

Національний університет “Острозька академія”

Навчально-науковий інститут лінгвістики

Кафедра англійської філології

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

магістра

на тему:

Порівняльний аналіз фразеологізмів-колоронімів на прикладі англійської та французької мов (на матеріалі автентичних текстів)

Виконав: студент II курсу, групи МА-2

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

Васильчук А.С.

Керівник Ковальчук І.В.

Рецензент \_\_\_\_\_

Роботу розглянуто і допущено до захисту  
на засіданні кафедри англійської філології  
протокол №\_\_ від “\_\_” \_\_\_\_\_ 2023 р.

Зав.кафедри \_\_\_\_\_ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2023 рік

## ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ ЯК ОБ'ЄКТ ПОРІВНЯЛЬНИХ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	7
1.1. Визначення та категорії фразеологізмів у лінгвістиці.....	7
1.2. Роль та структура колоративного компоненту у фразеологізмах: основні характеристики.....	14
1.3 Феномен кольорів. Особливості їх сприймання.....	20
1.4 Походження фразеологізмів та їх компонентів.....	26
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	32
РОЗДІЛ 2. ЗМІСТ ТА БУДОВА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ, ЯКІ ВКАЗУЮТЬ НА КОЛІР, В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВАХ.....	34
2.1. Фразеологізми, які вказують на колір, в англійській мові: основні аспекти.....	34
2.1.1. Видільні риси фразеологізмів, пов'язаних з кольорами, в англійській мові.....	34
2.1.2. Особливості структури фразеологізмів, які вказують на колір, в англійській мові.....	44
2.2. Фразеологізми, пов'язані з кольорами, в французькій мові: основні риси.....	47
2.2.1. Семантичні особливості фразеологізмів, які вказують на колір, в французькій мові.....	47
2.2.2. Структурні характеристики фразеологізмів, які вказують на колір, в французькій мові.....	55

2.2.3. Структурна характеристика фразеологізмів, в французькій мові.....	61
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	65
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-КОЛОРОНІМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ.....	66
3.1. Порівняльний аналіз безбарвних та кольорових фразеологізмів у англійській та французькій мовах: кількісний аспект.....	66
3.2. Лінгвокультурні відмінності та спільні риси фразеологізмів-колоронімів у англійській та французькій мовах.....	67
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	81
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	86

## Вступ

Фразеологізми – це явище, що знаходиться на перетині мови та культури, і вони не лише відображають мовні особливості, але й втілюють ціннісні та світоглядні концепти народу-носія мови. Це завжди привертало увагу мовознавців. Фразеологізми є неподільними за значенням і структурою виразами, які переносять значення та мають національно-культурні відтінки. Утворюючись у мові, вони відображають явища навколишнього світу, а ми, в свою чергу, надаємо їм характеристики, зокрема, за допомогою кольорових асоціацій. Крім фразеологізмів існує група виразів, в яких використовуються кольори, що є потужним засобом впливу на наші емоції та фізичні відчуття. Кожен колір впливає на наше становище і може викликати різні емоційні реакції. І саме ці асоціації з кольором допомагають надати виразам яскравості та емоційності, яка відображає різні аспекти нашого життя.

Тому не дивно, що останніми роками фразеологічні одиниці з назвами кольорів досить часто привертають увагу дослідників. (О. Зубач, Л. Ковбасюк, Т. Козак, І. Гуменюк, Л. Донецьких, В. Дятчук, Л. Пустовіт, Т. Семашко та ін.). На думку лінгвістів, фразеологізми з компонентом «колірне найменування» належать до частини номінативного складу мови, який характеризується вираженою культурною та національною ідентичністю [21, с. 268].

Треба відзначити, що у фразеологізмах назви кольорів часто втрачають своє початкове значення та отримують різноманітні семантичні відтінки. Деякі фразеологізми можна розглядати як сукупність окремих компонентів, тоді як інші становлять цілісні вирази через взаємодію їх складових. Люди сприймають кольори як не лише об'єктивні характеристики, але й як морально-естетичні оцінки. Фразеологічні вирази, які включають назви кольорів, мають оцінні конотації та відображають уявлення про світ у кожній конкретній культурі.

Варто зазначити, що сприйняття кольорів залежить від яскравості та насиченості кольорів, а також особливостей сприйняття, які визначаються культурними та мовними особливостями. Тому значення різних кольорів може суттєво відрізнятись в різних культурах. Наприклад, білий колір може асоціюватися із чистотою та невинністю в європейських культурах, тоді як у країнах Азії він може символізувати траур.

Англійська та французька культури, хоч і мають спільний історичний корінь, можуть відрізнятись у сприйнятті кольорів та використанні фразеологічних виразів, які мають компонент-колоронім. Це питання залишається актуальним для дослідження.

**Об'єкт дослідження** є фразеологічні одиниці, що містять колоративний компонент у своїй структурі. Конкретно, робота зосереджена на аналізі фразеологізмів-колоронімів у англійській та французькій мовах, їхніх значень та вживання в різних контекстах.

**Предмет дослідження** є фразеологізми з колоративним компонентом в англійській та французькій мовах. Робота спрямована на аналіз їхньої

семантики, структури, а також на порівняльне дослідження лінгвокультурних особливостей цих виразів у двох різних мовних середовищах.

**Метою дослідження** є ретельне вивчення та аналіз фразеологізмів, які містять колоративний компонент, у англійській та французькій мовах. Дослідження спрямоване на встановлення семантичних, структурних та лінгвокультурних особливостей цих виразів у двох мовах, а також на виявлення спільних рис та відмінностей між ними. Для досягнення поставленої мети було визначено такі **завдання дослідження**:

1) Провести аналіз фразеологізмів з колоративним компонентом:

Розглянути семантичні відтінки та значення фразеологізмів у англійській та французькій мовах.

Визначити основні структурні особливості фразеологічних одиниць у досліджуваних мовах.

2) Лінгвокультурний аналіз:

Вивчити контекстуальне вживання фразеологізмів у різних ситуаціях спілкування в англійській та французькій культурі.

З'ясувати специфічні відмінності у сприйнятті та вживанні колоративних фразеологізмів в обох мовних середовищах.

3) Порівняльний аналіз:

Порівняти семантику та структуру фразеологізмів-колоронімів у англійській та французькій мовах.

Виділити спільні риси та відмінності у використанні фразеологічних одиниць у двох мовах.

4) Дослідити лінгвокультурні аспекти:

Встановити взаємозв'язок між використанням колоративних фразеологізмів та історією, традиціями та культурними особливостями обох мовних груп.

Проаналізувати вплив кольорових виразів на ментальність та спосіб мислення носіїв мов.

5) Формулювання висновків:

Сформулювати загальні висновки щодо результатів дослідження, відзначити ключові відкриття та спостереження.

Запропонувати рекомендації щодо подальших можливих досліджень у цій області та можливого використання отриманих даних у лінгвістичній та культурологічній практиці. У ході роботи застосовувалися такі **методи дослідження**: порівняльно зіставний метод, лінгво-прагматичний аналіз, контекстуально інтерпретативний аналіз. У ході вивчення структурних та семантичних особливостей ФО з колоративним компонентом застосовано метод відбору та обробки лексичного матеріалу та метод компонентного аналізу. **Теоретична значущість** полягає в: 1) дослідженні фразеологізмів з колоративним компонентом сприяє розширенню знань про фразеологічні одиниці в мовознавстві. Аналіз колоративних фразеологізмів може розкрити особливості їхньої семантики, структури та вживання в мові, що важливо для розвитку теорії фразеології; 2) дослідження фразеологічних одиниць у двох різних мовах дозволяє проводити порівняльний аналіз між культурами та мовними традиціями. Це сприяє вивченню схожих та відмінних особливостей в мовних засобах вираження концепцій у різних мовах. **Практичне значення** дослідження полягає у:

1) Мовній підготовці та перекладацькій практиці:

Результати дослідження фразеологічних одиниць з колоративним компонентом можуть стати корисними для мовної підготовки перекладачів та

лінгвістів. Збільшення розуміння специфіки цих виразів у різних мовах полегшить їхній переклад та використання в різних мовних ситуаціях.

## 2) Культурний обмін та міжкультурне спілкування:

Розуміння відмінностей у вживанні колоративних фразеологізмів у різних мовах сприятиме кращому взаєморозумінню між представниками різних культур. Це особливо важливо у міжнаціональних бізнес-спілках, туризмі та інших сферах, де важлива точність у виразі та уникнення непорозумінь.

## 3) Мовна освіта та навчання:

Отримані результати можуть бути використані у навчальних програмах для викладання мови як іноземної. Вивчення фразеологічних одиниць з колоративним компонентом може зробити навчання мови більш цікавим та доступним, розширюючи словниковий запас та збагачуючи мовний досвід учнів.

## 4) Розвиток мовних додатків та інтернет-ресурсів:

Отримані дані можуть бути використані для створення мовних додатків та інтернет-ресурсів, які допомагають користувачам вивчати та розширювати свій словниковий запас у різних мовах, враховуючи контекст та культурні відмінності в використанні фразеологічних виразів.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, висновків до всієї роботи, списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1

### ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ ЯК ОБ'ЄКТ ПОРІВНЯЛЬНИХ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

#### 1.1. Визначення та категорії фразеологізмів у лінгвістиці.

Розглядаючи особливості фразеологізмів та їх роль у мовній системі, важливо зауважити, що мова є загальним інструментом вираження людської думки. У

своїй семантичній структурі вона відображає реальність для кожного індивіда чи спільноти. Мова служить способом передачі різноманітної інформації, включаючи культурні цінності, звичаї, традиції, вірування та життєві історії.

У збереженні національних культур через історичні зміни поколінь мова об'єднує людей у часі та просторі. Вона проникає в повсякденне життя і визначає індивідуальність людей, маючи свій унікальний національний колорит. Оскільки мова і мислення тісно пов'язані, вивчення мови дозволяє ідентифікувати ті образи, які з'являються у свідомості окремих людей. Фразеологічні одиниці передають цінні країнознавчі матеріали, оскільки вони містять етнолінгвістичні компоненти. Усі значення фразеологічних одиниць пов'язані з людиною, її сприйняттям світу і ставленням до дійсності. Кожен окремий предмет є носієм певної культури, зберігачем історичного досвіду нації [27, с. 223].

Вивчаючи фразеологічні вирази, можна відстежити всю історію розвитку людського суспільства, від формування традицій та звичаїв до досягнень у науці, техніці, політиці та економіці. Фразеологічні вирази, завдяки їх яскравому національному відтінку, відображають певні відносини до способу життя людей і системи цінностей. Ця особливість робить їх предметом дискусій серед лінгвістів. Наразі існує велика кількість вчених, які вивчають поняття "фразеологізм", його особливості, семантику та сфери використання. Дослідники, такі як В. В. Виноградов і його наступники - В. Л. Архангельський, О. М. Бабкін, М. М. Шанський, Л. І. Ройзензон, В. П. Жуков, Р. Н. Попов, І. І. Чернишова, розглядали ключові питання, такі як обсяг і предмет фразеології, ознаки фразеологічних виразів, особливості їх значення та методи дослідження.

Термін «фразеологічна одиниця» вперше був затверджений В. В. Виноградовим і використовується для позначення тих сполук, які формуються не під час мовного процесу, а відтворюються відповідно до традиції. Саме відтворюваність, на думку вченого, є головною ознакою фразеологізму [7, с. 59-62].



У галузі лінгвістики існує понад двадцять визначень терміну "фразеологічна одиниця", проте на сьогодні жодне з них не вважається єдиним правильним. Різні мовознавці використовують різні терміни для позначення цього поняття, такі як "фразеологізм", "ідіома", "фразеологічна одиниця", "фразеологічний зворот", "фразема", "стійке словосполучення" та інші. Деякі лінгвісти вважають, що визначення фразеологічної одиниці так само складне, як і визначення сутності поняття "слово". Це пояснюється перш за все тим, що як для слова, так і для фразеологізму важко встановити загальні характеристики, які можуть бути застосовані до кожного з них без винятку.

У «Словнику мовних термінів» Д. Ганича та І. Олійника подається наступне визначення: «фразеологічна одиниця (фразеологізм) – лексико граматична єдність двох і більше нарізнооформлених компонентів, 10 граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, але неподільна лексично, стійка у своєму складі й структурі, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові» [11, с. 37].

За мовознавцем Л. Авксентьєвим фразеологізм – це окрема незалежна одиниця мови, що характеризується фразеологічною значимістю, компонентним складом, граматичними категоріями, відтворюваністю [1, с. 16]. Лінгвіст М. Демський розглядає фразеологічну одиницю як окрему незалежну одиницю мови, «яка характеризується фраземним значенням, компонентним складом та граматичними категоріями й виконує номінативну функцію, а разом з нею характеризує названий фраземою предмет чи його динамічні й статистичні ознаки» [14, с. 240].

У французькій лінгвістичній традиції виділяється особливе значення, яке приділялося вивченню французької фразеології в XIX столітті. Серед видатних дослідників цієї області в той період слід згадати імене П. Кітара (P. Quitard). У його праці "Dictionnaire étymologique, historique et anecdotique des proverbes et des locutions proverbiales de la langue française" (1842 р.) вперше була спроба науково пояснити походження численних фразеологічних виразів французької

мови. Кітар застосував порівняльно-історичний метод дослідження, розглядаючи різноманітні фактори, такі як семантика, етимологія, фонетика та інші, що вперше обґрунтували виникнення фразеологічних виразів [30, с. 14-15].

Іншим дослідником французької фразеології ХІХ століття був Ле Ру де Ленсі (Le Roux De Lincy), який у своїй важливій праці "Le livre des proverbes français" 1842 року вперше спробував класифікувати французькі прислів'я, приказки та фразеологічні вирази за їх історично-етимологічними та тематичними категоріями. Незважаючи на внесок цих вчених, фразеологія як лінгвістична дисципліна у французькій лінгвістиці розпочалася на початку ХХ століття і тісно пов'язана з іменем швейцарського вченого Ш. Баллі.

Ш. Баллі вніс значний внесок у спробу науково обґрунтувати важливість спеціального та системного вивчення фразеологізмів як стійких словосполучень у мові. Він був послідовником синхронної лінгвістики Ф. де Соссюра і саме в цьому контексті розглядав численні важливі аспекти мовознавства, які мають ключове значення для фразеології. Навіть зараз ці питання, хоча вже були більш широко вивчені, залишаються актуальними [36, с. 193].

Отже, навіть за всіх зусиль Ш. Баллі вивчення фразеологізмів залишалося неповністю розкритим та розуміним завдяки нецілком зрозумілій природі цих виразів. Головне внесення цього вченого у розвиток фразеології полягало в тому, що він віддавав перевагу семантичним аспектам фразеологічних одиниць і базував свої дослідження на цьому підході у вивченні сучасної французької мови.

Згідно з В. В. Виноградовим, фразеологізм – це стійке словосполучення, що аналогічне словам у своїй відтворюваності як готові і цілісні значущі одиниці [9, с. 8-9]. Ю. М. Караулов вважає, що фразеологізми – це семантично пов'язані слова, що завжди відтворюються у фіксованому співвідношенні щодо їхнього значення та лексико-граматичної структури. Фразеологізми є

неподільними за лексичною будовою і характеризуються структурним різноманіттям [19, с. 605].

М. А. Жовтобрюх вважає фразеологічні одиниці стійкими словосполученнями, що розглядаються як ціле, один вислів або мовний оборот, які неможливо розкласти на окремі частини, не втрачаючи їхнього значення [17, с. 335]. Л. Г. Авксентьев наголошує на тому, що фразеологічна одиниця, або фразеологізм, виникає через метафоричне перенесення його компонентів, що є семантичним оновленням [1, с. 12].

Отже, однією з ключових особливостей фразеологізмів є їхня метафорична природа, коли нове значення виникає, інколи непов'язане зі значенням окремих складових слів у виразі. Поміж головних характеристик фразеологізмів можна виділити точність, образність, гостроту, цілісність та можливість відтворення. У сучасному контексті фразеологізм розглядається як семантично пов'язана комбінація слів, що виникає внаслідок метафоричного переосмислення його значення та має стійку та цілісну структуру [22, с. 30].

Однією з характерних форм семантичного розвитку фразеологізмів у французькій мові є переосмислення компонентів виразу. Цей процес виявляється як найбільш продуктивний у французькій мові, і, отже, більшість нових фразеологізмів виникають саме через переосмислення вільних словосполучень. Наприклад, "tendre la main" – буквально "простягнути руку" у значенні "просити милостиню"; "carte blanche" – буквально "чистий бланк" у значенні "свобода дій"; "casser les vitres" – буквально "бити шибки" у значенні "діяти різко"; "mettre la clé sous la porte" – буквально "покласти ключ під дверима" у значенні "непомітно зникнути".

Говорячи про стійкі словосполучення, академік В. В. Виноградов вказує, що більшість людей користуються готовими формулами та штампами при спілкуванні і письмі. У сучасній літературній мові слова зазвичай не використовуються окремо, вони вбудовані в традиційні фрази [7, с. 15-17]. Фразеологізми мають ряд характеристик, які роблять їх самостійними мовними

одинацями, відмінними від інших мовних конструкцій, таких як слово, словосполучення чи речення. За словами В. М. Мокієнка, ці характеристики включають в себе роздільну структуру, відносну стійкість (можливість використання у готовому вигляді) та виразність [29, с. 17-20]. Позначаючи ці риси як основні ознаки фразеологічних одиниць, дослідник вказує на те, що перші дві з них є характерними для мови, тоді як третя відноситься до мовлення. Аналіз взаємодії цих ознак може розкрити сутність фразеологічних сполук та обмежити їхню розмаїтість.

Лінгвісти Л. І. Мацько та О. М. Сидоренко вказують на інші ключові риси фразеологізмів. За їх думкою, фразеологічні вирази мають такі основні ознаки:

1. Непохитна структура словосполучення чи речення.
2. Слова, які складають фразеологізми, втратили індивідуальні значення і разом виражають одну лексичну ідею.
3. Фразеологізми використовуються як готові мовні одиниці при спілкуванні, а не формуються в процесі мовлення.
4. Оскільки фразеологізм передає лише одне лексичне значення, в тексті він виконує роль одного компонента речення, часто буває присудком або обставиною.
5. Фразеологічні вирази надають тексту конкретний стилістичний відтінок, оскільки описують особу, предмет, дію чи явище.
6. Фразеологізми можуть утворювати синонімічні та антонімічні групи, так само, як окремі слова [28, с. 119-120].

Аналізуючи існуючі визначення фразеологічних одиниць, можна виділити такі основні характеристики:

1. Семантична цілісність чи нерозкладність. Цю рису акцентують вчені, такі як В. В. Виноградов, М. М. Шанський, В. Л. Архангельський, В. П. Жуков, Г. Бургер, Л. А. Булаховський та інші.
2. Метафоричність. Цю властивість зазначають у працях Б. О. Ларіна, О. В. Куніна, В. П. Жукова, О. М. Бабкіна та інших дослідників.

3. Нарізно оформленість. Це аспект, який відзначають В. П. Жуков, С. Г. Гаврін, М. М. Шанський, Л. Г. Скрипник та інші учені.
4. Відтворюваність. Цю характеристику підкреслюють такі автори, як В. В. Виноградов, М. М. Шанський, В. Л. Архангельський, С. Г. Гаврін, Л. Г. Скрипник, В. П. Жуков, Г. Бургер та інші.
5. Наявність у складі висловлювання не менше двох повнозначних слів. Про цю характеристику говорять М. М. Шанський, С. Г. Гаврін, Г. Бургер.
6. Неперекладність іншими мовами. Цю особливість особливо наголошує Л. А. Булаховський.

Розглядаючи ці ознаки, можна стверджувати, що саме цей набір характеристик повністю описує семантичні, структурні та функціональні особливості фразеологічної одиниці, відмежовуючи її від інших лінгвістичних одиниць.

Фразеологізми є важливою складовою мовлення, що несе в собі не лише основне значення слів, але й відображає історію народу та виражає особливості його культури і життя. Ці фразеологічні вирази, так само як і звичайні слова, відображають матеріальний і духовний аспекти національного життя. Вони несуть не лише інформацію, але й естетичні відтінки, збагачують уявлення, викликають емоції у мовців і слухачів. Ці вирази прикрашають мову, передають історію та особливості менталітету народу, втілюючи дух мови у життя.

Фразеологія національної мови є відображенням історичних, культурних та духовних досягнень народу, який є її носієм. Знання, уявлення, вірування та досвід, накопичені людьми, зберігаються в пам'яті протягом численних поколінь і знаходять своє вираження у літературних творах і мовленнєвих конструкціях, включаючи приказки, фразеологічні вирази та інші сталі вирази. Фразеологія виникає з різних джерел, таких як приказки, прислів'я, анекдоти, афоризми, каламбури, професіоналізми, мовні кліше та штампи. У процесі створення фразеологічних виразів задіяні майже всі лексичні рівні мови – від

літературної мови до просторічного сленгу. Фразеологічний склад кожної мови можна розглядати як частину концепції світу, де особливо виражені риси національного менталітету і характеристики соціального, політичного та історичного розвитку даного народу.

Фразеологізм – це окрема мовна одиниця, що володіє фразеологічним значенням, конкретною граматичною структурою та властивістю відтворюватися. Він представляє собою нерозривне поєднання слів, яке надає об'єкту або явищу специфічну оцінку. Група мовних одиниць, що мають подібні характеристики, складає фразеологію будь-якої мови. Фразеологічні вирази функціонують як готові конструкції та відрізняються від інших мовних одиниць тим, що формуються на основі відомих зразків та відповідно до певних правил.

## **1.2. Роль та структура колоративного компоненту у фразеологізмах: основні характеристики.**

У цьому дослідженні ми зосереджуємося на аналізі фразеологізмів у англійській та французькій мовах, які містять колоративний елемент у своїй структурі. Термін "колоронім" (або "кольоропозначення") використовується для позначення назв кольорових відтінків у мові. Отже, колороніми, або кольорові назви, визначаються як слова, що мають значення кольору.

Феномен кольору є основним об'єктом вивчення багатьох наук і є неотдільною частиною цих дисциплін. Відображення сприйняття світу кольором відзначається в лексичній та фразеологічній системах мови. Здатність кольорів служити символами пов'язана з їхньою взаємодією з когнітивними та емоційними процесами.

Колір – це індивідуальна реакція людини на світлове випромінювання, яке виникає внаслідок взаємодії з різними джерелами світла та об'єктами, які віддзеркалюють або пропускають світло через себе. Кожен колір має свій діапазон світлових хвиль і стає видимим лише при сприйнятті цих хвиль людським оком та мозком.

Згідно з класифікацією Т. М. Гайдукової, слова, що позначають кольори, можна поділити на основні і неосновні. Основні кольори включають ахроматичні (безкольорові) кольори, такі як чорний, білий та сірий, а також хроматичні кольори, наприклад, червоний, зелений, жовтий, синій та коричневий. У мистецтві ахроматичні кольори не мають тепловідділення, вони відрізняються за своєю світлістю. Світліші поверхні відбивають більше світла, тому їх сприймаємо як світліші, у той час як темніші поверхні відбивають менше світла і здаються темнішими.

Хроматичні кольори – це кольори сонячного спектра і всі його відтінки. «Відчуття кольору є не чим іншим, як чисто психологічним явищем. Колір не існує, є тільки світлові хвилі різної довжини, а колір – всього лише результат діяльності очей і мозку» [8, с. 321].

Французький веб-сайт "Paintcafe.com", що спеціалізується на темі кольорів і їх лексичних відображеннях у французькій мові, пропонує їх класифікацію за категоріями:

- 1) Первинний колір (*couleur primaire*) - це колір, який не можна отримати шляхом змішування інших кольорів. Натомість, змішуючи первинні кольори, утворюються всі інші кольори і відтінки. Первинні кольори включають червоний, жовтий та синій. Комбінація цих трьох кольорів формує чорний.
- 2) Вторинний колір (*couleur secondaire*) створюється шляхом змішування двох первинних кольорів. Наприклад, червоний та жовтий утворюють помаранчевий, а жовтий та синій - зелений. Синій та червоний дають фіолетовий.
- 3) Проміжний колір (*couleur intermediaire*) виникає при змішуванні первинного та вторинного кольорів. Прикладом такого кольору може бути синьо-зелений.
- 4) Комплементарні кольори, відомі як супротивні кольори, це ті, які розташовані навпроти один одного на хроматичному колі (див. рис. 1.1). Наприклад, для червоного кольору його

комплементарний колір - зелений (який утворюється з суміші синього та жовтого), для синього - помаранчевий (з суміші жовтого та червоного) і так далі.

- 5) Теплі кольори, відомі як теплі тони, охоплюють відтінки від жовтого до фіолетового на хроматичному колі. З іншого боку, холодні кольори розташовані відтінками від бузкового до жовто-зеленого на цьому колі.

У галузі вивчення кольорів вчені здивували світ своїми дослідженнями. Наприклад, Дж. Вайноуер з Массачусетського технологічного університету розкрив неочікуваний зв'язок між лінгвістикою та фізіологічним сприйняттям кольорів людиною. Він цікавився тим, як рідна мова впливає на сприйняття кольорів і чи можна на цій основі зробити висновки про психологію нації. Цікаво, що саме Вайноуер розподілив усі кольори на групи враховуючи їх психологічний вплив на людину. Він виділяє такі категорії:

1. Очікувані дії теплих кольорів:

a) Червоні відтінки, такі як червоний, світло-червоний, вважаються кольорами волі та життєствердження.

b) Помаранчевий сприймається як теплий та затишний на психологічному рівні.

c) Жовті та лимонні відтінки сприяють встановленню контакту, вони світлі та енергійні.

2. Очікувані впливи холодних кольорів:

a) Фіолетові відтінки, такі як фіолетовий, бузковий, лавандовий, мають глибокий вплив і сприяють роздумам.

b) Сині відтінки, включаючи синій, індиго, кобальтовий, вказують на відстань і відділяють від інших.



с) Блакитні та бірюзові відтінки спрямовують до простору і часто використовуються у дизайні приміщень.

d) Синьо-зелений підкреслює рух та мінливість.

### 3. Кольори пастельної гами:

a) Рожеві відтінки, такі як рожевий, карнавал, стілець, інкарнат, передають відчуття ніжності та таємничості.

b) Ліловий колір, який включає в себе лілас та аметист, має закритий та відокремлений вигляд.

с) Пастельно-зелені відтінки, такі як вода, мигдаль, нефрит, створюють відчуття теплоти та м'якості.

d) Сіро-блакитні тони, які включають чаррон, блакитний гід та пастель, є стриманими та приглушеними.

### 4. Статичні кольори, які сприяють врівноваженню:

a) Зелений, такий як зелений і малахіт, є вибагливим та освіжаючим.

b) Оливкові відтінки, включаючи оливку та гірчичний жовті, мають заспокійливий та пом'якшувальний вплив.

с) Жовто-зелені тони, які відзначаються молочною кольоровою гамою, відновлюють енергію.

d) Пурпурний колір, такий як пурпур та амарант, вважається вишуканим та виразно виразним.

5. Кольори приглушених відтінків, які не викликають роздратування (сірий, сіро-коричневий, сіро-блакитний), приглушують його (білий, біла, світло-сірий) та сприяють концентрації уваги (чорний, чорний, кольору ворони).

6. Теплі темні відтінки, такі як коричневі, стабілізують роздратування та діють заспокійливо:

а) Охра (червоно-жовтий та жовтий відтінок) – знижує зростання роздратування.

б) Коричневий, як земляний (буруватий, темний) – має стабілізуючий вплив.

в) Темно-коричневий (темний червоний) – пом'якшує підвищену збудливість.

7. Холодні темні кольори відділяють і заглушують роздратування (темно-сірий, темно-синій, темно-зелено-синій, наприклад: темно-коричневий, сіро-голубий). Дж. Вайноуер також вказав на те, що у деяких мовах (включаючи українську) є різні слова для «блакитного» та «синього», у той час як в англійській, французькій та інших мовах для обох кольорів використовується лише одне слово, наприклад: англійське "blue", французьке "bleu". Однак, якщо потрібно передати точний відтінок, використовують фрази "світло-синій" або "bleu clair". Таким чином, різні мови можуть виражати кольори та їх відтінки по-різному, вказуючи на різноманіття лексичного запасу мови, зокрема у сфері кольорів.

Оскільки особа сприймає світ навколо себе у відтінках кольору, розумно припустити наявність спеціальної системи кольорових уявлень, що складає колірну картину світу. Передусім важливо визначити засоби формування цієї картини загалом і підходи до вивчення кольору окремо. За нашою концепцією, колірна картина світу – це уявлення про світ у кольорі, яке виникає у людини на основі спостережень і теоретичного осмислення.

Для людини навколишній світ завжди є сценою зорового сприймання, картинкою, "що складається з поєднань світлових плям різної інтенсивності та кольору" [18, с. 6]. Згідно з Аристотелем, "бачити – це бути якимось чином причетним до кольору" [3, с. 225].

У мовному вираженні кольорів, як і інших відчуттів, які людина отримує за допомогою зору, дотику, смакових рецепторів, слуху та нюху, користуються сенсорною лексикою та іншими мовними засобами. При цьому у кожній мові колірною картиною світу може мати свою особливість та відмінності.

«Мова в усьому без винятку символічна», – наголошував видатний вітчизняний мовознавець О. О. Потебня [33, с. 269]. Це правильна думка, оскільки концепція кольору є одним з видів словесних образів, що нерозривно пов'язаний з людським досвідом. У кожного народу була практика створення образів навколишніх предметів і явищ, які перетворювалися на символи.

Колір відіграє роль в категоріях сприйняття світу, і фразеологічні вирази є невід'ємною частиною фольклору та культури будь-якого народу. Колір може стати символом різних понять. Зазначено, що в різних культурах існують різні системи колірних символів, що відображається у фразеологічній картині світу кожного народу [41, с. 29]. Колороніми не просто викликають в уяві певні образи, які асоціюються зі словами, але також живлять мову, надаючи їй різних відтінків. Це особливо стосується фразеологізмів, де семантика певного кольору додатково поєднується з образом, що лежить в основі фіксованого виразу. Легко уявити образ, який породжує фраза з назвою кольору у своїй структурі.

Важливо відзначити, що кольорові назви, які входять до фразеологічних одиниць, у певних випадках можуть втратити своє вихідне значення (як кольорові атрибути) і набути абсолютно різних семантичних відтінків. Деякі фразеологічні вирази можуть розглядатися на рівні їхніх складових, тоді як у інших випадках це не можливо, оскільки значення фразеологічної одиниці залежить від взаємодії її компонентів. У різних типах фразеологізмів різні частини виявляють свою семантику в різних мірах. Класифікація цих фразеологічних одиниць повинна здійснюватися враховуючи спосіб, яким слово у фраземі деактуалізується, оскільки це безпосередньо пов'язано з переосмисленням самого виразу. А. В. Кунін відзначає різні типи таких

фразеологічних одиниць: фразеологізми-порівняння, фразеологізми-метафори та фразеологізми-метонімії [32, с. 81].

### **1.3. Метод порівняльного аналізу у вивченні фразеологічних систем двох мов.**

Фразеологізми виникають у мовленні для вираження явищ і об'єктів, які оточують людей. Люди, у свою чергу, надають їм різноманітні характеристики, включаючи визначення за кольором. Таким чином, в деяких виразах, що надають мовленню виразності та емоційності, колір виступає важливою складовою. Колір допомагає створити живі візуальні образи з абстракцій, роблячи мовлення багатим, насиченим та емоційним.

Оскільки фразеологізми є універсальними для будь-якої мови, можна припускати, що в будь-якій мові існують вирази, включаючи назви кольорів, оскільки фразеологізми відображають реальність життя. Різниця в сприйнятті оточення різними народами впливають на кількість фразеологізмів із зазначеним кольором в різних мовах.

Дослідження показує, що англійська мова має найбільше фразеологізмів із колоронімом "black" (24,71%) та на другому місці - "blue" (16,86%). Інші кольори відзначаються в порядку зменшення: "white" (15,01%), "red" (14,31%), "green" (9,47%), "yellow" (6,47%), "rosy, pink" (3,24%), "gray" (2,78%), "brown" (2,54%), "purple" (0,69%), "orange" (0,23%). Деякі фразеологізми містять два або більше колороніми, становлячи 3,69% відзначених вивчених виразів. Таким чином, найчастіше у фразеологізмах використовуються назви кольорів, які за теорією Ньютона не існують - чорний та білий. Однак за твердженням Й.В.Гете, чорний та білий є основою для утворення інших кольорів: "для виникнення кольору необхідні світло і темрява."

Не дивно, що другим за частотою вживання є колоронім "blue", оскільки Й.В.Гете вказував, що синій - це колір, який найбільше наближений до темряви. Спостерігаючи за походженням слів "black" та "blue", варто звернути увагу на їх звукову подібність в давньоанглійській мові: "black" - з AC blæk (blac); "blue" - з

AC blæw. Деякі психологічні тлумачення цих кольорів також спільні: як чорний, так і синій можуть символізувати ніч та похмурість. Фразеологізми англійської мови з "black" та "blue" в основному мають негативне забарвлення, хоча у випадку "blue" таких виразів менше, ніж у випадку "black".

За частотою вживання слідує "red" та "green". Синій, червоний та зелений вважаються фізично основними кольорами, що відображається у мові. Кількість фразеологізмів із "yellow" логічно слідує за "green". За словами Ж.Агюстона, серед усіх кольорових тонів існують лише чотири, які не є сумішшю: одиничний червоний, жовтий, зелений та синій. Решта кольорів є сумішшю основних. Фразеологізми з такими кольорами є рідкісними. При вивченні лексем, що позначають кольори, у фразеологізмах важливо звертатися до етимології цих слів, щоб визначити, наскільки етимологічне значення впливає на семантику фразеологізму.

Цікавість людства феноменом кольору залишається актуальною впродовж великого періоду. Від давніх часів люди намагалися розгадати та зрозуміти вплив кольору на мозок і психіку. Початкові спроби створення теорії кольору можна відслідкувати ще у часи Платона, який розглядав колір як четвертий елемент відчуття та віддавав увагу основам вчення про кольори та світлотінь.

Існує фундаментальний опис кольору як фізичного явища, який належить Ісааку Ньютону. Він ідентифікував сім основних кольорів у спектрі і вимірював довжину світлових хвиль, які викликають відчуття кольору. Проте важко говорити про колір як про щось конкретне, оскільки його сприймають різні люди по-різному.

Йоганн Вольфганг Гете вніс значний внесок у розвиток кольорознавства. Він визначав кольори як прояв світла, дію та страждання. З його точки зору, кольори і світло мають взаємозв'язок і стоять у точному взаємозв'язку один з одним. Гете критикував деякі аспекти ньютонівської теорії, і його вивчення зв'язку між "світло-колір-емоція" вважається великим досягненням, незважаючи на відсутність фізичних підстав для критики законів, відкритих Ньютоном.

Кольорознавство займається вивченням фізичних властивостей спектральних кольорів, тоді як естетика кольору вивчає психологічний вплив конкретних комбінацій кольорів, відомих як кольорові гармонії. У психології М. Люшер розглядав основні кольори, але нас цікавить сприйняття кольору різними національностями та його психологічна інтерпретація, оскільки ми досліджуємо вплив характеристик кольору на формування мовних одиниць.

Мова відображає різноманіття кольорів у навколишньому світі. Наприклад, за словами А. Порожнюка, не у всіх мовах існують однакові назви для кольорів, навіть деякі основні кольори не завжди мають відокремлені назви. Наприклад, англійською мовою використовується одне слово ("blue") для позначення як синього, так і блакитного кольорів. Кожна мова має свій унікальний спосіб розрізнення кольорів, що пов'язано з історією, культурою та традиціями народу.

Особливу увагу приділяє О. О. Потєбня символічному значенню кольорів у славянській народній поезії. Для вирішення питань, поставлених у даній роботі, необхідно звертатися до символічних значень кольорів та їх психологічних характеристик.

Дослідження мови поетичних творів встановлює, що основу фарбової палітри складають описи чорного, червоного та білого. Хоча чорний і білий не є кольорами спектру, Й. В. Гете відводить їм особливе значення, ідентифікуючи їх із світлом і темрявою. Вони є першоосновою для утворення всіх інших кольорів, оскільки, за його словами, "для виникнення кольору необхідні світло і темрява".

Чорний, ототожнений з темрявою, має символічне значення, включаючи безлад, ненависть, смуток та смерть. Символіка чорного кольору може варіюватися в різних культурах, але загалом для багатьох народів він асоціюється з негативними концепціями, такими як смерть, траур та руйнування.

Чорний колір втілює завершеність та агресивну наполегливість, що символізує протест проти долі та абсолютну відмову. Зазвичай чорний викликає страх через своє асоціювання з образами, такими як чорна людина, чорний диявол, чорна богиня Калі у індусів, чорні прапори піратів та чорна кицька. Цей колір також втілює темряву і таємницю, а у п'їтьмі виявляється заперечення світла.

Незважаючи на те, що чорний часто асоціюється з негативними концепціями, в східних країнах він може означати траур і покаяння. Є докази, що чорний, подібно до білого, може захищати від шкідливої енергії, що може пояснити традицію духовенства носити чорний одяг. Китайський імператор Цинь Шихуан вважав чорний колір символом честі.

У тлумаченнях кольору чорного переважають відомості з негативним змістом, оскільки ми досліджуємо фразеологізми англійської мови, що базуються на традиціях західної культури.

Білий, як протилежність чорному, має позитивне значення. У слов'янській культурі білий асоціюється із світлом і вогнем, представляючи символ краси та любові. На Заході білий означає святість, чистоту, відвертість, спокій та торжество духу над плоттю, в той час як у східній традиції він може символізувати небо або траур. Цей колір взагалі представляє кінцевий пункт яскравості та світла, а також панування добрих сил.

Червоний, як один із трьох основних кольорів світла разом із синім та зеленим, має фізичне значення. Ці три кольори, а також жовтий, не сприймаються як суміші.

Червоний колір, відомий як колір вогню, впливає на людину збудливо та хвилююче, іноді навіть дратує. У більшості випадків, проте, люди позитивно ставляться до червоного кольору [8, с.21]. Для українського народу та інших груп червоні відтінки завжди залишалися улюбленими [55, с.28]. Властивість червоного збуджувати призводить до його популярності в одязі королів та кардиналів [44, с.7]. У духовенства червоний символізує могутність Бога-Отця,

а його асоціація із пристрасстю походить від сонячності, теплоти та вогняного характеру, які не лише гріють, але і можуть обпалити. Цей колір також використовується для вираження відчайдушного самозабуття та кохання, хоча це не завжди асоціюється із невинністю, наприклад, червоні плаття часто асоціюються з куртизанками [8, с.21]. Червоні ліхтарі в світі вказують на місця, де пропонується сексуальне збудження [44, с.342].

З психологічного погляду червоний виражає бажання, різноманітні схильності та прагнення, а також є символом енергії життя та сили. Використання червоного кольору в об'єктах повсякденного життя, таких як світлофор чи попереджувальні знаки на підприємствах, може впливати на людську поведінку та уявлення про безпеку та небезпеку.

Узагальнюючи, червоний символізує вогонь, кров, життя, пристрась, любов, екстаз, мучеництво і честь [11, с.23].

Синій колір пов'язаний з фізичною потребою в спокої і психологічною потребою в задоволеності [25, с.20]. Темно-синій викликає повний спокій і охолодження, що сприяє сну [83, с.309]. Синій є кольором неба і символізує вірність, традиційні цінності та відданість. Його часто пов'язують із мудрістю, інтуїцією та як символ синього птаха [25, с.20]. Однак синій, наближаючись до чорного, може викликати відчуття нелюдської смутку і сприяти виникненню депресії [44, с.10].

Отже, в західній культурі синій володіє значенням чистоти, миру, мрії, істини, інтелекту, благочестя, мудрості та непорочності [11, с.23]. Згідно з О.О.Потебнею, зелений колір співвідноситься із світлом та вогнем, виражаючи молодість, красу і веселість [56, с.310-311]. Зелений також в традиціях західної культури асоціюється із символами весни, життя, природи та процвітання, нагадуючи про юність, цвітіння, надію та радість [11, с.23].

Психологічно жовтий колір містить у собі протиріччя. З одного боку, це колір сонця, весняних кульбабок та надії, сприймається як світлий і збуджуючий, виражає стан розквітості і розвитку [44, с.25]. З іншого боку,



жовтий може бути нав'язливим і неспокійним, а у європейській традиції його пов'язують із зрадою та ревнощами [25, с.21]. Загалом у західній культурі жовтий може символізувати ревності, інтелект, інтуїцію, славу, багатство та розкіш [11, с.23].

Коричневий колір, що виникає як суміш червоного, жовтого і чорного, позбавлений життєдайної сили червоного та символізує тілесні відчуття та потреби [25, с.21]. Його використовують для вираження покарання, деградації та відречення від світу, роблячи його земним кольором [11, с.23].

Сірий колір вважається нейтральним і позбавленим будь-яких стимулюючих чи психологічних тенденцій. Його описують як межу, що не надає жодних стимулів чи емоцій [44, с.34].

Фіолетовий колір володіє таємничим і чуттєвим характером. Це поєднання червоного (асоційованого з чоловічістю) та синього (пов'язаного з жіночістю) робить фіолетовий колір складним для розуміння [44, с.16]. У сакральній символіці цей колір втілює духовний аспект, асоціюється з покаанням і покорою. В східній традиції вважається, що він є основою всього існуючого [11, с.23].

Отже, було розглянуто психологічне тлумачення кольорів, які входять до складу фразеологізмів англійської мови.

#### **1.4 Походження фразеологізмів та їх компонентів**

Стійкість фразеологічних виразів визначається як "ступінь інваріантності, яка характеризує різні аспекти фразеології і зумовлює їхню відтворюваність у готовому вигляді" [40, с. 43]. Це означення можна розкрити, стверджуючи, що вираз стає фразеологічним лише тоді, коли він регулярно вживається в мовленні різних осіб та в різних контекстах. Виникнення фразеологізму часто пов'язане з несподіваним поєднанням слів. Поняття фразеологічного прототипу описує мовні одиниці, які служать основою для утворення фразеологізмів.

В.М.Мокієнко також стверджує, що більшість фразеологізмів спочатку були

вільними словосполученнями [47, с. 16]. Внутрішня форма фразеологічного вислову визначається його прототипом, а шлях від вільного виразу до сталого вживання є процесом закріплення [40, с. 46].

Термін "нарізноформленість" буде використовуватися в подальших розділах. Терміни "цілоформленість" та "нарізноформленість" введені О.І.Смирницьким [62, гл. VI]. Однією з ознак, що відрізняє слово від фразеологізму, є "цілоформленість слова та нарізноформленість фразеологізму" [61, с. 10]. Під нарізноформленістю розуміється особлива структура синтаксичної одиниці, в якій складові частини є окремими словами. З цілоформленістю пов'язана загальна граматична організація всіх компонентів [40, с. 52]. Ця теорія буде використана при аналізі системних взаємозв'язків та розгляді фразеологічних варіантів.

Значення фразеологізмів залежить від їх компонентного складу. В порівнянні з морфемним складом слова і структурою фразеологічної одиниці, В.П.Жуков зауважує, що морфеми у словах мають більш спеціалізований характер, ніж компоненти фраземи [29, с.151].

Існують дві протилежні точки зору на природу компонентів фразеологізмів. Одні вчені розглядають складові фразеологічних зворотів як внеслівні утворення, тоді як інші, що становлять більшість, визнають словесну природу цих компонентів.

"Навіть компоненти фразеологізму, через їх деактуалізацію, позбавлені основних ознак слова, вони, однак, якимось чином сприймають утворення фразеологічного значення. Внаслідок цього вони мають певну семантичну самостійність" [29, с.80]. О.І.Смирницький вважає компоненти фразеологізмів словами, але специфічно вжитими [62, с.207]. Механізм втрати словом свого первинного значення в складі фразеологізму та процес деактуалізації можна описати наступним чином: "як компонент вільного словосполучення, слово представляє собою самостійну лексичну одиницю, але у структурі фразеологізму воно втрачає зв'язок зі своєю сферою семантичних та

синтаксичних функцій, позбавляється самостійного значення і, стаючи компонентом фразеологізму, деактуалізується через метафоричне переосмислення вислову в цілому" [1, с.45-46]. Отже, компоненти загалом не мають свого реального номінативного значення. Однак вони не повністю втрачають семантику і "певною мірою впливають" на загальне значення фразеологічного звороту [1, с.46]. Цілісність значення фразеологізму залежить від ступеня втрати компонентами власне словесних особливостей. Залежно від характеру значення лексем О.В.Кунін виділяє 4 типи компонентів.

1. Фразеологічна класифікація компонентів визначає їхній вплив на значення. До перших відносять реальні слова, тобто лексеми з прямим значенням компонентів, які майже завжди становлять перші частини стійких порівнянь. Друга група - потенційні слова, тобто лексеми з послабленим значенням та синтаксичними функціями, які входять до складу повністю або частково переосмислених мотивованих фразеологізмів. Третя категорія - "бувші" слова, що представляють переосмислені компоненти фразеологічних зрощень і характеризуються найменшою ступенем словесності. Четвертий вид - псевдолексеми, які формально не існують в мові, але були запозичені з інших мов шляхом фонетичного наслідування [40, с.71-72].
2. В ході аналізу фразеологізмів ми будемо користуватися даною класифікацією компонентів фразеологічних одиниць. За словами фразеолога В.Г.Гака, в фразеологічних виразах значення слів послаблюється, що спричиняє зміни у їхніх значеннях. Це виражається в "законі означувального", яке стає самостійним у відношенні до свого означуваного та вносить в вираз власні конотації, що змінюються з часом, роблячи фразеологічні вирази семантично насиченими та виразними [22, с.166].
3. Лексеми, стаючи складовою частиною фразеологізмів, втрачають своє первинне значення через переосмислення. Процес переосмислення визначається прототипом фразеологізму, який попереджує появу

фраземи. Якщо прототип відсутній, то піддають переосмисленню лексеми, що входять до складу фразеологічного звороту. Це зумовлено різними лінгвістичними та позалінгвістичними чинниками.

Фразеологічне переосмислення - це повне або часткове образне перетворення значення прототипу фразеологізму, яке базується на семантичному зрушенні [40, с.134]. Основні типи переосмислення - порівняння, метафора, метонімія (включаючи перифраз та евфемізм).

4. Згідно з класифікацією В.М.Мокієнка, порівняння та метафора є лінгвістичними засобами створення образності. Ці явища спільні у створенні асоціацій на основі схожості предметів чи явищ.

Однак важливо розрізняти їх перш за все за вираженням змісту. За словами, В.П.Жукова, порівняння, як засіб опису образу, виражається більш експліцитно, ніж метафора, яка імпліцитно передає схожість змісту, опускаючи необхідність підґрунтя та показника для порівняння [47, с.167]. Метафоричне переосмислення є найбільш розповсюдженим видом: "багато слів та виразів отримують метафоричне значення, використовуючись для опису дій чи обставин, аналогічних тим, які їх викликали до життя" [65, с.29]. Отже, метафоричне переосмислення включає "перенесення найменування з одного денотата на інший, асоційований з ним на основі реальної чи уявної схожості" [40, с.124].

Іншим типом переосмислення є метонімія, яка, також, призначена для створення образності і виникає на основі суміжності двох денотатів [40, с.129].

Серед розглянутих фразеологізмів зустрічаються і перифрази. В.М.Мокієнко детально пояснює механізм їх виникнення в сфері фразеології: "Розширення фразеологізму стає необхідним через недостатність семантики, щоб підсилити втрачену словом (чи словосполученням) експресію та відновити мотивацію. Це прагнення можна визначити як принцип надлишковості. Найтипівішим виразом цього принципу є перифраз" [47, с.131].

Евфемізацію слід розглядати на іншому класифікаційному рівні, ніж метафора та метонімія. Лінгвістично, евфемізацію можна розглядати як підвид перифразу, що виправдовує її класифікацію як експліцитний спосіб утворення фразеологізмів [47, с.170]. З іншого боку, евфемізація є соціальним явищем, яке виникає внаслідок бажання людей уникати згадування неприємних речей.

Мотивованість або немотивованість фразеологізмів визначається рівнем переосмислення. Якщо існує синхронний зв'язок між фразеологічним значенням і семантикою прототипу, мова йде про мотивованість. У випадку відсутності такого зв'язку говоримо про немотивованість значення.

Образність та експресивність є ключовими рисами фразеологізмів, що відрізняють їх від окремих слів. При розгляді різних типів переосмислення значення фразеологізмів, ми вже врахували поняття образності та засобів її створення. Давайте з'ясуємо, що служить основою образності у фраземах. За словами В.М.Мокієнка, основою цього явища є "здатність створювати наочно-чуттєві образи предметів і явищ". Сила образу полягає в його конкретності та тісному зв'язку з контекстом в широкому розумінні слова. Ті вільні поєднання слів, які відображають конкретні явища матеріальної дійсності, пов'язані з життям людини, проявляють найбільшу схильність до фразеологізації [47, с.162-163]. Аналізовані фразеологізми виявляються досить образними. Колір, лексеми якого входять до складу розглянутих фразеологізмів, безпосередньо впливає на людські відчуття.

За висловами Л.П.Сміта, виразність, яка є характерною для фразеологізмів, відіграє важливу роль у мовленні. Згідно з його думкою, ідіоми особливо необхідні у емоційному та захопленому висловлюванні, де образність та метафоричність надають їм виразності та енергії. Англійські фразеологи додають, що ідіоми виконують важливу роль в мові, перетворюючи абстрактні поняття на відчуття, вкладаючи їх у візуальні образи та особливо у динамічні відчуття людського тіла.

Теоретичне підґрунтування образності та експресивності знаходиться в теорії О.В.Куніна. Вчений вказує, що образність мотивованих фразеологізмів виникає внаслідок сприйняття фразеології та значення її прототипа на двох різних рівнях. Чим віддаленіші порівнювані об'єкти, тим насиченіший стає образ. Поняття експресивності, за словами Куніна, ширше та включає інші категорії, такі як інтенсивність та емотивність виразно-зображальних якостей слова чи фразеологізму. Таким чином, до основного значення фразеологізму приєднуються інші конотативні значення, що сприяють більш точному вживанню вислову у мовленні.

Існують різні підходи до класифікації фразеологізмів, але найбільш розповсюдженою є структурно-семантична класифікація, представлена В.В.Виноградовим, який виділяє три основних типи фразеологізмів: фразеологізми-зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполуки.

За висновками М.П.Кочергана, дана класифікація базується на оцінці семантичної злютованості чи аналітичності фразеологізму [36,с.151].

П.Г.Єрченко, у свою чергу, проводить класифікацію фразеологізмів залежно від смислорозрізнавальної функції компонента, виокремлюючи ФО із нормативним смислом, проміжні ФО, ФО із ідіоматичним смислом та ілюстративні [28,с.8-13].

О.В.Кунін у своїй класифікації фразеологізмів розділяє їх на власне фразеологізми (ідіоми), ідіофразеоматизми та фразеологізми неідіоматичного характеру, але із ускладненим значенням, ґрунтуючись на різних типах значень фразеологізмів: від більш ускладнених до менш ускладнених [40,с.26].

В даному дослідженні буде використана класифікація за типом створення образності, визначена як М.П.Кочерганом: "Фразеологічний образ створюється, як правило, за допомогою різних тропів. Це семантичний спосіб класифікації" [47,с.170]. Це особливо важливо, оскільки ми аналізуємо ступінь переосмислення значення як фразеологізму в цілому, так і його компонентного

складу. Така класифікація спрощує дослідження кожного колороніма у складі фразеологізму.

Існують також різні класифікації за джерелами походжень фразеологізмів. Л.А.Булаховський виділяє кілька типів: 1) прислів'я і приказки; 2) професіоналізми; 3) усталені вислови з анекдотів, жартів тощо; 4) цитати з Біблії; 5) переклади іншомовних висловів; 6) крилаті вислови письменників; 7) влучні вирази видатних людей [14]. О.В.Кунін також виділяє кілька груп фразеологізмів на основі їхнього походження: 1) власне англійські фразеологізми; 2) міжмовні запозичення, тобто фразеологізми, що запозичені з інших мов через різні види перекладу; 3) внутрішньомовні запозичення, тобто фразеологізми, які запозичені з американського варіанту англійської мови; 4) фразеологізми, які запозичені в іншомовній формі [40].

В.М.Мокієнко узагальнює фразеологізми за їхнім джерелом походження на дві групи – природні та умовні. Фразеологізми першої групи самостійно виникають в різних мовах і відображають явища природи, світ тварин і рослин, а також фізичний та психічний стани людини. Фразеологізми другої групи обумовлені специфікою національного розвитку і відображають факти матеріальної та духовної культури народу [47,с.163].

Л.П.Сміт, англійський фразеолог, приділяє особливу увагу походженню ідіом. Він вказує, що основним джерелом виникнення ідіом є життя та діяльність людей. Більшість образних та ідіоматичних виразів створюються народом і тісно пов'язані з інтересами та повсякденними заняттями простого люду. Нові слова та ідіоматичні вирази відображають мовотворчість неграмотних людей; найкращі ідіоми та яскраві образні вирази виникають не в бібліотеках або вітальнях, а в майстернях, на кухнях чи в льохах [65,с.89]. Це означає, що Л.П.Сміт розглядає різні сфери життя, від яких походять ідіоми, такі як різні галузі діяльності (вирази, притаманні носіям різних професій), предмети повсякденного вжитку та навіть фразеологізми, пов'язані з людським

тілом. Він також виділяє групи ідіом, засновані на таких аспектах, як запозичені ідіоми, біблійні ідіоми та шекспіризми [65,с.89].

Як відзначено, Л.П.Сміт не використовує єдиний підхід до класифікації фразеологізмів (включаючи структурний та за джерелом походження), проте він успішно відображає різноманіття фразеологізмів англійської мови та пояснює характер цих мовних одиниць: "Оскільки наші ідіоми... виникають в народному мовленні, не можна очікувати, щоб вони містили абстрактні судження, висновки наукового характеру, естетичні оцінки чи тонкий психологічний аналіз - це майже ніколи не зустрічається в ідіомах. Внутрішній зміст відображає життя людей в його простих проявах... В англійських ідіомах багато гумору, але мало романтики і краси" [65,с.158].

Однозначно привертає увагу процес становлення та походження фразеологізмів. За відсутності історико-етимологічного пояснення, на думку О.М.Мелеровича та В.М.Мокієнка, неможливо визначити первісне мотивування. Розкриття походження фразеологізмів та їх образного мотивування сприятиме глибшому розумінню смислового змісту фразеологічних одиниць, дозволяючи наочно уявити різноманіття фразеологічних образів і оцінити їхні зображальні можливості" [46,с.109].

## **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1**

У вступному розділі було визначено, що, незважаючи на достатній рівень вивченості фразеологізмів як лінгвістичного явища, дослідники не мають єдиного визначення терміну "фразеологічна одиниця". У цьому дослідженні ми розглядаємо фразеологічну одиницю як лексико-граматичну єдність, що складається з двох чи більше нарізнооформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, але неподільну лексично, стійку у своєму складі й структурі, із цілісним значенням, яке відтворюється в мові. Серед численних ознак фразеологічних одиниць вчені виділяють кілька найбільш загальних: наявність не менше двох повнозначних



слів, семантична цілісність, стабільність, метафоричність, відтворюваність тощо.

В ході аналізу ролі кольороназв у складі фразеологізмів та їх семантичного та лінгвокультурного значення виявлено, що кольори відіграють значущу роль у житті людини, оскільки її здатність розрізняти кольори є істотною частиною зорового сприйняття.

З давніх часів різноманітні кольори та їх назви відображали навколишній світ, фізичні явища, життєві цикли та зміни у суспільстві. З розвитком людства семантика кольорів та їх відтінків можливо змінювалася, проте основні концепції та символічне значення залишалися важливими для культури та традицій кожного народу, відображаючись у мовних системах.

Кольорові системи мов відрізняються одна від одної, що пояснюється історичними та культурними особливостями кожної мови. Кольори відображають вікові традиції та культурні особливості народів, їхнє сприйняття оточуючого світу.

Один із шляхів вивчення фразеологізмів національних мов - це порівняльна фразеологія, спрямована на визначення схожостей та відмінностей між фразеологізмами різних мов. В цьому напрямку виділяють два підходи: дослідження споріднених мов і аналіз для мов, які не мають суттєвого генетичного споріднення. Контрастивний аналіз фразеологічних одиниць у споріднених і неспоріднених мовах збагачує теорію фразеології не лише кількісно, але й якісно, висвітлюючи унікальні особливості кожної мови, що порівнюється. У цьому дослідженні саме такий порівняльно-контрастивний підхід вибраний як основний метод для аналізу англійської та французької мов з точки зору фразеологізмів, що містять кольорові компоненти.

## **РОЗДІЛ 2. ЗМІСТ ТА БУДОВА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ, ЯКІ ВКАЗУЮТЬ НА КОЛІР, В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВАХ.**

## **2.1. Фразеологізми, які вказують на колір, в англійській мові: основні аспекти.**

### **2.1.1. Видільні риси фразеологізмів, пов'язаних з кольорами, в англійській мові.**

В цілому, у корпусі, який ми аналізували, із 100 фразеологізмів англійської мови виділяються вирази з різними типами колоронімів:

Фразеологізми, які містять власне найменування кольору, наприклад, "red carpet," "white flag," "blue moon," "yellow."

Фразеологізми, де колоронім позначає конкретний відтінок кольору, як, наприклад, "gold" у значенні відтінку жовтого кольору.

Лексеми, які вказують на інтенсивність кольору без конкретного найменування самого кольору, такі як "bright," "dark," і інші.

Наприклад, у фразеологізмах "the red carpet," "once in a blue moon," "black ivory," "the white flag," входять компоненти-колороніми. Вирази "as yellow as a crow's foot," "as yellow as corn," та "as yellow as gold" означають "жовтий, як лимон; золотистий; золотавий." Такі вирази також є фразеологічними зворотами, які вказують на певні відтінки кольорів. Аналогічні приклади можна помітити із колоронімом "gray" у висловах "as gray as a bat's wing," "as gray as lead." До третьої групи відносяться фразеологізми, які містять найменування, що позначає інтенсивність кольору, такі як "as bright as a button," "bright-eyed and bushy-tailed," "a dark horse," і так далі.

Також важливо розглядати семантичні групи англійських фразеологізмів із компонентом-колоронімом за тематичним критерієм. Зокрема, фразеологізми із назвами кольорів можуть відображати об'єкти оточуючого світу, такі як:

- 1) Ідіоми, що включають характеристики людини за різними ознаками, такими як характер, походження, чи ставлення оточення до неї.

Наприклад: "blackguard" – шахрай, пройдисвіт; "blue-eyed boy" – успішний і привабливий юнак; "browned off" – сумний або розчарований; "green hand" – новачок; "grey mare" – жінка, що тримає чоловіка "під каблуком"; "red-blooded" – сміливий і рішучий; "be tickled pink" – вражений щастям; "white sepulcher" – лицемір; "yellow-belly" – боягуз.

- 2) Вказівка на професійну, партійну, чи іншу приналежність, вид діяльності та їх функції: "blacksmith" – коваль; "blue-collar" – робітник; "brown shirt" – член фашистської організації; "green room" – приміщення у театрі; "redcoat" – британський солдат; "pink-collar" – працівник сфери обслуговування; "white collar" – офісний працівник.
- 3) Найменування певного явища: "black ice" – ожеледиця; "blue funk" – стан крайнього жаху; "brown study" – глибокі роздуми; "the green-eyed monster" – ревності; "a red herring" – відволікаючий маневр; "white lie" – безневинна брехня; "yellow streak" – боягузтво.
- 4) Символічне позначення явища, наприклад, "to burn blue" – мати погану ознаку; "to get the green light" – отримати дозвіл; "be / go on a red alert" – бути готовим до небезпеки;
- 5) Власні назви (назви країн, організацій, видань тощо): "the Black Country" – промислові райони середньої Англії; "blue Peter" – блакитний сигнальний прапор для виходу у море; "green paper" – урядова публікація з пропозиціями для обговорення; "yellow pages" – розділ телефонного довідника з адресами і телефонами підприємств, друкований на жовтому папері;
- 6) Перифрастичні субститути (антропоніми, топоніми, назви резиденцій, територій, часових проміжків, корисних речовин, джерел енергії, дорогоцінних металів, корисних рослин, елементів організму): "black gold" – нафта, "once in a blue moon" – рідкісно, "the red light district" – квартал "червоних ліхтарів";

- 7) Негативні або небезпечні речовини, явища, події (хвороби, евфемістичні назви негативних явищ): "to beat black and blue" – побити до синців; "blue movie" – порнографічний фільм; "to do brown" – обдурити; "look through green glasses" – ревнувати; "to see red" – бути розлюченим.
- 8) Групи людей та їх зустрічі, зібрання: "black list" – перелік осіб, обдарованих або підозрюваних у чомусь; "the grey population" – люди похилого віку; "white wedding" – весільна церемонія, де всі атрибути вказують на непорочність нареченої;
- 9) Терміни (медичні, поліграфічні; термінологія лакофарбової, деревообробної, сільськогосподарської і т. д. промисловості): "black hole" – (астрон.) чорна діра, область у просторі-часі, гравітаційне тяжіння якої настільки велике, що об'єкти, які рухаються зі швидкістю світла, не можуть її покинути; "green belt" – зелена зона навколо міста, де будівництво або розвиток контролюється; "white goods" – великі побутові прилади.

Отже, часто вирази з компонентом-колоронімом використовуються як евфемістичні вислови, що дозволяють виражати певні неприємні та табуйовані явища обхідним чином. Значення таких фразеологізмів можна розширити до декількох груп, таких як: опис людини (зазначення професійної належності), вираження негативних явищ та використання перифрастичних заміників.

Важливо відзначити яскравий антропоцентричний спрямований характер фразеологізмів із компонентом-колоронімом, оскільки значна частина таких висловів пов'язана з людиною, її станом, характером, діяльністю та іншими аспектами. Фразеологічні вирази, які стосуються людей та їхньої діяльності, можна класифікувати в декілька груп:

Фразеологізми, що вказують на особу за її приналежністю: за професійною (коваль - blacksmith, поліцейський - blue boy), соціальною (загальний улюбленець - blue-eyed boy), політичною (належить до партії

консерваторів - dressed in blue, член партії Вігів - true blue), расовою (корінний американець - red skin (груб. розм.), викрадена злочинцями білошкіра жінка, яку примусили займатися проституцією - white slave) тощо;

Фразеологізми, що вказують на вік особи (молода, недосвідчена людина - green horn, люди похилого віку - the grey population);

Фразеологізми, що вказують на внутрішній стан особи: відображають емоції (повний рішучості, сміливий, відважний - red-blooded, шаленіти від щастя - be tickled pink) і фізичний стан або дії (мати нездоровий вигляд - be white about gills, (розм.) весь у синцях - black and blue);

Фразеологізми, що описують зовнішній вигляд особи, предмети одягу (біла краватка-метелик, невід'ємний атрибут вечірнього чоловічого костюма - white tie);

Фразеологізми, що вказують на властивості характеру, поведінку особи (сірий кардинал - grey eminence, жінка, що тримає чоловіка "під каблуком" - grey mare);

Фразеологізми, що описують міжособистісні відносини (намагатися вплинути на людину, використовуючи тиск або залякуючи її - blackmail, (розм.) шантажувати когось - to put the black on smb.);

Фразеологізми, пов'язані з професійною, політичною, економічною, господарською, релігійною та іншими сферами людського життя (нелегальна торгівля товаром - black market, тіньова економіка - black economy) тощо.

Семантична структура групи фразеологізмів із компонентом-колоронімом в англійській мові виражена через чотири категорії фразеологічних одиниць:

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

2. Процесуальні фразеологізми (побити до синців - to beat black and blue, наводити тугу на когось - to give smb. blue, (розм.) обдурити, надуті - to do brown, ревнувати - look through green glasses, посивіти, постаріти - to turn grey, бути у люті - to see red, занадто багато випити - see pink elephants, публічно каятися - to stand in a white sheet);
3. Знакові фразеологізми (похмуріше за хмару - black as sin (thunder, thunder cloud), вірний принципам - blue to principles, (розм.) сумний, пригнічений - browned off, готовий луснути від злості / заздрощів - green with envy, дуже гарячий, дуже популярний та успішний - red-hot, (заст.) у хорошому настрої (про людину) - in the pink, той, що примушує нервувати - white-knuckle);
4. Якісно-обставинні фразеологізми (несподівано - out of the blue, надзвичайно рідко - once in a blue moon).

Давайте розглянемо уважніше деякі семантичні групи фразеологізмів англійської мови із компонентом-колоронімом. Як вже було відзначено раніше, антропоцентричні фразеологізми, що стосуються людини, є найбільш обширною групою ФО з кольороназвами. Зокрема, можна виділити фразеологізми, що описують зовнішні ознаки людини. Наприклад, "as red as a turkey" вказує на почервоніння від злості або сорому. "Red as a beetroot" також описує почервоніння через сором або роздратування, а "as pale as death" означає блідість від страху чи поганого самопочуття.

Ці фразеологізми використовують колоронім для опису фізіологічних реакцій шкіри на різні емоційні стани людини. Деякі інші фразеологізми із компонентом-колоронімом, що вказують на фізіологічні або анатомічні особливості людини, включають "blue blood" для аристократичного походження, "a black eye" для синця під оком і "grey cells" для мозку та сірої речовини в ньому.

Деякі з цих фразеологізмів, наприклад "blue blood", є метафоричними і використовуються у переносному значенні. Інші, такі як "grey cells", точно

описують анатомічні особливості, у цьому випадку - колірну характеристику частини людського організму.

Дуже поширеними є фразеологізми, які відносяться до емоцій, психологічного стану та характеру людини. Емоційний стан та настрої описують такі фразеологізми, як "look on the bright side" - думати позитивно в негативній ситуації, вбачати в чомусь поганому переваги; "black dog" - депресія та меланхолія; "have a blue/pink fit" - бути дуже сердитим та інше. Щодо рис характеру людини, вказують такі фразеологізми, як "whiter than white" - чесна людина; "as bright as a button" - розумний та жвавий, кмітливий; "yellow dog" - боягуз та інше.

На фінансовий стан людини можуть вказувати такі фразеологізми, як "not have a red cent" - ні гроша в кармані; "in the black" - не бути нікому винним грошей. Також можна виділити деякі фразеологізми із колороназвою, які позначають певну категорію людей за стилем життя, інтересами, діяльністю тощо, наприклад: "a/the black sheep (of the family)" - людина, яка відрізняється від інших, "біла ворона"; "a blue stocking" - освічена жінка, жінка, яка має інтелектуальні інтереси, хобі; часто використовується у значенні "зануда"; "a dark horse" - хтось, хто раптово досягає успіху, хоча про нього раніше ніхто не знав і не чув.

У групах предметних фразеологізмів з компонентом колоронімом також можна визначити вирази, які вказують на ознаку дії, наприклад: "bright and early" – рано вранці; "into the wild/wide blue yonder" – вирушити у далеке й таємниче місце; "till all is blue" – до кінця і т. д. Крім того, фразеологізми з компонентом-колоронімом можуть виражати абстрактні поняття, наприклад: "a shot/stab in the dark" – наважання; "a white lie" – невелика брехня, яку говорять, щоб не завдати комусь шкоди або не образити; "greener pastures" – нова та краща ситуація і т. д.

Деяка частина фразеологізмів англійської мови з компонентом колоронімом також вказує на харчові продукти, страви, посуд, наприклад: "red

meat" – червоне м'ясо, як, наприклад, яловичина; "black pudding" – кров'яна ковбаса; "blue plate" – ресторанне харчування, яке складається з повної основної страви, замовленої як один пункт меню, і т. д. Крім того, колороназви часто увіходять до складу сталих найменувань друкованих видань, публікацій та інших понять, пов'язаних із журналістикою, наприклад: "the red book" – назва будь-якої з різних офіційних книг економічного чи політичного значення; "the yellow press" – газети безрозсудного або недобросовісного сенсаційного характеру, таблоїди; "a white paper" – урядове видання, представлене парламенту, яке зазвичай має білі обкладинки і т. д.

Одна з категорій фразеологізмів із компонентом-колоронімом стосується найменувань місць та приміщень, прикладами можуть служити: "a black spot" – місце, де часто виникають аварії, особливо на дорозі; "green room" – кімната в театрі, призначена для розміщення акторів та актрис; "a/the bright spot" – приємна або хороша частина чогось, що в інших аспектах неприємне чи погане, і так далі. Поняття, пов'язані з часом (часом доби, днем тижня і т. д.), також часто включають найменування-колороніми, як в таких фразеологізмах: "a black day (for somebody)" – день, коли з кимось трапляється щось сумне, неприємне або згубне; "a red letter day" – дуже особливий день, який запам'ятовується через важливу або приємну подію; "a white Christmas" – Різдво з снігом та іншими святковими елементами.

Також слід звернути увагу на вживання фразеологізмів для опису характеристик предметів та ситуацій. Наприклад, "neither fish, flesh (fowl), nor good red herring" – ні те, ні інше; без особливих якостей (або достоїнств); "red in tooth and claw" – залучення опозиції або конкуренції, яка є жорстокою і безжальною; "in black and white" – мати письмовий доказ і таке інше.

Наступний рівень фразеологізмів англійської мови із компонентами-кольоронімами охоплює терміни, пов'язані із сферою бізнесу та грошей. Наприклад, "black money" – гроші, які не були задекларовані для оподаткування; "the black market" – нелегальна форма торгівлі, де здійснюється



обіг іноземних грошей або товарів, які складно отримати; "red ink" – борги, збитки або гроші, що особа винна іншій. Також варто відзначити фразеологізми, які вказують на предмет чи конкретну річ, наприклад, "a white elephant" – річ, яка є марною та більше не потрібна, хоча можливо, коштувала значних коштів; "a black box" – щось, що призводить до певного результату, але ви не розумієте, як це працює; "black flag" – піратський прапор або прапор, який піднімають над в'язницею у день страти.

Фразеологізми із компонентом-кольоронімом також можуть вказувати на *надприродні явища*. Наприклад, "white magic" – магія, що використовується лише для добрих цілей; "black magic" – чорна магія, яка залучає зло; "the black man" – злий дух або демон. Природні об'єкти та явища в цій категорії фразеологізмів англійської мови включають такі приклади: "blue water" – відкрите море; "white caps (horses)" – білі хвилі, пінисті хвилі; "black frost" – сильний мороз тощо. Деякі фразеологізми з компонентом-кольоронімом наводять назви рідкісних явищ, наприклад, "a black swan" – щось надзвичайно рідкісне; "a white crow" – людина або річ, яка трапляється вкрай рідко.

У сленговій лексиці зустрічаються фразеологізми із компонентом-кольоронімом, які вказують на певні види транспорту, наприклад, "black Maria" – транспортний засіб, який раніше використовувався для перевезення в'язнів; "blue and white" – поліцейське авто.

До інших тематичних груп фразеологізмів з компонентом-кольоронімом, представлених обмеженою кількістю прикладів, входять такі:

- корисна копалина, наприклад, "black gold" – нафта; "black diamond" – вугілля;
- кінематографічні поняття, наприклад, "black (or dark) comedy" – комедія з чорним гумором; "blue movie" – фільм із сексуальним або порнографічним змістом;
- тварина, наприклад, "black and tan" – тер'єр із чорною спиною та брунатними відтінками на морді, боках та лапах.

- стан або опис зовнішнього вигляду приміщення, наприклад: "as black as ink (night)" – дуже темний, описуючи кімнату, будинок тощо;

- абстрактне поняття, наприклад: "a blue print" – детальний план або схема, візерунок; "a purple heart" – прикраса, якою нагороджують представника збройних сил, пораненого під час військових дій; "blue ruin" – повна руїна і таке інше.

Згодом можна виділити групу фразеологізмів залежно від їхнього оцінного потенціалу. Фразеологізми, будучи засобами виразності, майже завжди висловлюють оцінку – позитивну, негативну або нейтральну. Оціночний компонент, в свою чергу, визначає здатність фразеологізму виражати схвальне, негативне або нейтральне ставлення мовця до предмета повідомлення.

До фразеологізмів з позитивною оцінкою відносяться такі:

– white hope (розм.) – особа, яка, як очікується, принесе честь або славу своїй групі, команді;

– to know black from white – володіти здатністю розрізняти речі, уміти визначати відмінності;

– lily-white reputation – бездоганна репутація, відсутність вини або корупції; абсолютно чиста чи непорочна особа;

– white knight – особа або компанія, яка врятує цільову фірму від спроби поглинання, придбавши її.

Більшість фразеологізмів з позитивною оцінкою використовують

кольоронім "white", а один також включає відтінок "lily-white".

Протиставлення кольорів ("black from white") також використовується. У цілому, колір має суттєве значення у вираженні оцінки, зумовленої лінгвокультурним сприйняттям різних кольорів у англійській культурі.

З іншого боку, негативну оцінку частіше виражають кольори "black",

"green", "yellow" і т. д., наприклад:

- to have a yellow streak (сленг.) – бути боягузом;
- black-bag job (розм.) – таємний або незаконний в'їзд або діяльність державних службовців, які шукають компроматні докази;
- green with envy – надзвичайно заздрісний і ревнивий;
- to bleed white (розм.) – вичавлювати гроші у когось, вимагати від когось гроші.

Крім того, частина фразеологізмів із компонентом-колоронімом виражає нейтральну оцінку, наприклад: white night – ніч без сну; once in a blue moon – дуже рідко.

Семантичні властивості англійських фразеологізмів із компонентом-колоронімом також включають поділ корпусу фразеологізмів на групи відповідно до кольору, що виявляється у значенні самого фразеологізму. Колір є однією із констант та одним із ключових принципів культури, що може слугувати моделлю розвитку, відображаючи способи формування, освоєння та закріплення в культурній пам'яті народу не лише загальних, але й національно забарвлених культурно значущих концепцій [16, с. 109].

Отже, семантична характеристика кольорових назв у тексті також залежить від значення кожного кольору у лінгвокультурі англійської мови, однак це питання буде детально розглянуто в третьому розділі дослідження.

### **2.1.2. Особливості структури фразеологізмів, які вказують на колір, в англійській мові.**

Аналізуючи структурні особливості фразеологізмів англійської мови із компонентом-колоронімом, ми визначаємо групи фразеологізмів, перш за все, з урахуванням типу та розташування компоненту-колороніму у структурі фразеологізму. За цим критерієм виділяємо наступні групи слів (таблиця 2.1.):

Тип ФО з компонентом колоронімом	Приклад
ФО з компонентом-колоронімом у складі	<i>a white Christmas, the red carpet, once in a blue moon</i>
ФО з компонентом, який позначає інтенсивність кольору	<i>as bright as a button, bright-eyed and bushy-tailed</i>
ФО з компонентом-колоронімом та компонентом, який позначає інтенсивність кольору	<i>the dark blues (Oxford blues), the light blues (Cambridge blues), black (or dark) comedy</i>

Крім того, важливо звернутися до частиномовних особливостей компоненту-колороніму, який утворює такі фразеологізми. Зокрема, граматичні форми компонента-кольоропозначення у фразеологізмі можуть бути такі:

Прикметник у позитивному ступені, наприклад: "green with envy" – дуже заздрисний; "a black spot" – місце, де часто трапляються аварії, особливо на дорозі; "black money" – гроші, не задекларовані для цілей оподаткування;

Іменник, наприклад: "out of the blue" – зненацька; "a bolt from the blue" – подія чи новина, яка є раптовою та несподіваною; "two blacks do not make a white" – злом зла не виправиш;

Прикметник у вищому або найвищому ступені порівняння, наприклад: "greener pastures" – нова та краща ситуація; "the grass is always greener on the other side of the fence" – у сусіда і трава зеленіша; "whiter than white" – чесний та високоморальний тощо;

Прислівник, наприклад: "bright and early" – рано вранці;

Дієприкметник, наприклад: "a whited sepulchre" – лицемір.

Крім того, важливо звернутися до структурної класифікації фразеологізмів, розробленої А. І. Смирницьким, яка ґрунтується на порівнянні фразеологізмів із словами. Він класифікує їх на три структурних типи, до яких відносяться деякі фразеологізми з компонентом-колоронімом:

Двовершинні фразеологізми, що нагадують складні слова з двома основами, наприклад: "black and white" – у простих термінах правильно чи неправильно; "(as) bright as a button" – розумний та бадьорий; "a white elephant" – річ, яка непотрібна та не вартує багато грошей тощо;

Багатовершинні фразеологізми, подібні до складних слів із більш ніж двома основами, наприклад: "red in tooth and claw" – залучення опозиції чи конкуренції, яка є жорстокою та безжалісною; "paint the town red" – вийти та насолоджуватися; "a red letter day" – дуже особливий день, який запам'ятовується через важливу чи гарну подію тощо;

Одновершинні фразеологізми, що представляють собою поєднання несамостійного слова або словосполучення зі словами, наприклад: "in the black" – не заборгований нікому; "in the dark" – невідомий щодо чогось; "in the pink" – у хорошому здоров'ї тощо.

У даному матеріалі переважно зустрічаються двовершинні фразеологізми, що може пояснюватися тим, що компоненти, які позначають кольори у вивченому англійському корпусі фразеологізмів, найчастіше використовуються у формі прикметників у вищому ступені порівняння. Це, в свою чергу, вказує на те, що більшість з них означають іменники. Отже, переважають фразеологізми зі структурою "Adj. + N".

Також до цієї класифікації можна включити групу фразеологізмів з компонентом-колоронімом, які є прислів'ями та приказками і мають структуру, близьку до речення. Наприклад: "the red cock will crow in his house", "two blacks do not make a white", "the black dog is on one's back", і так далі.

При розгляді структурних особливостей фразеологізмів англійської мови з компонентом-колоронімом, звертаємо увагу на класифікацію фразеологізмів, розроблену А. В. Куніним. Згідно з цією класифікацією, всі фразеологізми можна поділити на наступні класи:

Номінативні фразеологізми, які служать для номінації. Цей клас фразеологізмів поділяється на групи:

Субстантивні, наприклад: "red-light district", "a black box", "a purple heart" і т. д.;

Ад'єктивні, наприклад: "green as grass", "as black as thunder", "as bright as a button" і т. д.;

Адвербіальні та прийменникові, наприклад: "in the black", "between the devil and the deep blue sea", "like blue murder" і т. д.

Номінативні та номінативно-комунікативні фразеологізми, які включають дієслівні фразеологізми, що можуть бути або словосполученнями, або і реченнями. Наприклад: "paint the town red", "not have a red cent", "paint something in black colours" і т. д.

Вигуківі фразеологізми та модальні фразеологізми не вигукового характеру. У корпусі досліджених фразеологізмів із компонентом-колоронімом виявлено лише вигуківі фразеологізми, які виступають як узагальнені виразники емоцій та волевиявлення мовця. Наприклад: "by all that's blue".

Отже, з точки зору структурних особливостей, фразеологізми англійської мови з компонентом-колоронімом можуть включати різноманітні частини мови і різні семантичні категорії компонентів-колоронімів. Також можна виявити випадки, коли фразеологізми виражені реченням і відносяться до прислів'їв або приказок.

## **2.2. Фразеологізми, пов'язані з кольорами, в французькій мові: основні риси.**

### 2.2.1. Семантичні особливості фразеологізмів, які вказують на колір, в французькій мові.

Очевидно, що кожна нація має унікальний культурний фон, який відображає в собі багатовікову історію, цінності та спадщину предків. Незважаючи на це, існують спільні риси, які можуть виявлятися в спільних традиціях, святкуваннях та, звісно, в мовленні. Деякі явища культури є спільними для багатьох націй і відображені в мудрості їхніх фразеологізмів. Переклад фразеологічних виразів - завдання непросте. Для вдалого передавання сенсу висловлювання важливо не лише майстерно володіти мовою оригіналу та мовою перекладу, але й розуміти соціокультурні особливості обох народів. Очевидно, що неможливо використовувати один і той самий спосіб перекладу для всіх фразеологізмів. У ході наукового розвідування/дослідження ми визначили три способи перекладу фразеологізмів, включаючи в себе колороніми:

- переклад використовуючи вираз із тією ж самою назвою кольору;
- переклад із використанням фразеологізму, який містить назву іншого кольору;
- переклад із використанням фразеологізму, що не включає в себе зазначення кольору.

Наприклад, давайте розглянемо кілька фразеологізмів у французькій та англійській мовах.

Наприклад, в ідіомі "être dans le rouge," що перекладається як "бути у боргах," є точний англійський еквівалент - "be in the red." Інший приклад ідіоми з колоронімом - "voir rouge" і його англійський еквівалент "see red," які обидві виражають значення бути дуже злим. Також існують інші фразеологізми, де колороніми у французькій та англійській мовах є схожими, наприклад, "une peur bleue" - "blue funk," "give the green light" - "donner le feu vert," "sang bleu" - "blue blood," "un col blanc" - "white-collar," "avoir des bleus" - "have the blues."

Проте не всі фразеологізми можна перекладати дослівно. Інколи вони схожі, але не мають дослівного еквіваленту. Наприклад, "avoir la main verte" (мати зелену руку) має еквівалент "green thumb" у англійській, що вказує на здібності у садівництві. У деяких випадках відсутність аналогів призводить до вибору ідіоми, яка найкраще передає значення, навіть якщо кольорові назви відрізняються. Наприклад, фразеологізм "le bleu/le blanc bec" (зеленець) має еквівалент "green as gooseberry" у англійській мові.

У певних випадках може виникнути ситуація, коли в англійській мові немає фразеологізму з такою ж кольоровою назвою, але існує схожий за значенням. Наприклад, "le mouton noir" (чорна вівця) і його антонім "white crow" можуть не мати прямого відповідника в англійській, але обидва вони виражають схоже значення.

Іноді, коли у мові перекладу відсутній фразеологізм із колоронімом, що відображає явище, описане у мові оригіналу, перекладач використовує фразеологізм без вказівки на колір. Наприклад, французький фразеологізм "manger son pain blanc" (переживати якийсь дуже щасливий період в житті) може мати англійський еквівалент "be on cloud nine." Інший приклад цього методу перекладу - вираз "passer une nuit blanche" і його відповідник "not sleep a wink."

Ще одним цікавим явищем, з яким часом стикаються перекладачі, є "хибні друзі перекладача." Це виникає, коли лексична одиниця здається точним перекладом, але має інше значення. Наприклад, в англійській мові є вислів "as white as snow," який використовується для позначення білосніжних предметів або опису дуже блідої людини. У французькій мові є вираз "blanc comme neige," який може здатися дослівним перекладом, але відображає переважно значення "невинна людина."

peur bleue	blue funk
give the green light	Donner le feu vert
Sang bleu	Blue blood



Un col blanc	White - colla
Avoir des bleus	Have the blues
Etre le rouge	Be in the red
Voir rouge	See red

Отже, у французській мові використовуються не лише фразеологізми з компонентом, який називає конкретний колір, але і такі, де використовуються назви відтінків кольорів та маркери інтенсивності кольору. З нашого аналізу 100 фразеологізмів французької мови виділяються такі типи колоронімів:

Власне колороніми, що вказують на сам колір, такі як rouge, blanc, bleu, jaune.

Колороніми, що позначають конкретний відтінок кольору, наприклад, doré, lilas.

Лексеми, які вказують на інтенсивність кольору без зазначення самого кольору, такі як clair, sombre і т. д.

До фразеологізмів французької мови, де колоронім прямо називає колір, відносяться такі вирази: broyer du noir – поглиблюватися у похмурі думки; un col blanc – "білий комірць"; sang bleu – "блакитна кров".

Фразеологізми, у яких входять колороніми, позначаючи певний відтінок кольору, зустрічаються рідко. Наприклад, до цих фразеологізмів можна віднести вислів voir la vie en rose – бути оптимістичним (буквально: бачити життя рожевим); être éminence grise – бути дуже розумним. Сірий та рожевий вважаються відтінками, а не базовими кольорами. До відтінків також відноситься doré – золотий, який, наприклад, використовується у фразеологізмі le siècle doré de St Louis – "золоте століття святого Людовіка." Ця ідіома вживається для позначення періоду правління короля Людовіка у XIII столітті.

Семантичний розгляд та систематизація фразеологізмів з компонентом колоронімом у французькій мові вимагають їх розподілу за різними категоріями. Залежно від тематики виділяються такі групи фразеологізмів:

- Ідіоми, що описують характеристики людини за різними ознаками (характер, походження, відношення оточення до неї). Наприклад, *regarder d'un œil noir* – дивитися спопеляючим поглядом, *manger son pain noir* – переживати важкий період, *prendre une situation en noir* – негативно ставитися до ситуації, *voir la vie en blanc* – бути оптимістом, *manger son pain blanc* – переживати щасливий період, *être blanc comme neige* – бути невинним, *une voix blanche* – безбарвний голос, *une canne blanche* – сліпий тощо;
- Фразеологізми, які виражають емоційні стани людини, наприклад: *broyer du noir* – поглиблюватися у похмурі думки, *voir tout en noir* або *avoir des idées noires* – бачити все у чорному світлі, *saigner à blanc* – втрачати сили, вимотатися, вичерпати сили, *une colère blanche* або *une colère noire* – дуже сильний гнів тощо;
- Вказівки на професійну, партійну чи іншу приналежність, вид діяльності та їх функції: *travailler au noir* – таємно працювати, *un col blanc* – службовець, *les blouses blanches* – медичний персонал, *une gueule noire* – шахтар, *homme en noire* – суддя тощо;
- Найменування певного явища: *un marché noir* – чорний ринок, *une caissenoire* – нелегальні гроші, *une salle blanche* – кімната зі спокійною атмосферою, *une magie blanche* – біла (світла) магія, *c'est un coup blanc* – марна спроба, *carte blanche* – свобода дій, *voter blanc* – не заповнити бюлетень на голосуванні (залишити його порожнім), *page blanche* – чиста сторінка (незаповнена, порожня) тощо.
- Колірні ознаки предметів або людини: *être blanc comme un cachet d'aspirine* – мати світлу, незасмаглу шкіру, *être blanc comme un linge* – бути блідим, як полотно, *les pieds noirs* – люди, що походять з Північної Африки;

- Перифрастичні вирази: *passer une nuit blanche* – прокинутися протягом ночі, *tirer à blanc* – безрезультатно тестувати, *porter le fer rouge sur une (dans la) plaie* – наносити тяжке поранення, вживати сильний захід тощо;
- Негативні, неприємні або небезпечні явища, події: *une affaire noire* – справа з поганими наслідками, *un esérie noire* – послідовність страшних подій, *faire chou blanc* – зазнати невдачі, *chapeau rouge* – втрата голови, *travailler dans le rouge* – працювати в умовах невдачі.

Аналіз показує, що найширшою категорією фразеологізмів у французькій мові з колоронімами є ті, що стосуються людей, вони називають характеристики особи, її професію, емоційний чи психологічний стан. Таким чином, подібно до англійської фразеології, французька фразеологія виявляє антропоцентричний підхід, оскільки значна кількість таких виразів пов'язана з аспектами людського життя, такими як стан, характер, діяльність і т.д.

Різні кольори асоціюються з різними характеристиками або станами людини. Наприклад, червоний колір часто використовується у фразеологізмах, які містять негативні оцінки діяльності людини, таких як "*être en rouge*" – знаходитися в скрутному становищі. Жовтий колір часто асоціюється із франтівством, що відображено у фразеологізмі "*les gants jaunes*" – щиглі, франти.

Загалом, всі фразеологізми з колоронімами, які базуються на антропоцентричному підході, можна класифікувати за кількома групами (див. Таблицю 2.2).

Група ФО	Приклади
ФО, що позначають людину за її професійною, соціальною,	<i>homme de bleu</i> – моряк, <i>un col blanc</i> («білий комірець») – службовець, <i>les blouses blanches</i>

<p>національною, расовою та ін. приналежністю</p>	<p>– медичний персонал, <i>une gueule noire</i>  («чорне обличчя») – шахтар, <i>homme en noire</i> («людина в чорному») – суддя, <i>le chapeau rouge</i> – червоний капелюх – кардинал, <i>les pieds noirs</i> («чорні ноги») – вихідці з Північної Африки</p>
<p>ФО, що позначають вік людини</p>	<p><i>le blanc bec</i> – молокосос, жовтороте пташеня  (про юну людину), <i>les bleus (le bleu)</i> – новачок, молодий, <i>le viellardencore vert</i> – ще зелений старий (старий, який дасть фору молодим), <i>la verte jeunesse</i> – зелена молодість</p>
<p>ФО, що позначають внутрішній стан людини</p>	<p><i>colère jaune</i> – шалений гнів, сильне роздратування; <i>avoir des bleus</i> – хандрити, <i>les diables bleus</i> – туга, меланхолія, <i>peur bleue</i> – панічний страх, <i>avoir un fun bleu</i> – сильно веселитися,</p>
<p>ФО, що позначають властивості характеру, поведінку людини</p>	<p><i>l'âme noire</i> – чорна душа, <i>le mouton noir</i> – чорна вівця, біла ворона, <i>le merle blanc</i> –</p>

	«білий дрізд» (про людину, яка має інакшу поведінку і систему цінностей, ніж її оточення у певній спільноті), <i>l'oise blanche</i> – білий гусак (позначає наївну і простодушну людину).
ФО, що описують міжособистісні відносини	<i>la barbe bleue</i> – «синя борода» (жорстокий та ревнивий чоловік),

Звернемо увагу також на структуру семантики корпусу французьких фразеологізмів із компонентом-колонімом. Подібно до класифікації в англійській мові, тут маємо предметні, процесуальні та знакові фразеологізми, але відсутня категорія якісно-обставинних фразеологізмів. Отже, виділяємо три основні групи французьких фразеологізмів із компонентом-колонімом:

Предметні:

*un marché noir* – чорний ринок,  
*une caisse noire* – нелегальні гроші,  
*page blanche* – чиста сторінка тощо.

Процесуальні:

*manger son pain blanc* – переживати щасливий період в житті,  
*tiger à blanc* – безрезультатно протестувати тощо.

Знакові:

*une affaire noire* – підла справа,  
*carte blanche* – свобода дій,

le mouton noir – чорна вівця та інше.

Окрім тематичних груп фразеологізмів із компонентом-колоронімом, можна виділити ще одну групу залежно від їхнього оцінювального потенціалу. Аналіз свідчить, що фразеологізми французької мови із компонентом-колоронімом часто несуть негативне значення. Наприклад, такі вирази, де використовується колір білий, часто виражають негативний зміст, який виявляється:

У емоційному стані людини:

sourire blanc – неприродна усмішка,

être blanc – збліднути від хвилювання,

peur blanche – смертний страх,

page blanche – незвідане відчуття.

У вигляді дій чи подій:

messe blanche – пуста розмова,

chou blanc – повна невдача,

coup blanc – безрезультатна дія, марна спроба,

coupe blanche – рубка лісу під корінь, повне знищення лісу.

В інших ситуаціях:

couper un arbre à blanc – зрубати дерево біля кореня,

si vous faites cela, je vous donnerai un merle blanc – це вам не вдасться (про щось несуттєве),

n'être pas blanc – потрапити в неприємну історію тощо.

Однак існують фразеологізми із позитивним забарвленням. Той самий білий колір у деяких франкомовних виразах виражає позитивне ставлення. Наприклад, voir la vie en blanc означає бути оптимістом, manger son pain blanc

— переживати щасливий період у житті, *une salle blanche* — кімната із спокійною атмосферою, *une magie blanche* — біла (світла) магія. Оцінка фразеологізмів часто залежить від колороніму, який в них використовується, і лінгвокультурних особливостей цього колороніму. Наприклад, чорний колір часто несе негативне забарвлення у таких ідіомах, як *broyer du noir* (віддаватися похмурих думкам), *regarder d'un œil noir* (дивитися спопеляючим поглядом), *voir tout en noir* або *avoir des idées noires* (бачити все у чорному світлі), *manger son pain noir* (проживати важкий період), *prendre une situation en noir* (негативно ставитися до ситуації).

Чорний колір також асоціюється із символікою нечесності, таємниці та прихованої дії, що відображено у виразах, таких як *un marché noir* (чорний ринок), *une caisse noire* (нелегальні гроші), *une affaire noire* (підла справа), *travailler au noir* (таємно працювати). Чорний також пов'язаний із поняттям страху та жаху, наприклад, *une série noire* (низка страшних подій), *un film noir* (фільм жахів).

Отже, семантичні характеристики фразеологізмів із компонентом-колоронімом залежать від значення кожного кольору у франкомовній лінгвокультурі. До семантичних особливостей франкомовних фразеологізмів із компонентом-колоронімом відносяться їх тематична спрямованість, оцінність, а також антропоцентричні риси більшості таких виразів.

### **2.2.2. Семантичні особливості фразеологізмів, які вказують на колір, в французькій мові.**

Розглянемо семантичні та структурні особливості фразеологізмів французької мови, що включають у себе компонент-колоронім. За семантичними характеристиками також проведемо класифікацію французьких фразеологізмів відповідно до семантики колороніму, який вони містять. У французькій мові існують як фразеологізми із компонентом, що вказує на певний колір, так і вирази із найменуваннями різних відтінків кольорів та

маркерами інтенсивності кольору. З розглянутого корпусу французьких фразеологізмів, який налічує 100 одиниць, виділяємо фразеологізми з такими видами колоронімів:

Власне колоронім (назва кольору, наприклад, rouge, blanc, bleu, jaune).

Колоронім, який позначає конкретний відтінок кольору (наприклад, doré, lilas).

Лексема, що вказує на інтенсивність кольору без конкретизації самого коліру (наприклад, clair, sombre та ін.).

До фразеологізмів французької мови, в яких компонент-колоронім прямо вказує на певний колір, відносяться такі вирази: broyer du noir – віддаватися похмурих думкам; un col blanc – «білий комірець»; sang bleu – «блакитна кров».

Фразеологізми, що містять колороніми, які вказують на певний відтінок кольору, рідко зустрічаються. Наприклад, до цієї категорії можна віднести вираз "voir la vie en rose" – бути оптимістичним (буквально: бачити життя рожевим); "être éminence grise" – бути дуже розумним. Кольори, такі як сірий та рожевий, можна віднести до відтінків, оскільки вони не вважаються основними кольорами. Також до цієї категорії відноситься "doré" – золотий. Цей колоронім у французькій мові використовується, наприклад, у історичному фразеологізмі "le siècle doré de St Louis" – «золоте століття святого Людовіка». Ця ідіома використовується для позначення періоду правління короля Людовіка, а саме – XIII століття.

Семантичний аналіз та класифікація фразеологізмів із компонентом-колоронімом у французькій мові передбачає поділ таких виразів на різні групи залежно від їх тематики. Зокрема, виділяються такі категорії:

1. Ідіоми, що описують характеристики людини з різних точок зору (характер, походження, ставлення оточення). Наприклад, "regarder d'un œil noir" – дивитися спопеляючим поглядом, "manger son pain noir" – переживати важкий період, "prendre une situation en noir" – негативно



- ставитися до ситуації, "voir la vie en blanc" – бути оптимістом, "manger son pain blanc" – переживати щасливий період в житті, "être blanc comme neige" – бути невинним, "une voix blanche" – безбарвний голос, "une canne blanche" («біла тростина») – сліпий тощо;
2. Емоційні стани людини, такі як "broyer du noir" – вдаватися похмурим думкам, "voir tout en noir" або "avoir des idées noires" – бачити все в чорному світлі, "saigner à blanc" – втратити сили, вичерпати себе, "une colère blanche" або "une colère noire" – дуже сильний гнів тощо;
  3. Посилання на професійну, партійну або іншу приналежність, вид діяльності чи їхні функції: "travailler au noir" – працювати таємно, "un col blanc" («білий комір») – службовець, "les blouses blanches" – медичний персонал, "une gueule noire" («чорне обличчя») – шахтар, "homme en noire" («людина в чорному») – суддя та інше;
  4. Найменування певного явища: "un marché noir" – чорний ринок, "une caisse noire" – нелегальні гроші, "une salle blanche" – кімната зі спокійною атмосферою, "une magie blanche" – біла (світла) магія, "c'est un coup blanc" – марна спроба, "carte blanche" – свобода дій, "voter blanc" – не заповнювати бюлетень на голосуванні (залишити його порожнім), "page blanche" – чиста сторінка (незаповнена, порожня) тощо;
  5. Колірні характеристики предметів або людини: "être blanc comme un cachet d'aspirine" – мати світлий, незасмаглий колір, "être blanc comme un linge" – бути блідим, як полотно, "les pieds noirs" («чорні ноги») – особи, що походять з Північної Африки;
  6. Перифрастичні субститути: "passer une nuit blanche" – провести бессонну ніч, "tirer à blanc" – безрезультатно тестувати, "porter le fer rouge sur une (dans la) plaie" – випалити розпеченим залізом, застосовувати сильнодіючий засіб та ін.;
  7. Негативні, неприємні або небезпечні явища, події: "une affaire noire" – підла справа, "un esérie noire" – низка страшних подій, "faire chou blanc" –

провалитися (не мати успіху), "chapeau rouge" – обезголовлений, "travailler dans le rouge" – викликати негативні наслідки, вбивати тощо.

Аналіз показує, що найрозгалуженішою групою фразеологізмів французької мови, що містять компонент-колоронім, є ті, що стосуються людини та виражають її характеристики, професійний стан, або емоційний та психологічний стан. Відповідно, французька фразеологія, подібно до англійської, виявляє антропоцентричний нахил, оскільки значна кількість таких виразів пов'язана з аспектами людської існування, її станом, характером та діяльністю.

Різні кольори асоціюються із різними характеристиками чи станами людини. Наприклад, червоний колір часто використовується у фразеологізмах, що містять негативну оцінку діяльності людини, наприклад, "être en rouge" – перебувати у скрутному становищі. Жовтий колір часто асоціюється із франтівством, як це виражено у виразі "les gants jaunes" – щиглі, франти.

Узагальнюючи, всі фразеологізми з компонентом-колоронімом, що мають антропоцентричну семантичну основу, можна розподілити на кілька груп, як показано в таблиці 2.2.

Група ФО	Зразки
ФО, що позначають людину за її професійною, соціальною, національною, расовою та ін. приналежністю	homme de bleu – моряк, un col blanc («білий комірець») – службовець, les blouses blanches – медичний персонал, une gueule noire («чорне обличчя») – шахтар, homme en noire («людина в чорному») – суддя, le chapeau rouge – червоний капелюх – кардинал, les pieds noirs («чорні ноги») – вихідці з Північної Африки
ФО, що позначають вік людини	le blanc bec – молокосос, жовтороте пташеня (про юну людину), les bleus

	(le bleu) – новачок, молодий, le viellardencore vert – ще зелений старий (старий, який дасть фору молодим), la verte jeunesse – зелена молодість
ФО, що позначають внутрішній стан людини	colère jaune – шалений гнів, сильне роздратування; avoir des bleus – хандрити, les diables bleus – туга, меланхолія, peur bleue – панічний страх, avoir un fun bleu – сильно веселитися
ФО, що позначають властивості характеру, поведінку людини	l'âme noire – чорна душа, le mouton noir – чорна вівця, біла ворона, le merle blanc – «білий дрізд» (про людину, яка має інакшу поведінку і систему цінностей, ніж її оточення у певній спільноті), l'oie blanche – білий гусак (позначає наївну і простодушну людину).
ФО, що описують міжособистісні відносини	la barbe bleue – «синя борода» (жорстокий та ревнивий чоловік),

Звернемо увагу і на організацію семантики франкомовних фразеологізмів з компонентом-колоронімом. Аналогічно до англійської класифікації, тут існують предметні, процесуальні та знакові фразеологізми, але відсутня категорія якісно-обставинних виразів. Отже, виділяють три основні групи фразеологізмів французької мови з компонентом-колоронімом:

- Предметні (наприклад, "un marché noir" – чорний ринок, "une caisse noire" – нелегальні гроші, "page blanche" – чиста сторінка тощо).

- Процесуальні (як, наприклад, "manger son pain blanc" – переживати щасливий період в житті, "tirer à blanc" – безглуздо протестувати тощо).
- Знакові (такі як "une affaire noire" – підла справа, "carte blanche" – свобода дій, "le mouton noir" – чорна вівця) і так далі.

Крім тематичних груп фразеологізмів з компонентом-колоронімом можна виділити ще одну групу відповідно до їхнього оцінного потенціалу. Аналіз показав, що французькі фразеологізми з компонентом-колоронімом часто мають негативну конотацію. Наприклад, вирази з білим колоронімом відображають негативне ставлення у різних аспектах:

- Емоційний стан людини: "sourire blanc" – неприродна усмішка, "être blanc" – погано виглядати, збліднути від хвилювання, "peur blanche" – смертний страх, жах, "page blanche" – незвідане відчуття.
- Діяльність або дія: "messe blanche" – пуста розмова, "chou blanc" – повна невдача, "soup blanc" – безрезультатна дія, "coupe blanche" – рубка лісу під корінь, повне знищення лісу, "couper un arbre à blanc" – зрубати дерево біля самого кореня, під корінь, "si vous faites cela, je vous donnerai un merle blanc" – вам цього ніколи не зробити (про щось несуттєве), "n'être pas blanc" – вляпатися в нехорошу історію.

Однак існують вирази, які мають позитивне значення. Так, білий колір у деяких франкомовних фразеологізмах виражає позитивну оцінку, наприклад: "voir la vie en blanc" – бути оптимістом, "manger son pain blanc" – переживати щасливий період у житті, "une salle blanche" – кімната з спокійною атмосферою, "une magie blanche" – біла (світла) магія.

Оцінка фразеологізму може бути як позитивною, так і негативною, і часто це залежить від колороніму, який утворює фразеологізм, та від лінгвокультурних характеристик, пов'язаних із цим колоронімом. Наприклад, чорний колір часто асоціюється з негативними оцінками у фразеологізмах, таких як "broyer du noir" – віддаватися похмурим думкам, "regarder d'un œil noir" – дивитися спопеляючим поглядом, "voir tout en noir" або "avoir des

idées noires" – бачити все у чорному світлі, "manger son pain noir" – проживати важкий період, "prendre une situation en noir" – негативно ставитися до ситуації.

Чорний колір також символізує нечесність, таємничі та приховані дії, як показує використання його у фразеологізмах, таких як "un marché noir" – чорний ринок, "une caisse noire" – нелегальні гроші, "une affaire noire" – підла справа, "travailler au noir" – таємно працювати. Крім того, чорний колір пов'язується з поняттям страху і жаху, як вказано у виразах, таких як "une série noire" – низка страшних подій, "un film noir" – фільм жахів.

Таким чином, семантична характеристика фразеологізмів із компонентом-колоронімом залежить від значення кожного кольору у франкомовній лінгвокультурі, а їх тематична спрямованість, оцінність та антропоцентричність визначають їхню семантику.

### 2.2.3. Структурна характеристика фразеологізмів, в французькій мові.

Давайте також приділимо увагу вивченню структурних особливостей фразеологізмів із компонентом-колоронімом у французькій мові. Схоже на англійську мову, фразеологізми французької мови можна класифікувати за типом та розташуванням компоненту-колороніму у структурі фразеологізму. Згідно з цим підходом, можна виділити наступні групи фразеологізмів (див. табл. 2.3.):

Тип ФО з компонентом колоронімом	Зразок
ФО з компонентом-колоронімом у складі	broyer du noir – віддаватися похмурим думкам, les gants jaunes – щиглі, франти, la plaine bleue – море
ФО з компонентом, який позначає інтенсивність кольору	claire comme le jour – ясно, як день, у voir clair – бачити чітко

Аналіз структурних характеристик французьких фразеологізмів із компонентом-колоронімом показав, що, головним чином, такі фразеологізми

включають в себе колоронім-прикметник, наприклад: "avoir la main verte" – вміло вирощувати рослини (буквально: "мати зелену руку"), "être blanc comme un linge" – бути дуже блідим (буквально: "бути білим, як простирадло"), "être éminence grise" – мати великий вплив та бути дуже розумним і таке інше.

Крім того, колороніми у складі деяких фразеологізмів виступають у ролі іменника, наприклад: "voir rouge" – бути розлюченим (буквально: "бачити червоне"), "être dans le rouge" – мати фінансові труднощі.

Згідно з частиномовним підходом, фразеологізми із компонентом-колоронімом також можна розділити на кілька груп. Наприклад, номінативні фразеологізми, які в основному служать для називання різних явищ, можуть бути субстантивними, такими як "un cordon bleu" – особа, яка відмінно готує (буквально: блакитна стрічка), або ад'єктивними, як "claire comme le jour" – ясно, як день, "blanc comme un linge" – бути дуже блідим тощо. Зустрічаються і дієслівні фразеологізми, такі як "avoir une peur bleue" – дуже сильно боятися (буквально: "мати блакитний страх"), "broyer du noir" – бачити все в чорному світлі, "donner le feu vert à quelqu'un" – дати комусь зелене світло.

Стосовно структури, фразеологізми французької мови із компонентом-колоронімом можуть бути розподілені за категоріями відповідно до структурної класифікації А. І. Смирницького, яка базується на порівнянні фразеологізмів із окремими словами [15, с. 88]. У рамках цієї класифікації виділяються три основних типи фразеологізмів: непередикативні, частково-передикативні та передикативні.

Непередикативні фразеологізми:

а) Одновершинні фразеологізми, які формуються з одного знаменного слова та одного чи кількох службових слів.

б) Фраземи, що складаються з двох чи більше знаменних слів і представляють собою словосполучення з підрядним, сурядним або підрядно-сурядним зв'язком між елементами. Важливим критерієм

відокремлення фразем від одновершинних фразеологізмів є наявність чи відсутність підрядного або сурядного зв'язку між їх компонентами.

Частково-предикативні фразеологізми:

Ці фразеологізми вирізняються тим, що перший, граматично провідний член має доповнення або визначення у вигляді додаткового речення. Перший член може бути виражений не лише окремим словом, але й словосполученням.

Отже, вибір між фраземами та одновершинними фразеологізмами залежить від наявності чи відсутності підрядного або сурядного зв'язку між їх компонентами.

Предикативні фразеологізми можна розділити на два підтипи:

а) Предикативні фразеологізми із замкнутою структурою, що представляють собою або просте, або складне речення, виражаючи закінчену думку.

б) Предикативні фразеологізми з незамкнутою структурою, які висловлюють незавершену думку і вимагають доповнень змінними словами для повного висловлення. Більшість предикативних фразеологізмів, зауважено, мають замкнуту структуру [15, с. 88].

Серед фразеологізмів із компонентом-колоронімом виділяються двовершинні ФО, що за своєю будовою аналогічні складним словам із двома основами, наприклад: "rire jaune" – намагатися сміятися (буквально: «сміятися по-жовтому»).

Багатовершинні ФО можна порівняти із складними словами, що мають більше ніж дві основи, такими як: "donner le feu vert à quelqu'un" – надати комусь зелене світло, "être blanc comme un linge" – бути дуже блідим (буквально: «бути білим, як простирадло»). Одновершинні ФО представляють собою поєднання незначеного слова чи слів із значеними, як правило, це одне значенне слово та кілька незначених, як у виразі "en noir, sur jaune" та ін.

Такі ФО зустрічаються рідко, у порівнянні з багато- та двовершинними типами фразеологізмів у корпусі досліджених ФО з компонентом-колоронімом.

Також слід відзначити наявність у французькій мові фразеологізмів з компонентом-колоронімом, які складаються з цілісних речень. Зазвичай це прислів'я та приказки французької мови, що включають в себе кольорові вирази, наприклад: "Terre noire fait bon bleu" або "Le diable n'est pas si noir qu'on le fait" – «Диявол не такий страшний, як його малюють». Зокрема, у французькій мові існує велика кількість прислів'їв, які містять колоронім "blanc", наприклад: "Dire quelque chose de but en blanc; Quand les cheveux commencent à blanchir, laisse la femme et prends le vin; C'est bonnet blanc, blanc bonnet".

Отже, прислів'я "Bonnet blanc et blanc bonnet" перекладається як «Що в лоб, що по лобі», іншими словами, виражає ідею «без толку». Прислів'я часто використовуються в різних текстах, особливо в публіцистичних та художніх творах. Їхня основна функція – експресивна та регулятивна. Крім того, існує багато інших прислів'їв із використанням кольорових виразів, кожне з яких має свою унікальну функцію в тексті. Прикладами можуть бути: "Bave du crapaud n'atteint pas la blanche colombe" – «Плювки жаби не дістануть білу голубку», що виражає ідею «до чистого брудне не пристане», або "Charbonnier et blanchisseur, l'un dit noir, l'autre blanc" – «Один каже «стрижене», інший каже «голене»», що можна інтерпретувати як аналог українського «Хто у ліс, хто по дрова».

Отже, з точки зору структурних категорій більшість фразеологізмів французької мови з компонентом-колоронімом є номінативними, включаючи субстантивні та ад'єктивні форми, а також часто виявляються дієслівними виразами. Основна частка таких фразеологізмів припадає на двовершинні та багатOVERшинні конструкції. Помітно, що серед них значну кількість складають прислів'я та приказки, які структурно є цілими реченнями.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2



У другому розділі дослідження проведено порівняльний аналіз семантичних та структурних особливостей фразеологізмів, в яких використовується компонент-колоронім, у англійській та французькій мовах. Виявлено, що як у випадку англійських, так і французьких фразеологізмів з колоронімом преобладає антропоцентрична спрямованість, і вони переважно групуються за семантичними та тематичними критеріями, пов'язаними з аспектами зовнішності, характеру, поведінки, соціального та професійного статусу людини. Крім того, виявлено фразеологізми, які стосуються різноманітних явищ або виражають абстрактні поняття.

Більшість фразеологізмів із компонентом-колоронімом мають оцінний характер, виражаючи негативне чи позитивне ставлення, іноді мати нейтральне оцінне забарвлення. Окрім того, самі колороніми, що входять у склад фразеологізмів, можуть вказувати на сам колір, його відтінок або їх комбінацію. У розділі також виділено окремі структурні групи фразеологізмів на основі цього принципу. На структурному рівні також розглянута представленість частин мови у фразеологізмах англійської та французької мов із компонентом-колоронімом, де більшість колоронімів виступає у ролі прикметників або іменників, хоча в англійській мові можна зазначити також прислівники та дієслова, проте ці групи фразеологізмів є менш розповсюдженими.

Структура фразеологізмів із компонентом-колоронімом може бути класифікована як одновершинна, двовершинна чи багатoverшинна. В обох мовах, як у французькій, так і в англійській, більшість фразеологізмів представлені двовершинними чи багатoverшинними конструкціями. Крім того, за структурними категоріями переважна більшість фразеологізмів з компонентом-колоронімом в обох мовах є номінативними, зокрема субстантивними та ад'єктивними, і часто включають дієслівні конструкції. У англійській мові також зустрічаються адвербіальні фразеологізми, чого не можна сказати про французьку мову.

Обидві мови мають прислів'я та приказки, у яких використовуються компоненти-колороніми. Ці одиниці, за своєю структурою, є цілісними реченнями, що визначає їхню окрему категорію в розділі. Прислів'я та приказки відрізняються особливим характером і, як семантично, так і стилістично, є більш насиченими, оскільки вони виражають закінчену думку.

### **РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

#### **ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-КОЛОРОНІМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ**

##### **3.1. Порівняльний аналіз безбарвних та кольорових фразеологізмів у англійській та французькій мовах: кількісний аспект.**

Здійснимо порівняльний аналіз частоти використання колоронімів у складі фразеологізмів англійської та французької мов. На початку визначимо частоту вживання фразеологізмів із різними кольоровими визначеннями у кожній з мов. За результатами лексикографічного аналізу, англійська мова використовує білий колір найчастіше (34 випадки вживання з 100 прикладів фразеологізмів, які утворюють досліджений англійський корпус). Також відзначається значна кількість прикладів із червоним (20) та чорним (18) кольорами. Блакитний/синій колір представлений у 15 прикладах, тоді як зелений та жовтий є найменше вживаними у системі лексичних засобів англійської мови – 8 та 5 прикладів відповідно.

У французькій мові найбільш поширеним є чорний/блакитний колір (31 приклад), менш популярні синій (22) та білий (17) кольори. Червоний вживається рідше (8 прикладів), аналогічно до англійської мови зелений (10) та жовтий (12) кольори є найрідше зустрічаними. За частотою вживання колоронімів у фразеології можна визначити, що англійці та французи мають схожі уявлення про більшість кольорів. Проте, деякі кольори отримали унікальне трактування, пов'язане із специфічними історичними та культурними аспектами, відтак є унікальними в контексті кожної мови.

### 3.2. Лінгвокультурні відмінності та спільні риси

#### фразеологізмів-колоноронімів у англійській та французькій мовах.

Колір представляє собою постійну та одну з ключових складових культури, що може служити моделлю розвитку та відображати шляхи формування, освоєння та закріплення в культурній пам'яті не лише загальних, але й національно визначених культурно значущих концепцій [16, с. 109]. Давайте дослідимо лінгвокультурне наповнення та культурні конотації, що містяться у концепції "Колір" в англійській та французькій мовах.

По-перше, розглянемо лінгвокультурні властивості різних кольорів у фразеології англійської мови. У сучасній англійській мові система кольоропозначень є вкрай розгалуженою та складною, особливо щодо найменувань різних колірних відтінків. Кожен колір у лінгвокультурі англійців має своє унікальне значення та є символічним позначенням конкретних настроїв та явищ.

Наприклад, фіолетовий колір традиційно символізує містичний союз, в результаті якого усе уявне та бажане перетворюється на реальність. Це вказівка на мрію, яка стала дійсністю, магічний стан душі, коли фантазії стають реальністю. Людина обирає цей колір, коли вона не лише бажає зачарувати і захоплювати інших, але й сама прагне перебувати у стані зачарованості [2, с. 210].

Для англійців фіолетовий є колором розкоші, тому шоколад часто упаковують у фіолетову обгортку. Одночасно особа, яку асоціюють з цим кольором, часто вважається занадто сором'язливою, що можна визначити через такі вирази як "a shrinking violet" – дуже сором'язлива особа (зазвичай негативно), наприклад: "She's no shrinking violet; I would not exactly describe him as a shrinking violet" і таке інше.

Синій або блакитний колір в англійській культурі асоціюється зі смутком та печаллю, як вказують такі ідіоми: "feel blue" – сумувати; "blue study" – похмурі роздуми, важкі думки; "make the air blue" – лаятися, лихословити; "blue

devils" – смуток, меланхолія, нудьга (іноді також може мати значення "біла гарячка"). Деякі ідіоми відображають середнє арифметичне значення коліру, наприклад, часто вживана фраза "once in a blue moon" перекладається як "дуже рідко".

В англійському коліропозначенні слово "blue" часто використовується у складі різноманітних сленгізмів та колоквиалізмів, і не рідко має пейоративний відтінок [24, с. 51-74], наприклад: "to make the air blue" – лаятися, лихословити; "blue movie" – нецензурний фільм. Також одне з розмовних найменувань англійської поліції – "Blue Force" – виникло не тільки через асоціацію із синьою формою. Ймовірно, що пейоративні значення колороніму "blue" у цьому випадку змішуються з його прямим значенням, і коли англійці називають поліцію, яка постраждала від корупції, "Blue Force", вони можуть вкладати у цей фразеологізм певну долю сарказму.

Доволі поширений фразеологізм в англійській мові, "blue stocking" – синя панчоха, також має своє історичне коріння. Зокрема, британський адмірал Босковен у середині 18 століття назвав один із тоді популярних літературних салонів Лондона "зборами синіх панчіх". Це сталося після того, як відомий вчений Бенджамін Спеллінгфліт одного разу з'явився там у синіх панчохах. Згодом цей фразеологізм став позначати завсідника інтелектуальних зібрань, а пізніше – людину (зазвичай жінку), яка повністю поглиблена інтелектуальною працею і не приділяє уваги своєму зовнішньому вигляду чи побуту.

Історико-культурні коріння також відзначаються в багатьох фразеологічних виразах та інших мовних конструкціях англійської мови, що включають назви червоного кольору. Це пояснюється тим, що червоний колір має значуще значення в англійській культурі. Наприклад, червоний прапор британського військово-морського флоту існує з 17 століття і традиційно вказує на виклик до бою. Крім того, національною емблемою Англії є червона троянда, що пов'язано з відомою війною Червоної та Білої Троянд або "тридцятирічною війною". Ця війна тривала тридцять років — з 1455 по 1485

рік, і в ній брали участь дві стародавні британські династії — Ланкастери (з червоною трояндою на гербі) та Йорки (з білою трояндою). Конфлікт завершився шлюбом, і червона троянда стала національним символом Англії.

І навіть сьогодні червоний колір залишається важливим елементом в англійській культурі — часто він символізує саму країну, що визначається червоними британськими телефонними будками та червоними двоповерховими автобусами, відомими по всьому світу. Традиційно англійські солдати також одягають червоні мундири. Крім того, "Червоний п'ятниця" в Великобританії — це свято, встановлене на честь перемоги гірників над підприємцями, що є важливою частиною історії цієї країни.

Слово "red" має кілька значень в англійській мові, але найчастіше воно використовується як прикметник і може мати наступні значення:

- 1) червоний або багряний (red flag (banner) — червоний прапор);
- 2) рудий (red hair — руде волосся);
- 3) рум'яний або почервонілий (red with anger — почервонілий від гніву; rosy — рум'яний).
- 4) обмазаний кров'ю (red hands – обмазані кров'ю руки).

Також слово "red" може використовуватися як іменник, наприклад: червоний колір (too much red in the painting – занадто багато червоної фарби; a red ball in snooker – червона куля у більярді); the Reds – індіанці; золото; червоне світло; борг (to be in the red – перебувати у боргу, мати заборгованість) [42, с. 201].

Розглянемо кілька фразеологічних виразів англійської мови, які включають колоронім "red":

– to be in the red з означенням "бути у боргу, мати заборгованість" і "бути збитковим" [26, с. 288];

– come (get) out of the red з означенням "розплутатися з боргами; покрити дефіцит; почати приносити прибуток";

– go to the red з означенням "приносити дефіцит, стати збитковим; показувати дефіцит";

– put in the red з означенням "привести до банкрутства, зробити нерентабельним, збитковим";

– as red as a beet з означенням "червоний, багряний; червоний як рак";

– as red as cherry з означенням "рум'яний; кров з молоком";

– as red as fire з означенням "почервонілий";

– the red, white and blue з означенням "англійський флот і армія".

Також у словнику присутній фразеологізм, що використовує похідне слово "red-handed" – "catch (take) smb. red-handed" із значенням "захопити кого-небудь на гарячому" [26, с. 583].

Важливо відзначити, що у фразеологічному вживанні англійської мови особливу увагу заслуговує кольорова триада "білий – чорний – червоний", що пояснюється подібністю природних, соціально-історичних і психічних процесів, що відбуваються в природі, суспільстві та свідомості людини.

Аналіз мовного матеріалу підтвердив, що за поширенням фразеологічних виразів колоронім "white" посідає провідну позицію серед досліджених словосполучень. Зокрема, вдалося знайти близько 30 прикладів вживання цього слова у словниках, таких як "white as a sheet", "white as driven snow", "white as ashes", "white as marble", "white as a ghost", "white as death", "white as milk", "white as a lily", "white as chalk", "white as ivory", "white-collar worker", "white elephant", "white flag", "white heat", "white lie", "white paper", "white tie", "whitewash", "(to) call/make white black", "white caps/horses", "(to) fly/show the

white feather", "(to) wash a blackmoor white", "(to) wash an Ethiopian white", "(to) stand on a white sheet" та інші [16; 23; 43; 45].

У цій бінарній позиції світлого і темного, білого і чорного виділяються універсальні концепції, такі як чистота і приналежність до чогось світлого (white dress, white meat, white bread, white man, white lie, to put on a white sheet). У той же час білий колір у деяких випадках може символізувати поганий стан здоров'я (white as a sheet/as driven snow/as ashes/as marble/as a ghost/as death).

Серед інших фразеологічних висловів із компонентом "white", які мають негативне значення, особливу увагу на наш погляд заслуговують "to show the white feather," що означає "злякатися," та "white elephant," що визначається як "майно чи подарунок, якого важко позбутися." Це особливо актуально через те, що невірне розуміння англійської національної специфіки може призвести до неправильного вживання цих фразеологічних висловів. У випадку "to show the white feather," вираз виник у зв'язку із північним боєм, де наявність білого пера в хвості півня свідчила про його слабкі бойові якості. Пізніше це перо стали використовувати для позначення людей, яких підозрювали у боягузтві або ухиленні від військової служби. У випадку "white elephant," цей фразеологізм має історичне коріння: коли король Сіаму намагався позбутися когось зі своїх підданих, він дарував їм святого білого слона, утримання якого коштувало дуже дорого і було складним завданням.

В англійській мові словосполучення із словом "black" традиційно несуть негативну конотацію (black mate, to black-ball, black books, black sheep, the gentleman in black, black lie, black magic, black and blue, black list, black market, black shirt, black flesh/stock, to depict in black colours/to paint something black). Позитивне вживання колороніму "black" можна виявити у фразеологічній одиниці "to be in the black," що означає "мати гроші на банківському рахунку, успішно займатися бізнесом." Згідно із "Longman Idioms Dictionary," цей вираз вказує на те, що наявні гроші на банківському рахунку позначаються чорним кольором [43, с. 26].

Також важливо розглянути значення зеленого і жовтого кольорів у англійській мові. Зелений колір ("green") в асоціаціях носіїв англійської мови пов'язаний із молодістю та свіжістю, і іноді може вказувати на незрілість. Це відображено в ідіомах, таких як "be not as green as one is cabbage looking" – "бути не таким вже безглуздим, як може здатися," або "green hand" – "новачок, недосвідчена людина." Це значення зеленого кольору виявляється також у розмовній мові, наприклад, у фразі "Do you see any green in my eye?" – "Невже я здаюся вам таким простаком?"

Щодо жовтого коліру ("yellow") в англійців, його асоціація, як правило, пов'язана із боягузством. Варто відзначити, що це відображення жовтого кольору було запозичене американськими поселенцями, і американський вираз "yellow streak" означає "боягузтво." Така асоціація із жовтим кольором є нехарактерною для української мови, і в багатьох країнах Азії жовтий колір є символом багатства і щастя.

Отже, об'єктивне сприйняття кольорів серед носіїв англійської мови у контексті кольорово-категоріальних концепцій дозволяє визначити вплив не лише мови на мислення, але й враховує вплив перцептивно-когнітивних факторів на категоризацію кольору. Часто сприйняття кольору в сучасній англійській мові витікає з історичних та культурних витоків. Зазвичай більш яскраве розкриття значень кольорів та особливостей їх сприйняття відбувається в межах фразеологічних одиниць.

Давайте порівняємо концепції кольорів в англійській лінгвокультурі з аналогічними уявленнями во французькій лінгвокультурі. За даними словників, відносна застосовність основних кольорів у французькій мові така: noir – blanc – rouge – vert – bleu – jaune. Крім того, існують специфічні назви кольорів, які стосуються лише певних предметів, такі як кольори мастей коней: aubère (блідий), bai (гнідий), louvet (буланій), alezan (рудий) і так далі.

Також у французькій мові спеціальні прикметники використовуються для позначення кольору волосся людини, очей (pers, vair), колір шкіри (bronzé),



тканини (*écarlate, grenat*). У французькій мові існують також специфічні назви для кольорів на гербах: *gueules* (червоний), *sable* (чорний), *sinople* (зелений). Ці специфічні назви можуть також застосовуватися до інших предметів, наприклад, французькі прикметники *gris, blank, brun* виникли від назв мастей коней.

У мові постійно з'являються нові назви відтінків, які формуються за кольором рослин (*citron, mauve*), тварин (*chamois, souris*), мінералів (*rubis, jade*), явищ природи (*horizon, aurore, feu*), а також для опису різних речовин (*paille, roille*). Французька мова, завдяки можливості легкої конверсії, дозволяє будь-якому слову стати визначенням кольору. У словнику Робера містяться такі приклади, як *brou de noix, feuille morte, queue de vache, gorge de pigeon, cuisse de Nymphé*.

Багато дослідників вказують на те, що метафоричне позначення кольорів ширше використовується в французькій мові, ніж в українській чи інших мовах. Україномовний текст, як правило, використовує основні кольори та їх модифікації для передачі подібних концепцій:

- *Le papier de teinture йtait lie de vin* – Тапети були темно-червоного кольору;
- *Il secouait qu vent des cheveux tout dorés* – Він розганяв на вітрі свої золотисті волосся;
- *un vetement hailloneux couleur de boue* – Різнокольоровий одяг, схожий на бруд.

Крім того, аналогічно англійській мові, в французькій мові багато назв кольорів включаються до складу фразеологічних виразів. Зазвичай саме у фразеологізмах розкриваються культурні та історичні аспекти сприйняття того чи іншого кольору, його роль у лінгвокультурному уявленні народу.

Наприклад, у Франції жовтий колір трактувався як символ "рогоносців" до XVI століття, коли будинки зрадників обмазували жовтою фарбою. Крім того, в французькій мові існують такі фразеологізми з компонентом, що позначає

жовтий колір, як: *jaune comme du pampin* – жовтий як солома; *jaune comme (un) souci* – жовтий як кульбаба; *reindre en jaune* – наставляти роги; *sable jaune* – перець; *rire jaune* – сміятися крізь сльози.

Білий колір визначається як символ чистоти, цнотливості, невинності, світла та мудрості, але водночас він також асоціюється з холодом і порожнечою. У Франції білий колір є символом трауру для членів королівської сім'ї. Його конотації виявляються у фразеологізмах, таких як: *blanc comme un linceul* – смертельно блідий; *colere blanche* (або *bleue, jaune, rouge, noire*) – лють; *sourire blanc* – неприродна усмішка, напружена усмішка; *voix blanche* – глухий, беззвучний голос (від хвилювання, страху, гніву тощо); *avoir une ivresse blanche* – бути смертельно п'яним; *être blanc comme un cygne* – бути бездоганим, чистим; *être page blanche* – бути абсолютно невідомим до того, що відбувається; *avoir les foies blancs* – лякатися, боятися тощо.

У відміню від української мови, де червоний колір часто асоціюється з красою та багатством, у французькій мові відбувається інше осмислення червоного кольору. У Франції червоний колір вважається кольором аристократів і також визначає небезпеку та заборону. Ці асоціації виражені у наступних виразах: *carton rouge* – червона картка, яку отримує дискваліфікований футболіст; *être rouge de honte* – почервоніти від сорому; *rougir jusqu'au blanc des yeux* – почервоніти до коренів волосся, до вух; *rouge et noire* – рулетка; *rouge comme une tomate* – червоний як рак (як помідор) і т.д.

Сірий традиційно розглядається як кольоровий відтінок, що символізує "нудність" та "невиразність", що відображається у мові, наприклад: *une éminence grise* – сірий кардинал; *mener une vie grise* – вести сіре (нудне) життя; *grise mine* – кисла фізіономія, кисла міна; *temps gris* – похмура погода.

Чорний колір у Європі традиційно уособлює поняття зла, руйнування і смерті. Від'ємне сприйняття чорного кольору у французькій мові виявляється у наступних виразах: *alter* (або *changer, passer*) *du blanc au noir* - кидатися з однієї крайності в іншу; *heure noire* – глуха ніч, пізня година; *un petit noir* – чашка

чорної кави; *boule noire* – незадовільна оцінка (на іспиті); *serie noire* – детективні романи; *rouge et noire* – рулетка; *travail noir* – робота наліво; *marché noir* – чорний ринок; *regarder d'un œil noir* – дивитися чорним оком; *voir tout en noir, avoir des idées noires* – про того, хто знаходиться у депресії; *le mouton noir* – людина, яка сильно виділяється серед інших, біла ворона.

Щодо синього / блакитного кольорів, на початку його сприймали як символ романтизму, виражаючи прекрасну, але недсяжну мрію (блакитна мрія, блакитний птах). Однак у сучасній французькій мові цей колір може мати нові конотації, наприклад: *avoir une peur bleue* – душа виходить із себе від страху; *vin bleu* – погане червоне вино; *carte bleue fermee* – телеграма, лист; *ruban bleu* – орденська стрічка; *bleu de travail* – робочий комбінезон, спецодяг; *contes bleues* – небилиці; *colere bleue* – гнів; *le voyage dans le bleu* – відпочинок у хмарах; *bleu* – так називають новобранця, «салагу», у французькій армії; *un bas bleu* – синя панчоха; *le sang bleu* – блакитна кров; *fleur bleue* – наївна сентиментальна дурепа / дурень.

Також розглянемо значення зеленого і жовтого кольорів у французькій мові. Подібно до багатьох інших мов, у французькій мові зелений колір часто асоціюється із "незрілим". Проте відзначається його використання при описі явищ, характерних для сільського побуту: *roumon vert d'une ville* – парк, міський сад; *Europe vert* (букв. «Зелена Європа») – угода з питань сільського господарства країн спільного ринку; *révolution verte* («зелена революція») – трансформації в сільському господарстві; *les partis verts* («зелені партії») – екологічні партії; *l'électorat vert* (букв. «зелений електорат») – кількість виборців, які голосують за екологів.

У зв'язку з метафоричністю французької мови, виявляється численне використання зеленого кольору у переносному сенсі. Наприклад, прикметник "vert" може вказувати на молодість, свіжість та міцність здоров'я. Такий вислів, як "il est encore vert," має значення "він ще повний сил," а "un vieillard encore vert" можна перекласти як "старий, але ще повний сил."

На відміну від англійської мови, де жовтий колір має чітко негативне значення, у французькій мові це сприймається як колір веселих моментів і бадьорості, асоціюється з осінню та золотом. Кольору жовтого / *jaune* в французькій мові властиві такі асоціації: лимон, кульбаба, солома (*jaune comme un citron* – «жовтий як лимон», *jaune comme du pampin* – «жовтий як солома», *jaune comme un souci* – «жовтий як нагідки», *jaune comme de la cire* – «жовтий як віск»). Крім того, у французькій мові "жовтий" також асоціюється з позначенням негативних рис, як, наприклад, *colère jaune* – «лютий гнів, сильне роздратування».

Отже, французька мова проявляє більшу тенденцію до використання метафор, що виявляється в фразеологічних виразах. Розглянемо також мовне навантаження концепту "Колір" в англійській і французькій мовах у порівняльному плані.

В першу чергу, зосередимось на сприйнятті кольору англійцями та французами, а також на його тлумаченні з психологічної точки зору. Підкреслимо, що колірне сприйняття взаємодіє з когнітивними процесами, такими як мислення і пам'ять, і не може бути об'єктом простої дії сенсомоторної системи людини.

І. В. Гете вказує [12], що жовтий колір – це відтінок, який нагадує світло... У своїй найчистій формі він виражає світлоту природи і відзначається ясністю, радісністю та ніжною привабливістю. Прикладом цього значення є англійський фразеологізм "yellow as gold," що використовується для опису золотистого відтінку.

У французькій мові використовується фразеологізм "le maillot jaune" – жовта майка лідера – для позначення лідера або новатора в будь-якій галузі. Колір майки легко визначав місцезнаходження лідера у гонці "Тур де Франс". Завдяки цим змаганням жовтий став символом чемпіонства. У той самий час, "незначний і непомітний рух перетворює прекрасне враження від вогню і

золота на бридке відчуття, і колір поваги і радості переходить у колір сорому, відрази і невдоволення" [12, с. 42].

Жовтий колір також має біблійний відтінок. Згідно з Біблією, Юда продав Ісуса Христа за 30 срібників. З XII століття Іуду почали зображувати в жовтому, і цей колір отримав негативне відтінення. Пізніше продажниці накладали жовті пов'язки, а потім вводили жовті квитки [Фоміна]. У фразеологічному вживанні французької та англійської мов виникло значення цього кольору як символу продажності та брехливості. Наприклад, фразеологізм "presse jaune" – жовта преса (франц.) та "the yellow press" – жовта преса (англ.) мають ідентичні значення – ЗМІ, які поширюють спотворену та неправдиву інформацію. У англійській мові жовтий також пов'язаний із трусівливістю: фразеологізм "yellow streak" – схильність до боягузтва, зрадництва, "yellow dog" – підступна, боягузлива людина.

При вступі на роботу кожен працівник повинен зобов'язатися не вступати до профспілки та не брати участь у захисті своїх прав, що відомо як "жовта обіцянка". І. В. Гете вказує, що синій колір виробляє енергію, хоча, знаходячись на негативній стороні, у своїй величній чистоті є привабливим, протилежним роздратованості та спокою [12, с. 44]. Він стверджує, що, так само як жовтий несе у собі світло, синій завжди приносить щось темне [12, с. 43]. Англійські фразеологізми "be in blues" – бути у пригніченому стані та "blue ruin" – падіння, загибель – слугують прикладом цього. Слід відзначити, що, прослідкувавши походження назв кольорів "black" і "blue," можна виявити звукову подібність цих слів у давньоанглійській: "black" – "blæk," "blue" – "blæw" [35].

Отже, можна зробити висновок, що синьому кольору притаманне негативне, похмуре забарвлення. Наприклад, англійські фразеологізми "blue devils" – меланхолія, смуток, та "blue fear" – паніка, страх, ілюструють похмурість і жах, що може виражати колір "blue." У французьких фразеологізмах слово "bleu" також може мати негативне забарвлення, наприклад: "Il a peur bleu" – душа у

п'ятах (тобто, страх), "être bleu de colère" – позеленіти від злості, "nuit bleue" – ніч з терористичними вибухами.

Білий колір, який в англійській мові відповідає "white," а у французькій - "blanc," має свої відмінності у семантиці цих двох мов. Англійське слово "white" має індоєвропейське походження "kwid-", що збереглося у санскриті як "śveta" (бути яскравим, білим) та в слов'янських мовах у слові "світло". У давньоіндійській мові також існували слова "bhālam" (блиск) і "bhāti" (світить, сяє), які через латинську мову дали романський корінь "blanc-". Французьке слово "blanc" походить від латинського "blancus" (білий), а далі від прагерманської форми "blangkaz," з якої виникли франкське "blank," давньоскандинавське "blakkr" і німецьке "blank"; всі ці слова пов'язані з праіндоєвропейським "bhel" (сяяти).

В обох мовах існують спільні значення, наприклад, "snow" / "milk white" та "il est blanc comme neige." Українське прислів'я "Корова чорна, та молоко у неї біле" має аналоги в англійській та французькій мовах: "A black hen lays a white egg" (англ.) та "Noire poule pond blanc œuf" (франц.).

У англійській мові розпечений до білого метал називається "white hot metal," причому "white hot" може використовуватися і у значенні "надзвичайно вражаючий, схвилюваний." Однак у французькій мові подібний епітет відсутній, і використовується вираз "chauffé au rouge." З іншого боку, фразеологізм "шитий білими нитками" має свою відповідну фразу в французькій мові - "cousu de fil blanc," але відсутній у англійській.

Іншим прикладом схожого використання білого кольору в обговорюваних мовах є вислів "Black and white written!" у англійській та "C'est écrit noir sur blanc!" у французькій. Такі спільності обумовлені різноманітністю буденно-побутового дискурсу та взаємодією з природними явищами та заняттями населення.

В англійській мові білий колір часто асоціюється із чесністю, добротою та радістю, що в значній мірі може бути пояснено впливом християнської

культури. Вираз "whiter than white" (біліше білого) іронічно використовується для опису кристально чесною людиною, яка завжди діє відповідно до норм моралі. Традиційно наречена на весіллі одягається у біле, що символізує непорочність і чистоту, а "white wedding" (біле весілля) відзначається. Також, через асоціацію із непорочністю, незаміжню дівчину, яка загинула не вийшовши заміж, іноді ховають у білій сукні під назвою "white funeral" (білі похорони). Поняття "white lie" (біла брехня) визначає невелику брехню, яка розповідається, щоб уникнути болю. Термін "біла магія" (white magic / magie blanche) використовується як чаклунство "на благо" і в англійській, і в французькій мові. Щодо французької мови, білий колір тут переважно отримує позитивну оцінку у зв'язку з явищами та об'єктами навколишнього світу.

На відміну від чорного кольору, французьке використання білого передає оптимістичне сприйняття світу його носіями. Наприклад, вирази, такі як "manger son pain blanc" (переживати щасливий період у житті), "voir la vie en blanc" (бути оптимістом), "une salle blanche" (кімната з спокійною атмосферою), та "une magie blanche" (біла магія), ілюструють позитивні конотації білого кольору. Також, білий може використовуватися для підкреслення колірних характеристик предмета, як у виразах "être blanc comme un cachet d'aspirine" (бути світлим, незасмаглим) та "être blanc comme un linge" (бути блідим як полотно). У цьому випадку, важливіше не сам колір, а відтінок.

В франкомовній картині світу білий колір також пов'язаний із внутрішньою чистотою людини, яка виражається, наприклад, у виразі "être blanc comme neige" (бути невинним).

Щодо чорного кольору, використання англійського "black" походить від давньоанглійського "blæc" (темний, чорний, чорнило), і воно має когнати у давньогерманських мовах та протоіндоєвропейських мовах, які мають значення "палити, обвуглюватися, тліти". У порівняннях використовуються зразки із тваринного та природного світу, такі як "чорний як вороняче крило" (black as a crow's / raven's wing; black as a crow / raven / noir comme un corbeau), "чорний як

вугілля" (coal black; black as coals), "чорний, як смола" (noir comme une taure). Чорний колір асоціюється з темрявою, закінченням життя, трауром, нещастям, гріхом і нечистою силою, і тому має негативну конотацію, яка сформувалася в середньовіччі.

Як у англійській, так і у французькій мові, колір "black / noir" асоціюється із нещастям, неприємностями та гнівом. В англійській мові вживають вирази, такі як "чорна мітка" (black mark), "чорний список" (blacklist), "чорний гумор" (black humour). Англійці також використовують вирази "black look" (похмурий, злий погляд) і "black mood" (похмурий настрій), щоб описати людину, яка відчуває горе або гнів. Вирази "чорний день" (black day) і "чорна невдячність" також мають параметр "дуже поганий".

У французькій мові чорний колір є символом негативного і неприємного. Вирази, такі як "bile noire, mélancolie noire" (чорна меланхолія), "humour noir" (чорний гумор), "machines noires" (похмурі вигадки, страсті мордасті), та "Papillons noirs" (чорні думки), виражають цю негативну конотацію. Проте чорний колір також входить у склад різних прислів'їв і приказок, таких як "Terre noire fait bon blé" (Чорний ґрунт робить добрий врожай), "Le diable n'est pas si noir qu'on le fait" (Чорт не такий страшний, як його малюють).

Англійське слово "red" витікає з індоєвропейської основи *reudh-* / *roudh-* / *rudh*, яка прослідковується в західноєвропейських мовах, таких як німецька ("rote"), іспанська ("rojo"), латинська ("rufus"), а також у слов'янських мовах, наприклад, польська ("rudy"). У англійській мові "red" використовується не лише для позначення "червоного" кольору, а й, описуючи волосся людини чи шерсть тварин, в значенні "рудий": "red-haired" (рудоволосий), "red fox" (руда лисиця).

Також слід відзначити деякі відмінності у сприйнятті кольорової гами навколишнього світу французами та англійцями. Наприклад, у англійській мові, так само як і в українській, існує вислів "goldfish" або "золота рибка", що позначає конкретний вид рибок. Таким чином, для опису кольору цього виду



рибок використовується відтінок жовтого кольору – "золотистий". У французьких акваріумах, натомість, плаватиме не "золота рибка", а "червона рибка" – "un poisson rouge". Слід зазначити, що цей підвид акваріумних рибок дійсно має червонуватий відтінок, тому обидва варіанти назви є відповідними.

### **ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3**

У третьому розділі дослідження розглянуто кольорові системи англійської та французької мов, які виявили суттєві відмінності між собою. Це можна пояснити тим, що кожна мова пройшла свій власний етап формування і розвитку, включаючи створення унікальних лексичних одиниць і запозичення іншомовних слів.

За результатами кількісного та статистичного аналізу виявлено, що в англійській мові найбільш поширеними у фразеологізмах є білий колір (34 приклади вживання з 100 розглянутими фразеологізмами), а також значна кількість прикладів червоного (20) і чорного (18) кольорів. Блакитний / синій колір вказано в 15 прикладах, тоді як зелений і жовтий кольори є менше представленими у системі лексичних засобів англійської мови – 8 та 5 прикладів відповідно.

У французькій мові виражений найбільше блакитний / чорний колір (31 приклад), менше популярні синій (22) і білий (17) кольори. Червоний використовується рідше, порівняно з англійською мовою (лише 8 прикладів), а зелений (10) і жовтий (12) колір вживаються також рідше, хоча їх частка у загальній системі колірної лексики та ідіоматики мови вища, ніж у англійській мові.

Кольори, передусім, відображають традиції та культуру народів, що формувалися в різних історичних та географічних умовах, що визначає специфічний спосіб сприйняття кольорової палітри навколишнього світу кожною мовною системою.

У цьому розділі встановлено, що для вираження відтінків кольорів у англійській мові найчастіше використовуються складні прикметники з елементами, які вказують на насиченість чи витіснення кольору. У французькій мові також поширені складні прикметники, але їхня різноманітність не досягає рівня англійської мови. Французька мова відрізняється своєрідною образністю, де часто використовуються метафоричні вирази для опису кольорів, а на самі кольори можуть посилатися інші вирази. У англійській мові ця особливість виражена менш виразно. Більшість визначень кольорів як носіїв культурних, історичних, соціокультурних та інших конотацій входять до складу фразеологізмів. Загалом, наповнення корпусу фразеологізмів англійської та французької мов із компонентом-колоронімом має багато спільних рис, але різниця в історії, культурних особливостях та інших факторах впливає на те, що багато значень різних кольорів не співпадають у цих двох мовах.

## **ВИСНОВКИ**

У даній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти порівняльного аналізу фразеологізмів із компонентом-колоронімом в англійській та французькій мовах. Теоретичний аналіз вказав на відсутність єдиного визначення фразеологізму серед дослідників, проте більшість згодні, що фразеологічну одиницю слід розглядати як лексико-граматичну єдність двох або більше нарізнооформлених компонентів, які граматично організовані за моделлю словосполучення чи речення, але залишаються неподільними лексично, стійкими у своєму складі й структурі та відтворюються в мові. Ознаки фразеологічних одиниць включають наявність не менше двох повнозначних слів, семантичну цілісність, метафоричність, стабільність, відтворюваність та інші.

У роботі приділена увага категорії фразеологізмів із компонентом-колоронімом, що дозволило вивчити природу кольорових назв та їхню роль у лінгвокультурі різних мов та націй. Кольори відіграють важливу роль у житті людини, оскільки її здатність розрізняти кольори є суттєвою

частиною можливостей зорового сприйняття. Кольорові системи різних мов істотно розрізняються, що пояснюється історичним та культурним розвитком кожної мови, включаючи створення власних лексичних одиниць та запозичення інших. Кольори відображають вікові традиції та культуру різних народів, що формувалися у різних історичних і географічних умовах, тому сприйняття кольорової палітри в кожній мовній системі залишається унікальним та властивим лише їй.

Кольори грають важливу роль у суспільному житті, оскільки вони вважаються відображенням світу та віддзеркаленням культурних особливостей. Сприйняття кольору відображає національну ідентичність, враховуючи унікальність життя, звичаїв і традицій кожного народу. Розуміння національних особливостей сприйняття кольору є важливим для полегшення міжнародного спілкування.

Фразеологізми, що включають компонент кольору, відтворюють національно-культурні особливості суспільного та духовного життя, світогляд, психологію, а також історичний, культурний, економічний розвиток, природно-географічне середовище, національний фольклор, обряди та звичаї кожного народу. Для правильного розуміння інших культур важливо освоїти мову кольору та знати національні особливості сприйняття кольорів для успішного міжкультурного спілкування.

Одним із напрямків дослідження фразеологізмів у національних мов є порівняльна фразеологія, що спрямована на виявлення схожостей та відмінностей між фразеологізмами різних мов. Контрастивний аналіз фразеологічних одиниць споріднених та неспоріднених мов сприяє не лише кількісному, але й якісному розширенню теорії фразеології, виявляючи унікальні особливості кожної мови. У даному дослідженні використовується порівняльно-контрастивний підхід як основний метод аналізу англійської та французької мов з точки зору фразеологізмів із компонентом-колонімом.

У другому розділі дослідження проведено порівняльний аналіз семантичних та структурних характеристик фразеологізмів із компонентом-колоронімом в англійській та французькій мовах. Як у випадку англійської, так і французької мов, фразеологізми з колоронімами визначаються антропоцентричним характером, переважно групуючись за семантичними та тематичними категоріями, що відносяться до зовнішності людини, її характеру, поведінки, соціальних, професійних та інших аспектів її життя. Також існують фразеологізми, що стосуються різноманітних явищ або надають назви та характеризують абстрактні поняття. На структурному рівні було визначено, що фразеологізми англійської та французької мов з компонентом-колоронімом в основному мають форму прикметників чи іменників. У англійській мові іноді зустрічаються прислівники та дієслова, але ці групи фразеологізмів є менш поширеними.

Структура фразеологізмів із компонентом-колоронімом поділяється на одновершинні, двовершинні та багатoverшинні. У обох мовах більшість таких фразеологізмів є двовершинними чи багатoverшинними. За структурними категоріями, більшість фразеологізмів в обох мовах є номінативними субстантивними та ад'єктивними, і часто включають дієслівні фразеологізми. У середині англійської мови також можна виявити адвербіальні фразеологізми, які не є типовими для корпусу французьких фразеологізмів.

Виявлено, що в англійській мові для вираження колірних відтінків найчастіше використовуються складні прикметники, доповнені компонентами, що вказують на насиченість або ослаблення кольору. Французька мова також використовує складні прикметники, але кількість допоміжних компонентів виявляється меншою у порівнянні з англійською мовою. Французька мова відрізняється своєю образністю, де колірні позначення часто метафоризуються, а самому кольору можуть надаватися інші найменування. У контексті англійської мови ця особливість виявляється менш виразно. Більшість кольоропозначень, які несуть культурні, історичні, соціокультурні та інші конотації, увійшли до складу фразеологізмів.

За допомогою кількісних та статистичних методів дослідження було виявлено, що найбільш вживаним кольором у фразеологізмах англійської мови є білий (34 приклади із 100 розглянутих у роботі англійських одиниць), також високий показник виявлено у назвах червоного (20) та чорного (18) кольорів. Блакитний/синій колір зустрічається в 15 прикладах, водночас як зелений і жовтий представлені менше - 8 та 5 прикладів відповідно. У французькій мові найбільш представленим виявився блакитний/чорний колір (31 приклад), менше популярні синій (22) і білий (17) кольори. Червоний вживається рідше у порівнянні з англійською мовою (лише 8 прикладів), а також подібно до англійської мови, зелений (10) і жовтий (12) кольори виявляються рідкісними, хоча їх відсоток у загальній системі колірної лексики та ідіоматики мови вищий, ніж у англійській мові.

З'ясовано, що у сприйнятті кольорів англійці та французи мають деяку спільність. Наприклад, сприйняття білого і чорного кольорів є практично ідентичним у обох мовах. Однак багато інших кольорів отримали унікальне трактування, пов'язане з конкретними історичними та культурними аспектами, що робить їх унікальними і неповторними у межах національної та мовної картин світу.

Узагальнюючи, корпус фразеологізмів англійської та французької мов із компонентом-колоронімом виявляє багато схожих рис. Проте різниця в історії та культурних особливостях залишає свій відбиток, і тому багато значень різних кольорів не співпадають у цих двох мовах.

Дослідження показало, що основні позначення кольору в основному представлені такими граматичними формами, як прикметник у вищому ступені порівняння та іменник. Аналіз структурних показників фразеологізмів вказує на те, що найбільш поширені серед них є двовершинні конструкції. Розгляд синтаксичних функцій фразеологізмів в порівнянні зі словами дозволив визначити переважання тих, що виконують функції іменників, дієслів та

прикметників. Серед досліджених фразеологізмів найчастіше зустрічаються ті, що виконують функцію номінації, як свідчать результати семантичного аналізу.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьев Л. Сучасна українська мова. Фразеологія. Харків: Вища шк., 1988. 137 с.
2. Ващенко В. С. Фразеологізація компаративних зворотів. Мовознавство. 1975. № 4. С. 34-40.
3. Ганич Д., Олійник І. Словник лінгвістичних термінів. Київ: Вища шк., 1985. 360 с.
4. Демський М. Деривація фразем на базі слів та вільних синтаксичних конструкцій. Мовознавство. 1988. № 1. С. 37–45. 15.
5. Жовтобрюх М. А. Курс сучасної української літературної мови. Частина I: підруч. Київ: Радянська школа, 1965. 423 с.
6. Ковальська І. В. Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англійських художніх текстів): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.16 «Перекладознавство». Київ, 2001. 19 с.
7. Ковбасюк Л. А. Фразеологічні одиниці з компонентом «кольороназва» як елементи національно-мовної картини світу (на матеріалі німецької та англійської мов). Проблеми зіставної семантики: [зб. наук. ст.]. Вип. 7. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2005. С. 267–273.
8. Кравцова І. І. Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2016. Вип. 20(2). С. 29-32.
9. Курченко Л. М. Семантика кольорів в німецькій та українській картинах світу. Мовні і концептуальні картини світу. 2010. № 29. С. 34-40.

10. Марковська А. В. Німецькі фразеологізми з національно культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2013. Вип. 11. С. 223-232.
11. Порожнюк А. Червона барва в мовній палітрі. Урок української. 2000. №1. С. 28-29.
12. Потєбня О. О. Думка і мова. Слово. Знак. Дискурс. Львів: Літопис, 1996. С. 269.
13. Рабош Г. Фразеологізми у французькій мові. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2015. Вип. 36(3). С. 192-199.
14. Удовиченко Г. М. Прогресивна і регресивна деривація в системі фразеологізмів. Мовознавство. 1984. № 2. С. 18-24.
15. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови: навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 494 с
16. Чернецька Н. В. Колороніми в структурі фразеологізмів в іспанській та українській мовах. *Studia philologica*. 2018. Вип. 10. С. 29–33. 42. Curry D. *English in color: 61 Colorful Idioms in English with Practical exercises*. Washington, 1993. P. 66.
17. Поліщук Т. В. Порівняльна характеристика фразеологізмів на позначення рис характеру людини у процесі здійснення професійного перекладу з англійської та польської мов українською. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки. 2013. Кн. 1. С. 241-245
18. Баранцев К.Г. Англо-український фразеологічний словник. – К., 1969
19. Галузинський В.М., Євтух М.Б. Педагогіка: теорія та історія. – Рівне, 1996
20. Новий тлумачний словник української мови у чотирьох томах / Уклад.: В.В.Яременко та ін. – К., 1999. – Т.2

21. Новий тлумачний словник української мови у чотирьох томах / Уклад.: В.В.Яременко та ін. – К., 1999. – Т.4
22. Єрченко П.Г. Класифікація фразеологічних одиниць // Іноземна філологія. – 1994. – Вип. 4 с.8-12
23. Намакштанська І, Романова О. Світ тварин у світі фразеології // Урок української – 2000.
24. Пономаренко Л.О. Вплив східних мов на формування англійської фразеології // Мовознавство. – 1975.
25. Фразеологічний словник української мови / Уклад.
26. Порожнюк А. Червона барва в мовній палітрі // Урок української. – 2000.
27. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford, 1982. V. 2. 453 p.
28. Guryanov I., Rakhimova A., Rudnick A. Sociocultural aspect of coloristic components of idioms in German discourse. Revista QUID. 2017. № 1. Special Issue. P. 800-805
29. Longman Idioms Dictionary. Harlow: Addison Wesley Long Limited, 1998. 398 p.
30. Єрченко П.Г. Класифікація фразеологічних одиниць // Іноземна філологія. – 1994. – Вип. 4 с.8-12
31. Намакштанська І, Романова О. Світ тварин у світі фразеології // Урок української – 2000.
32. Пономаренко Л.О. Вплив східних мов на формування англійської фразеології // Мовознавство. – 1975.
33. Фразеологічний словник української мови / Уклад.
34. Longman Dictionary of English Idioms .- London,1979



35. Soule's Dictionary of English Synonyms.-Toronto-New-York –London –  
Sydney, 1981.

