора *front* = *success*

У спорті – це людина яка стовідсотково дійде до фінішу першою і яка залишила усіх конкурентів позаду. Зі спортивного значення, ідіома набула більш такого буденного відтінку і стала описувати величезний успіх у всьому, також дуже широко відома у рекламній індустрії, як *front product* – бренд, продукт вищого гатунку и який має величезні продажі;

• ***Set the pace (make the running)*** - задавати темп.

Метафора *pace = speed, tempo, activity*

Загалом, це слово походить з давніх-давен з історії. Так називали людину, яка швидша за всіх інших. На сьогоднішній день, так можна описати людину, яка може повести за собою, яка може налаштувати публіку на хороший лад;

• ***The ball is in your court*** - ваша черга.

Концепт *ball = change, solution, success*

Тобто ми бачимо, що слово зі спортивного значення перейшло в більш повсякденне. Можна зрівняти з грою в теніс, коли м'яч відбивається на протилежну сторону (сторону конкурента), це означає, що його черга подачі. Так само і в бізнесі, можна навести приклад, коли приймається важливе рішення, то зазвичай його приймає людина, яка займає високу посаду, тобто всі передають вирішальне право голосу саме їй;

• ***Give one a run for one's money*** - намагатися з усіх сил перемогти.

Метафора *give one a run = challenge*

Сама ідіома походить від скачок, коли людина за свої гроші робила ставку на коня і хотіла, щоб він брав участь у змаганні.

Проаналізувавши вираз та знайшовши в ньому іншу сторону тлумачення, люди стали користуватися ідіомою та розуміти її, як *виклик*;

• ***Hot shot*** - майстерна і знаюча собі ціну людина.

Компонент *shot = carrier, professionalism, success*

Метафора походить ще з давніх-давен, так називали людину, яка яка в пориві агресії, злості могла взяти рушницю та вистрілити. Пізніше це слово стало використовуватися як жаргонний термін для експрес-поїзда. На сьогоднішній день, метафора описує успішну та кваліфіковану людину, справжнього професіонала своєї справи;

• ***Out of your league*** – не твій рівень

Метафора *out of league = type, love, level*

У першу чергу цей вислів прийшов з бейсболу. Також дуже цікавим є порівняння слову *league*, як типаж. Коли йдеться мова про кохання між чоловіком і жінкою, то кожен має своє уявлення про майбутнього партнера, підбирає під свій типаж людину і коли ми хочемо висловити свою думку про те, що хтось комусь не підходить, саме ця ідіома буде влучною.

league, як комфорт- коли йдеться про незручне становище, ніяково відчуваєш себе;

• ***To be a good sport*** - бути кооперативним і прийняти поразку з добротою/гідністю

Метафора *sport = healthy, strong*

Зазвичай цей вираз має буквально значення, тобто *sport* – спортсмен, людина яка весь свій час витрачає на те, щоб добре виглядати, яка систематично займається певним видом спорту та бере участь у спортивних змаганнях.

Друге значення ідіоми криється у тому, що словом *sport* можна описати людину, яка з гідністю проходить всі перешкоди і яка завжди з усмішкою йде уперед назустріч своїм страхам;

• ***A balls up*** – помилка, погана робота

Метафора *a balls up = chaos, fail*

Тобто ми бачимо, що значення метафори дуже далеке від спорту, як може здаватися на перший погляд. В ній відкривається інший зміст, а саме, коли у вас на роботі поганий день і ви дуже втомилися, ця метафора вживається для опису самопочуття. Ще одне значення метафори – коли згодом повинна відбутися якась важлива подія, завжди починається легкий сумбур, хаос, хвилювання і от саме задля того, щоб чітко описати ситуацію використовується ця ідіома;

• ***To kick something around*** – запропонувати ідею

Метафора *kick around* = incorrect attitude, something unplanned
Фраза широко відома у футболі і перекладається як – передача м'яча від одного гравця до іншого.

Згодом, із однієї сфери ідіома набула свого значення і в інших, більш буденних. Перше значення- у повсякденному житті це означає поводитися з кимось недобрим і несправедливим чином. Друге значення - незаплановано кудись дібратися і проводити час ознайомлюючись із місцевістю;

•***pick-up game*** - щось незаплановане, коли люди реагують на події, як вони відбуваються

Метафора *pick-up game* = love

Тут можна виділити наступні значення: 1)тема кохання-стандартний пікап, коли ти розмовляєш з дівчиною, з якою у тебе немає думки продовжувати спілкування надалі і будувати стосунки, тобто ти просто її зацікавлюєш грою слів і більше ви ніколи не бачитесь після зустрічі; 2)ще одне цікаве значення ідіоми - час, який ти витрачаєш відповідаючи на кожне повідомлення привітання з Днем Народження у Фейсбуці від друзів та родичів;

•***To leave the track*** - вийти з боротьби

Метафора *track* = carrier

Тобто коли людина вирішила кардинально змінити вид своєї діяльності, спробувати себе у новій професії та побудувати кар'єру в іншій сфері. Друге значення ідіоми – опис місця проживання;

•***Have the inside track*** - прямий/найкоротший шлях до успіху

Метафора *inside track* = success, advantage

Вигідне становище/перевага (можливість раніше за інших володіти інформацією). Мати можливості та все необхідне щоб досягти успіху найближчим часом.

Перше та початкове значення ідіоми йде зі спорту -*внутрішня бігова доріжка*; Також, якщо трохи глибше пірнути в аналіз та історію цієї ідіоми

то можна дізнатися, що вона відноситься до залізничного терміну і описує *внутрішній шлях*;

• ***In full swing*** - бути на піку активності

Метафора *swing = freedom*

Можна описати разгар подій, наприклад, на концерті, фестивалі, спектаклі, найцікавіший момент. Друге значення – повна свобода дій, коли тобі ніхто не пише правила і ти спокійно, легко йдеш по життю;

• ***Wild card*** - можна охарактеризувати когось, хто непередбачуваний, або хто поводитьься несподіваним чином

Метафора *wild = spontaneity*

Спершу, фраза була широко відома з покеру та використовувалася у різних карткових іграх.

Також можна виділити наступні значення ідіоми, які пізніше набули свого окремого значення в різних сферах життя: 1) додаткова можливість кваліфікуватися; 2) символ, який використовується в комп'ютерних програмах для позначення будь-якої цифри або літери; 3) непередбачувана людина, компонент *wild* тут вказує на спонтанність або ніяк заздалегідь не зрозумілу поведінку.

Висновки до розділу 2

У другому розділі ми розглянули структурно-семантичну класифікацію, лінгвокогнітивні характеристики спортивних фразеологізмів та особливості їх відтворення у перекладі. Також проаналізували кожну категорію і навели приклади до кожної з них, щоб продемонструвати різницю в структурі і перекладі.

Згідно з дослідженнями ми виявили, що до структурно-семантичної класифікації відносяться: 1) номінативні спортивні фразеологізми: *an early bath, buy money, dark horse*; 2) номінативно-комунікативні: *to be nowhere, have a ball*; 3) вигуківі і модальні, які виражають певні емоції: *it's your ball, it's a different game*; 4) комунікативні, зі структурою речення: *push it over the goal line, send (someone) to the showers*. Переклад фразеологічних одиниць можна здійснювати за допомогою правил перекладу: пошук еквіваленту, пошук аналогу, калькування, описовий переклад, комбінований переклад. За нашими дослідженнями, найпродуктивнішими способами перекладу фразеологічних одиниць структурно-семантичної класифікації є переклад шляхом пошуку аналогу та опису значень. Вони найточніше і зрозуміліше передають значення кожного фразеологізму.

Щодо лінгвокогнітивних характеристик спортивних фразеологічних одиниць, у ході аналізу було виявлено, що кожен фразеологізм пояснює не тільки явища у спорті, але й УСПІХ, КОХАННЯ, КАР'ЄРУ, національне бачення, особливості та мислення. Наприклад: 1) *Front runner* - людина, що випереджає своїх конкурентів. Метафора *front = success*; 2) *Give one a run for one's money* - намагатися з усіх сил перемогти. Метафора *give one a run = challenge*; 3) *To leave the track* - вийти з боротьби. Метафора *track = carrier*.

ВИСНОВКИ

Ця робота була присвячена лінгвокогнітивному та перекладацькому аспектам сучасних англomовних спортивних фразеологізмів.

У першому розділі ми розглядали теоретичні засади поняття фразеологізму з позиції когнітивного підходу, його національно-культурний компонент семантики, когнітивні основи фразеотворення та визначення фразеологізму як компонента мовної картини світу.

Ми дійшли до висновку, що поняття фразеологізму включає в себе багато різноманітних компонентів, і тому не існує єдиного визначення цього терміну. Це також пояснюється існуванням різних підходів до дослідження цього питання. Підсумовуючи підходи вчених до визначення цих понять, вважатимемо, що фразеологізм – це семантично пов'язане сполучення слів, що виникає у мові, як результат метафоризації його значення, та відтворюється у вигляді специфічної, усталеної та цілісної конструкції. У когнітивній парадигмі під фразеологізмом розуміють мікротекст, структурування якого відбувається під час інтерпретації його семантичної інформації носіями мови у просторі культурного знання. Фразеологічні одиниці представляють різноманітний матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови.

Щодо національно-культурного компонента фразеологічної одиниці, то він може знаходитися в будь-якій зі складових фразеологічного значення і виконувати одну з функцій, визначаючи виникнення, існування і розвиток фразеологічної одиниці. Національно-культурна своєрідність фразеологічних одиниць є невід'ємним компонентом їх значення. Фразеологізми з'являються в мовах на основі образного уявлення дійсності, пов'язаного з історичним і духовним досвідом народу. Ми виявили, що національно-культурні елементи семантики фразеологічних одиниць проявляються на трьох рівнях: 1) в ідіоматичному значенні стійкого словесного комплексу (за допомогою

метафоризації, семантичного переміщення); 2) в значенні лексичного елементу фраземи. Це можуть бути архісемантика, безеквівалентна лексика, етнічно-культурні реалії, знаки невербальної комунікації; 3) у прямому значенні вислову-прототипу, який змінив своє значення.

Фразеологічні одиниці відтворюють, на відміну від лексичних, не картину світу, а її фрагменти, особливо актуальні для носіїв мови. Це також дуже цікаве питання, яке досліджується вже багато років різними вченими. Якщо пояснювати простими словами, то фразеологічні одиниці саме доповнюють картину світу. Фразеологія – це символічний світ, у якому різноманітні об'єкти, явища та процеси дістають символічні позначення та мають емоційне забарвлення.

Принадгдно зазначимо, що новий погляд на метафору призвів до розробки категорії когнітивної чи концептуальної метафори. Дж. Лакофф і М. Джонсон пропонують наступну типологію концептуальних метафор, яка розділяє усі існуючі метафори на три основних типи: 1) структурні метафори – одне поняття структурно впорядковується у термінах іншого; 2) орієнтаційні метафори – створюють концепти через просторові поняття та відношення; 3) онтологічні метафори – розкривають події, дії, емоції, ідеї тощо, як якусь істоту чи субстанцію. Поняття концептуальної метафори досліджується, аналізується багатьма лінгвістами, які розкривають нові факти та значення. Концептуальна метафора, а саме її теорія визнається на світовому рівні і використовується у практичних дослідженнях, наукових роботах та знаходить реалізацію у нових проектах.

У другому розділі ми розглянули структурно-семантичну класифікацію, лінгвокогнітивні характеристики спортивних фразеологізмів та особливості їх відтворення у перекладі. Також проаналізували кожену категорію і навели приклади до кожної з них, щоб продемонструвати різницю в структурі і перекладі.

Згідно з дослідженнями ми виявили, що до структурно-семантичної класифікації відносяться: 1) номінативні спортивні фразеологізми: *an early*

bath, buy money, dark horse; 2) номінативно-комунікативні: *to be nowhere, have a ball*; 3) вигуківі і модальні, які виражають певні емоції: *it's your ball, it's a different game*; 4) комунікативні, зі структурою речення: *push it over the goal line, send (someone) to the showers*. Переклад фразеологічних одиниць можна здійснювати за допомогою правил перекладу: пошук еквіваленту, пошук аналогу, калькування, описовий переклад, комбінований переклад. За нашими дослідженнями, найпродуктивнішими способами перекладу фразеологічних одиниць структурно-семантичної класифікації є переклад шляхом пошуку аналогу та опису значень. Вони найточніше і зрозуміліше передають значення кожного фразеологізму.

Щодо лінгвокогнітивних характеристик спортивних фразеологічних одиниць, у ході аналізу було виявлено, що кожен фразеологізм пояснює не тільки явища у спорті, але й успіх, кохання, кар'єру, національне бачення, особливості та мислення. Наприклад: 1) *front runner* - людина, що випереджає своїх конкурентів. Метафора *front = success*; 2) *give one a run for one's money* - намагатися з усіх сил перемогти. Метафора *give one a run = challenge*; 3) *to leave the track* - вийти з боротьби. Метафора *track = carrier*.

Складність перекладу була в тому, що не всі фразеологічні одиниці можна перекласти дослівно, вони мають свою експресивність і метафоричність значення, тому в українському перекладі краще знайти аналог або еквівалент, який буде хоч трохи переплітатися з мовою оригіналу й передавати зміст. Дослідження показало, що однією з помилок перекладу фразеологічних одиниць є сприйняття фразеологізму у мові першотвору як вільного словосполучення із самостійним, прямим значенням слів-компонентів, що входять до його складу.

Спортивна сфера життя людини слугує вже протягом довгого часу одним із джерел поповнення фразеологічного складу англійської мови. Існування великої кількості класифікацій фразеологізмів свідчить про значний інтерес науковців до фразеологічного фонду різних мов, в цьому і полягають перспективи дослідження саме цієї області.

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the linguocognitive and translation aspects of modern English sports phraseology.

The object of research is modern English sports phraseology of various sports.

The main aim of the paper consists in linguistic and cognitive analysis of the phraseology of sports discourse and identify its features in the structure and translation. It determined the accomplishment of such objectives as:

- determine the linguocognitive characteristics of sports phraseology;
- analyze methods of translating sports phrases;
- establish structural and semantic features

Translation of phraseological units can be done with the help of translation rules: equivalent search, analogue search, tracing, descriptive translation, combined translation. The most productive ways of translation are translation by searching for an analogue and descriptive translation. Regarding the linguocognitive characteristics of sports phraseological units, the analysis revealed that each phraseology explains not only the phenomena in sports discourse, but also success, love, career, national vision, features and thinking. A new look at metaphor has led to the development of a category of cognitive or conceptual metaphor. J. Lakoff and M. Johnson propose the following typology of conceptual metaphors: 1) structural metaphors; 2) orientation metaphors; 3) ontological.

Key-words: phraseology, concept, sport, semantic features, national and cultural component.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авалиани Ю. Ю., Эмирова А. М. Некоторые вопросы современной фразеологии. Проблемы стойкости и вариативности языковых единиц. Тула : Высшая школа, 1972. 260 с.
2. Алехина А. И. Фразеологическая единица и слово. Минск : Изд-во Высшая школа, 1991. 135 с.
3. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Харків : Вища школа, 1987. 133 с.
4. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: научное пособие. Москва : ФЛИНТА, 2016. 288 с.
5. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Ленинград : Изд-во Ленинградского университета, 1963. 208 с.
6. Амосова Н. Н. Проблемы фразеологии : исследования и материалы. Москва : Изд-во Высшая школа, 2002. 138 с.
7. Апресян Ю. Д. Языковая картина мира и системная лексикография. Москва : Языки славянских культур, 2006. 912 с.
8. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови. Івано-Франківськ : ЛілеяНВ, 1997. 176 с.
9. Борисенкова Л. М. К вопросу о некоторых особенностях концептосферы. *Лексикология и стилистика. Современные тенденции развития. К 70-летию В. С. Вашукина и В. А. Портянникова*. Нижний Новгород : НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2004. С. 34–40.
10. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. Москва : Высшая школа 1986. 342 с.
11. Гамали А. М. Актуальные вопросы когнитивной лингвистики. Москва : Изд-во Высшая школа, 1988. 302 с.

12. Гаманко Р. С. Структурно-семантические и функциональные свойства идиоматичных слов английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук 10.02.04. Самара, 2008. 20 с.
13. Гарифуллина А. Е. К вопросу о языковой картине мира. Москва : Изд-во Высшая школа, 2007. 197 с.
14. Головань А. В. Семантико-ассоциативная структура концепта. Барнаул : Изд-во Алт ГГУ, 2001. 119 с.
15. Гончарова Н. Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. Тула: Изд-во ТулГУ, 2012. Выпуск 2. С. 53–59.
16. Дядечко Л. А. Языковые и концептуальные картины мира. Киев : Изд-во Высшая школа, 2004. 250 с.
17. Єрохова А. А. Роль спорту в житті сучасної людини. URL : http://www.rusnauka.com/15_KPSN_2015/Sport/2_1_93218.doc.htm. (дата звернення: 17.09.2021).
18. Єрценко П. Г. Класифікація фразеологічних одиниць *Вісник «Іноземна філологія»*. Вип. 4. Київ, 1994. С. 8–12.
19. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів : Вища школа, 2003. 264 с.
20. Ковшова М. Л. Как с писаной торбой носиться: принцип когнитивно-культурологического исследования идиом. *Фразеология в контексте культуры*. Москва: Языки русской культуры, 1999. С. 104–111.
21. Кононенко І. В. Національно-мовна картина світу: зіставний аспект (на мат-лі укр. та рос. мов). *Мовознавство*. Київ, 1996. С. 270-281.
22. Кошелев А. Д. Эксплицитное выражение концептов. Москва : Изд-во Высшая школа, 2008. 207 с.
23. Кошик А. Г. Відтворення англійських спортивних фразеологізмів в українському перекладі. URL : http://confcontact.com/2013_04_17/18_Koshyk.htm. (дата звернення: 22.08.2021)

24. Кузнєцова Г. В. Види семантичних змін у фразеологізмах (на матеріалі сучасної англомовної прози). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2004. С. 150–157.
25. Кунин, А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь. 6-е издание, испр. (около 20 000 фразеологических единиц). Москва : Живой язык, 2005. 980 с.
26. Кунин А. В. Фразеология современного английского языка. Москва : Издательство Высшая школа, 1970. 344 с.
27. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. /пер. с англ., ред. и с предисл. А.Н. Баранова/. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
28. Левченко О. П. Фразеологічна репрезентація світу *Мовні та концептуальні картини світу*. *Мовні та концептуальні картини світу: Зб. наук. праць*. Вип. 7. Київ : КНУ, 2002. С. 307-315.
29. Литвин А. А. Семантика та функціонування англійських фразеологічних одиниць на позначення поняття «удар» у спортивній грі волейбол. *Наукові записки. [Національний університет «Острозька академія»]*. – Сер. : Філологічна. – 2009. – Вип. 11. С. 269–273. – URL : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf_2009_11_47.pdf. (дата звернення: 17.09.2021).
30. Литвинов П. П. Фразеология. Москва : Примстрой, 2001. 60 с.
31. Никитин М. В. Развернутые тезисы о концептах. Вопросы когнитивной лингвистики. Краснодар : Изд-во Высшая школа, 2004. — No 1. С. 53–64
32. Никитина К. А. Профессиональная спортивная фразеология: классификация по происхождению. Молодой ученый. Иркутск, 2013. № 9. С. 459–461.

33. Полюжин М. М. Когнітивна парадигма лінгвістичних досліджень. *Проблеми романо-германської філології*. Ужгород : Ужгородський держ. ун-т, 1999. С. 22–39.
34. Попова З. Д., Стернин И. А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1999. 130 с.
35. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 232 с.
36. Савченко А. В. Фразеология сферы спорта, как пример языковой игры. Вестник СПбГУ. Москва : Изд-во Высшая школа, 2014. Сер. 9. Вып. 1. С. 221–227.
37. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ : Наукова думка. Дніпро, 1973. 280 с.
38. Слухай Н. В. Сучасні лінгвістичні теорії концепту як мовно-культурного феномену. *Мовні і концептуальні картини світу*. Зб. наук. праць. №7. Київ : видавництво Вища школа, 2002. С.462–470.
39. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва : Языки русской культуры, 1996. 288 с.
40. Телия В. Н. Метафора как модель смысл опроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция. *Метафора в языке и тексте*. Москва : изд-во Высшая школа, 1988. С. 173–203.
41. Телия В. Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов (от мировидения к миропониманию) *Славянское языкознание. IX съезд славистов. Доклады российской делегации*. Москва : изд-во Высшая школа, 1993. С.302–314.
42. Фрумкина Р. М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога (концепт, категория, прототип). Москва : изд-во Высшая школа, 1992. 268 с.

43. Чабаненко В. А. Стилiстичне увиразнення фразеологiзмiв. *Українська мова і література в школі*. Харків : вид-цтво Наукова думка, 1981. Сер. 9. С. 60-62.
44. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях . Харьков, 1996. № 2. С.68-78.
45. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка: учеб.пособие для студ. филол. фактов. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва.: Высшая школа, 1969. 232 с.
46. Burger H. Phraseologie – Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 2, überarb. Auflage – Berlin, 2003. 179 p.
47. Colson J. Cross-linguistic phraseological studies: An Overview / J.P. Colson *Phraseology: An interdisciplinary perspective*. Amsterdam: John Benjamins, 2008. 423 p.
48. Cruse D. A. Prototype theory and lexical semantics. Meaning and prototypes. Studies in linguistic categorization. London : Pandora, 1990. 512 p.
49. Dobrovol'skij D., Piirainen E. Idioms: motivation and etymology. *Yearbook of Phraseology*. Lviv, 2010. P. 73–96.
50. Granger S. Phraseology: An interdisciplinary perspective . Amsterdam : John Benjamins, 2008. 423 p.
51. Jackendoff R. Semantics and Cognition (current studies in linguistics series). Cambridge (Mass.): The MIT Press. New York ,1993. 283 p.
52. Nelson K. Some evidence for the cognitive primacy of categorization and its functional basis. Thinking. Readings in Cognitive Science Cambridge: Cambridge University Press. Chicago, 1983. 390 p.
53. Seidl J., McMordie W. English Idioms and How to Use Them. 4th edition. London : Oxford University Press, 1978. 268 p.
54. Turner M. Reading Minds. The Study of English in the Age of Cognitive Science. Princeton : Princeton University Press, 1998. 320 p.

55. Ungerer F., Schmid H. J. An Introduction to Cognitive Linguistics. New-York : Longman, 1999. 306 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

56. Collins Online Dictionary. URL : <https://www.collinsdictionary.com/> (accessed: 14.09.2021).
57. Cambridge Dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed: 13.09.2021).
58. Oxford Dictionary. URL : <https://www.englishclub.com/vocabulary/idioms-sports.htm> (accessed: 07.10.2021).