

Національний університет "Острозька академія"
Факультет романо-германських мов
Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему:

Порівняльний аналіз фразеологізмів-колоронімів англійської і французької мов

Виконала: студентка II курсу, групи МА-61
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
Микитюк В.І.

Керівник Лушпай Л.І

Рецензент _____

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № ____ від “__” _____ 2021 р.
Зав. кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2021 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	8
4 РОЗДІЛ 1. ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ ЯК ОБ'ЄКТ ПОРІВНЯЛЬНИХ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	8
1.1. Поняття та типологія фразеологізмів у мовознавстві	8
1.2. Колоративний компонент у складі фразеологізму: сутність та структурні властивості	15
1.3. Порівняльний аналіз як спосіб вивчення фразеологічних систем двох мов	22
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	27
27 РОЗДІЛ 2. СЕМАНТИКА ТА СТРУКТУРА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ КОЛОРОНІМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ.....	29
2.1. Фразеологізми-колороніми в англійській мові.....	29
2.1.1. Семантичні характеристики фразеологізмів-колоронімів в англійській мові	29
2.1.2. Структурні властивості фразеологізмів-колоронімів в англійській мові	38
2.2. Фразеологізми-колороніми французької мови	42
2.2.1. Семантичні характеристики фразеологізмів-колоронімів у французькій мові.....	42
2.2.2. Структурні властивості фразеологізмів-колоронімів у французькій мові	47
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	52
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-КОЛОРОНІМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ І ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ	

.....	54		
3.1. Ахроматичні та хроматичні кольорономінації у англійських та французьких фразеологізмах: кількісний аналіз			
54			
3.2. Лінгвокультурні відмінності та спільні риси фразеологізмів колоронімів англійської та французької мов			
55			
			3
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3			
70			
ВИСНОВКИ.....			
72	СПИСОК	ВИКОРИСТАНИХ	
ДЖЕРЕЛ.....			
			4
			77

ВСТУП

Фразеологізми, як явище на стику мови та культури, яке втілює у собі не тільки мовні особливості, але й цілий пласт ціннісних та світоглядних концептів народу-носія мови, завжди привертало до себе увагу мовознавців. Фразеологізми є семантично та структурно неподільними одиницями, які володіють переносним значенням та національно-культурною конотацією.

Формуючись у мові, фразеологічні одиниці (ФО) відображають ті явища та об'єкти, які знаходяться довкола нас; а ми, у свою чергу, даємо їм ті чи інші характеристики, зокрема й ознаки за кольором. Відтак, наряду з фразеологізмами, до складу яких входять різноманітні онімні компоненти (найменування тварин, рослин, географічних об'єктів, людей, частин тіла чи певних характеристик людини), у системі фразеології більшості національних мов можна виокремити групу фразеологізмів з компонентом колоронімом.

Колір здавна вважається потужним засобом впливу на людину. Всі кольори, які ми можемо побачити навколо, впливають на наші емоції та

фізичні відчуття. Колір є основою для культурної інтерпретації емоційних переживань. Як і музика, він може нагадувати про сумне, або ж викликати приємні спогади про найщасливіші хвилини життя. Саме колірні асоціації і є відчуттями, пов'язаними з кольором. Колір допомагає створювати яскраві візуальні образи для звичайних абстрактних понять, що надає мовленню емоційної насиченості та яскравості.

Слід зазначити, що кольороназви у складі фразеологізмів у певних випадках можуть втратити своє початкове значення (колірний атрибут) і набути абсолютно різних семантичних відтінків. Із деяких ФО можна виділити значення складових, а з деяких – ні, бо цілісне значення фраземи визначає саме взаємодія її компонентів. У різних типах фразеологізмів різною мірою виявляється семантика їх складових. Людина сприймає колір не тільки як об'єктивну характеристику, але і як морально-естетичну

5

категорію. Ця категорія виражає ставлення, оцінку, норму. Фразеологічні одиниці, що використовують назви кольорів, супроводжуються оцінними конотаціями та співвіднесені з цілісною картиною світу окремої національної культури.

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].

Бачення кольору залежить від самих кольорів, їх яскравості, насиченості і особливостей нашого сприйняття, які часто регулюються національними особливостями культури і мови. Саме тому наповнення значення різних кольорів може дуже відрізнитися у різних культурах. Наприклад, якщо у безлічі європейських культур білий колір асоціюється з

ангельською чистотою і невинністю, через що його використовують, наприклад, у весільних обрядах, то для деяких жителів країн Азії білий колір – це колір трауру.

Англійська та французька культури не є кардинально відмінними одна від одної, адже Великобританія та Франція мають багато спільного та історично досить тісно пов'язані. У тому числі, французька мова протягом тривалого періоду часу впливала на розвиток англійської мови, що знайшло своє відображення й на лексичній та фразеологічній системах англійської мови. Однак і сьогодні достеменно не відомо чи є суттєва різниця між наповненням колірних концептів у цих двох мовах, та наскільки різняться системи фразеологізмів з компонентом-колоронімом у англійській та французькій лінгвокультурах, що й обумовлює актуальність тематики цього дослідження.

6

Об'єкт дослідження – англійські та французькі фразеологізми з компонентом-колоронімом.

Предмет дослідження – структурні та семантичні особливості англійських та французьких фразеологізмів з колоративним компонентом.

Метою дослідження є порівняльний аналіз фразеологізмів з компонентом-колоронімом у англійській та французькій мовах. Для досягнення поставленої мети було визначено такі **завдання** дослідження:

1) уточнити поняття та типологію фразеологізмів у мовознавстві; 2) дослідити місце колоративного компоненту у складі фразеологізму; 3) здійснити порівняльний аналіз як спосіб вивчення фразеологічних систем двох мов;

4) розглянути семантичні та структурні характеристики фразеологізмів-колоронімів у англійській та французьких мовах; 5) визначити ахроматичні та хроматичні кольорономінації у англійських та французьких фразеологізмах та здійснити їх кількісний аналіз; 6) дослідити лінгвокультурні відмінності та спільні риси фразеологізмів-колоронімів

англійської та французької мов. 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** дослідження полягає у систематизації знань про взаємодію мови і культури, поняття та місце фразеологізмів з компонентом-колоронімом у фразеологічних системах сучасних англійської та французької, а також у визначенні поняття та сутності колірної картини світу.

Практичне значення дослідження полягає у систематизації емпіричного матеріалу за темою роботи, що робить можливим його

7

подальше використання у соціолінгвістичних, перекладацьких та методичних дослідженнях. Матеріали й висновки магістерської роботи можуть бути використані у процесі викладання курсів з «Лексикології», «Стилістики», «Перекладознавства», спецкурсу з теорії дискурсу, для навчання перекладу студентів-перекладачів, а також у написанні наукових робіт з англійської та французької філології та перекладу.

Наукова новизна отриманих результатів визначається об'єктом та предметом дослідження і полягає в тому, що у роботі вперше проаналізовано структурні та семантичні особливості, а також здійснено порівняльний аналіз фразеологізмів з колоративним компонентом у англійській та французькій мовах.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, висновків до всієї роботи, списку використаних джерел (включаючи довідкові джерела та ілюстративні матеріали).

8

РОЗДІЛ 1

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ ЯК ОБ'ЄКТ ПОРІВНЯЛЬНИХ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Поняття та типологія фразеологізмів у мовознавстві

Розглядаючи особливості фразеологізмів та їх місце у системі мови, слід зауважити, що мова є універсальним засобом вираження людської думки, у своїй семантичній структурі вона має здатність відображати реальність для кожного окремого індивіда чи цілого народу. За допомогою мови здійснюється особлива форма передачі інформації (культурних установ, звичаїв, традицій, вірувань, життєвих історій тощо).

Зберігаючи національні культури в історичних змінах поколінь, мова об'єднує людей у часі та просторі. мова існує разом із культурою, проникає у повсякденне життя людей, визначає особистість людей і має певний національний колорит. Так як мова і мислення людей тісно пов'язані, вивчення мови дозволяє ідентифікувати ті образи, які з'являються у свідомості окремих людей.

Всі ці властивості мови, як джерела культурних, морально-етичних цінностей народу, найбільш яскраво проявляються у культурно-маркованих елементах лексичного її складу. Одним із таких елементів є фразеологія мови. Фразеологізми – це цінний матеріал для вивчення свідомості носіїв мови, вони чітко відображають специфіку сприйняття світу тим чи іншим народом.

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]. Саме завдяки цьому, вивчаючи фразеологічні одиниці, можна простежити всю історію розвитку людського суспільства – від народження традицій та звичаїв до досягнень у

галузі науки, техніки, політики, економіки, а також можна порівняти особливості еволюції деяких окремо взятих народів.

Фразеологічні одиниці, завдяки своєму яскравому національному забарвленню, що характеризує певне ставлення до способу життя людей, системи цінностей, здавна є предметом дискусій лінгвістів. На сьогоднішній день існує велика кількість вчених, науковців, які вивчали поняття «фразеологізму», його особливості, природу, семантику, сфери поширення та інше. В. В. Виноградов і його послідовники В. Л. Архангельський, О. М. Бабкін, М. М. Шанський, Л. І. Ройзензон, В. П. Жуков, Р. Н. Попов, І. І. Чернишова вивчали такі кардинальні проблеми, як обсяг і предмет фразеології, ознаки фразеологізмів, особливості фразеологічного значення, методи їх 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 лінгвістиці існує більше 20 визначень поняття «фразеологічна одиниця», але на сьогодні жодне з них не прийняте як єдино вірне. Різні мовознавці використовують різні терміни для його позначення: «фразеологізм», «ідіома», «фразеологічна одиниця», «фразеологічний зворот», «фразема», «стійке словосполучення» тощо. Деякі лінгвісти справедливо вважають, що визначення фразеологічної одиниці є таким же складним, як визначення сутності поняття «слово» [8]. Це виявляється насамперед у тому, що як для слова, так і для фразеологізму складно встановити загальні ознаки, які можуть бути приписані кожному з них без виключення.

У «Словнику мовних термінів» Д. Ганича та І. Олійника подається наступне визначення: «фразеологічна одиниця (фразеологізм) – лексико граматична єдність двох і більше нарізнооформлених компонентів,

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 особливе місце в історії вивчення французької фразеології займає XIX ст. Серед найбільш відомих дослідників французької фразеології XIX ст. слід віднести вченого П. Кітара (P. Quitard). Його праця «Dictionnaire étymologique, historique et anecdotique des proverbes et des locutions proverbiales de la langue française» (1842 р.) стала одним із важливих досліджень, у якому дослідник вперше зробив спробу науково пояснити появу низки фразеологічних одиниць французької мови. У цій праці П. Кітар вдається до порівняльно-історичного методу дослідження вперше у історії вивчення фразеології та намагається врахувати різноманітні фактори (семантичні, етимологічні, фонетичні та ін.), що обґрунтували появу фразеологічних одиниць [30, с. 14-15].

Іншим видатним дослідником французької фразеології XIX ст. є Ле Ру де Ленси (Le Roux De Lincy), який у фундаментальній праці «Le livre des proverbes français» 1842 р. вперше здійснив спробу класифікації французьких приказок, прислів'їв та фразеологічних одиниць за історико-етимологічним та тематичним розрядами.

Попри розробки цих мовознавців, виникнення фразеології як лінгвістичної дисципліни у французькій лінгвістиці відноситься до початку XX ст. та

Найбільший свій внесок цей мовознавець зробив у спробі вперше науково обґрунтувати важливість спеціального та системного вивчення фразеологізмів, як особливих стійких словосполучень у мові. Ш. Баллі був послідовником синхронної лінгвістики Ф. де Соссюра і саме у цьому руслі він розглядав безліч важливих питань мовознавства, які мають принципово важливе значення для фразеології. На сьогоднішній день ці питання, хоча й вивчені вже значно ширше, однак не втрачають своєї актуальності [36, с. 193].

Ш. Баллі розглядає фразеологічні звороти як стійкі словосполучення, які можуть володіти різним ступенем зв'язаності. Дослідник розрізняє внутрішні та зовнішні ознаки фразеологізмів, де під зовнішніми ознаками розуміє структурні особливості фразеологічних одиниць, тоді як під внутрішніми – семантичні особливості фразеологізмів. На думку самого Ш. Баллі, важливу роль відіграють тільки внутрішні ознаки, тоді як зовнішні він вважав оманливими та не вагомими. Вчений акцентував особливу увагу на виключній тотожності фразеологічного виразу одному слову-ідентифікатору або словосполученню-ідентифікатору.

Ідеї Ш. Баллі розділяють і сучасні лінгвісти, які вивчають фразеологію. Зокрема, вони часто ототожнюють фразеологічну одиницю зі словом виразом. Наприклад, сталий вираз французької мови *prendre la décision* прийнято вважати фразеологізмом, оскільки його еквівалентом виступає дієслово *décider*. Однак, у випадку такої заміни цілого фразеологізму одним словом частіше за все є неможливою або дуже складною для реалізації. Наприклад, вислови *prendre la crémaillère* (справити новосілля), *coiffer sainte Katherine* (засидітися в дівках) не мають своїх еквівалентів-замінників [36, с. 194].

Відтак, хоча Ш. Баллі доклав вагомих зусиль до вивчення фразеологізмів, все ж їхня сутність залишалася не до кінця зрозумілою та дослідженою. Основне значення внеску цього вченого у розвиток фразеології полягає, передусім, у тому, що він вважав домінуючою роль семантичних

ознак фразеологічних одиниць і саме на цьому підході будував свої дослідження фразеологізмів у сучасній французькій мові.

В. В. Виноградов визначає фразеологізм як стійке поєднання слів, яке є аналогічним словам за своєю відтворюваністю у якості готових і цілісних значущих одиниць [9, с. 8-9]. На думку Ю. М. Караулова фразеологізм – це семантично пов'язані слова, які завжди відтворюються у фіксованому співвідношенні свого значення і лексико-граматичного складу. Фразеологізми є лексично неподільними, характеризуються структурним різноманіттям форми і різним кількісним складом [19, с. 605].

На думку М. А. Жовтобрюха, фразеологічними одиницями слід називати стійкі словосполучення, що сприймаються як одне ціле, як єдиний вислів або мовний зворот, неподільний на окремі частини без втрати його значення [17, с. 335]. Л. Г. Авксентьев підкреслює той факт, що фразеологічна одиниця, або фразеологізм – це таке стійке словосполучення, яке виникає в результаті його метафоризації – семантичного оновлення його компонентів [1, с. 12].

Відповідно, однією з основних ознак фразеологізму є метафоризація, поява нового значення, що часом не має нічого спільного із значенням складових слів-компонентів виразу. Окрім того, до головних ознак фразеологізму належать влучність, крилатість, дотепність, цілісність, відтворюваність. На сучасному етапі фразеологізм розуміється як семантично пов'язане сполучення слів, яке є результатом метафоризації його значення та відтворюється у вигляді специфічної, усталеної та цілісної конструкції [22, с. 30].

Відтак, однією з характерних форм семантичного творення фразеологізмів французької мови є переосмислення компонентів виразу. Переосмислення як форма семантичного перетворення словосполучень є найпродуктивнішою у французькій мові, а отже більшість нових фразеологізмів виникають саме у результаті переосмислення вільних словосполучень, наприклад: *tendre la main* – букв. «протягувати руку» у

значенні «просити милостиню»; *carte blanche* – букв. «чистий бланк» у значенні «свобода дій»; *casser les vitres* – букв. «бити шибки» у значенні «діяти різко»; *mettre la clé sous la porte* – букв. «покласти ключ під дверима» у значенні «непомітно зникнути».

Характеризуючи стійкі словосполучення академік В. В. Виноградов зауважує, що «більшість людей говорять і пишуть за допомогою готових формул, штампів. У системі сучасної літературної мови слова, здебільшого, не функціонують як вільні, несподівано зітнуті окремі компоненти мови, а займають постійні місця в традиційних формулах» [7, с. 15-17].

Фразеологізми відзначені низкою характеристик, які дозволяють їм вважатися самостійними одиницями мови, відмінними від інших мовних одиниць – від слова, словосполучення, речення. До таких ознак В. М. Мокієнко відносить три постійні для стійких сполук характеристики: роздільну оформленість, відносну стійкість (відтворюваність у готовому вигляді) та експресивність» [29, с. 17-20]. Виділяючи ці характеристики як основні ознаки фразеологічної одиниці, дослідник зазначає, що перші дві з них властиві мові, а третя – мовленню, що аналіз взаємодії кожної з цих характеристик може виявити суперечливу суть фразеологічного сполучення і обмежити обсяг фразеології.

Дещо інші ознаки фразеологізму подають такі мовознавці як Л. І. Мацько та О. М. Сидоренко. На думку цих вчених, фразеологічні одиниці характеризуються такими основними ознаками:

- 1) стійка конструкція словосполучення чи речення;
- 2) слова-компоненти фразеологізмів вже не мають окремих значень, а разом виражають одне лексичне значення;
- 3) фразеологізми відтворюються як готові мовні одиниці при спілкуванні, а не створюються під час мовлення;
- 4) оскільки фразеологізм виражає одне лексичне значення, то у реченні він виконує функцію одного члена речення (зазвичай присудка або

5) фразеологічні одиниці надають тексту певного стилістичного забарвлення, оскільки характеризують особу, предмет, дію чи явище; 6) фразеологізми можуть формувати синонімічні та антонімічні ряди так само, як і окремі слова [28, с. 119-120].

Проаналізувавши існуючі визначення фразеологічних одиниць, можна виділити такий ряд особливостей:

1) семантична цілісність або нерозкладність (цю ознаку виділяють, зокрема, В. В. Виноградов, М. М. Шанський, В. Л. Архангельський, В. П. Жуков, Г. Бургер, Л. А. Булаховський та ін.);

2) метафоричність (у працях Б. О. Ларіна, О. В. Куніна, В. П. Жукова, О. М. Бабкіна та ін.);

3) нарізно оформленість (виокремлюють цю ознаку В. П. Жуков, С. Г. Гаврін, М. М. Шанський, Л. Г. Скрипник та ін.);

4) відтворюваність (цю ознаку виділяють, зокрема, В. В. Виноградов, М. М. Шанський, В. Л. Архангельський, С. Г. Гаврін, Л. Г. Скрипник, В. П. Жуков, Г. Бургер та ін.);

5) наявність у складі висловлювання не менше двох повнозначних слів (про цю ознаку говорять М. М. Шанський, С. Г. Гаврін, Г. Бургер); 6) неперекладність іншими мовами (на цій ознаці фразеологізмів особливо наголошує Л. А. Булаховський).

Розглядаючи вищезгадані ознаки, можемо стверджувати, що лише цей набір властивостей всебічно характеризує семантичні, структурні та функціональні особливості фразеологічної одиниці і тим самим відмежовує її від інших лінгвістичних одиниць.

Фразеологізми – одна з універсальї мовлення, яка включає, окрім свого основного семантичного навантаження, також відображення історії народу, своєрідність його культури й побуту. Фразеологізми, як і деяка звичайна лексика, безпосередньо – і в той же час образно – відображають матеріальне

та духовне життя народу. Такі сталі вирази несуть не тільки предметну, а й естетичну інформацію, вони пробуджують уяву, викликають переживання у

15

слухачів (мовців), прикрашають мову, передають історію, ментальність народу-носія мови, творять дух самої мови [40, с. 3].

Фразеологія національної мови репрезентує історичні, культурні, духовні надбання народу як її носія. Знання та уявлення, вірування і досвід людей вбираються та зберігаються у пам'яті багатьох поколінь, знаходячи своє втілення у літературній та мовленнєвій творчості, у тому числі – у приказках, фразеологічних одиницях та інших сталих виразах. Джерелами фразеології можуть слугувати приказки та прислів'я, анекдоти, афоризми, каламбури та парадокси, професіоналізми, мовні кліше та штампи. Відтак, задіяні у процес творення фразеологічного складу мови практично всі лексичні шари мови від літературного високого стилю, до просторічної лексики та сленгу [1, с. 11-13]. Фразеологічний склад кожної мови можна вважати безпосереднім фрагментом концептуальної картини світу, у якій особливо яскраво відображаються риси національного менталітету, характер соціального, політичного, історичного розвитку народу [40, с. 34-35].

Таким чином, фразеологізмом вважається окрема самостійна одиниця мови, що характеризується фразеологічним значенням, компонентним складом, граматичними категоріями, відтворюваністю. Це семантично неподільне сполучення слів, яке називає об'єкт або явище і дає їм оцінку. Сукупність мовних одиниць, яким властиві ці риси, становить обсяг фразеології будь-якої мови. При цьому фразеологічна одиниця виступає як готова формула, у мові вона протиставляється одиницям, які виникають за відомим зразком і за певними правилами.

1.2. Колоративний компонент у складі фразеологізму: сутність та структурні властивості

У цьому дослідженні звертаємося до вивчення фразеологізмів англійської та французької мов, які містять у своїй структурі колоративний компонент. Під колоронімом (колоративом), або кольоропозначенням,

16

розуміємо термін, що застосовується для позначення назв колірних відтінків у мові [3, с. 4]. Відтак, колороніми (від латин. *color* – «колір», грец. *onima* – «ім'я»), або кольороназви визначаються як лексеми, денотативним значенням яких є ознака кольору [20, с. 8].

Феномен кольору є основним предметом багатьох фундаментальних наук та їх невід'ємною частиною. Кольорове сприйняття світу знаходить своє відображення в лексичній і фразеологічній системі мови. Властивість кольорів відігравати роль символу чогось пов'язана з особливостями взаємодії між кольором та когнітивними, емоційними процесами.

Колір є суб'єктивною властивістю світла. Це психофізіологічні реакції людини на світлове випромінювання, яке виходить від різних предметів, що випромінюють світло (джерела світла), а також від предметів, що віддзеркалюють та пропускають через себе (прозорі середовища) світло [25, с. 13]. Усі кольори мають свої відрізки у діапазоні світлових хвиль. Колір виникає лише при сприйнятті цих хвиль людським оком та мозком [25, с. 35].

За думкою Т. М. Гайдукової лексеми на позначення кольору можна класифікувати на основні та неосновні. До основних вона відносить: 1) кольороназви, що позначають ахроматичні кольори: англ. *black, gray, white*; франц. *noir, gris, blanc*;

2) кольороназви, які називають хроматичні кольори: англ. *red, green, yellow, blue, brown*; франц. *rouge, vert, jaune, bleu, marron*.

До неосновних кольороназв належать всі інші, похідні від основних кольорів [10, с. 12]. Ахроматичними кольорами у живописі називаються ті, які не мають тепло-холодних відтінків, а один від одного вони відрізняються тільки за ступенем світлості. Як ахроматичні (безколірні) розглядають такі

кольори, як білий, чорний і всі проміжні між ними відтінки сірого кольору. Здатність предмета відбивати більшу чи меншу кількість світлових променів регулює світлість кольору. Ми бачимо поверхню світлішою, коли вона відбиває більше світлових променів, а темнішою – якщо менше.

17

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].

На рис. 1.1. представлена схема хроматичного кола, яка відображає різноманіття хроматичних кольорів:



Рис. 1.1. Схема хроматичного

кола

Французький сайт «Paintcafe.com», тематикою якого є кольори та їх словникове відображення у французькій мові, приводить їх класифікацію за типами:

1. Первинний колір (*couleur primaire*) – це колір, який не можна створити шляхом змішування інших кольорів. Натомість, саме у результаті

змішування первинних кольорів виникають всі інші кольори та відтінки. До первинних кольорів вчені відносять червоний, жовтий та синій кольори. Суміш цих трьох кольорів дає чорний колір.

2. Вторинний колір (*couleur secondaire*) створюється, відповідно, шляхом змішування двох первинних кольорів. Наприклад, червоний і жовтий

18

кольори дають помаранчевий, а жовтий та синій здатні утворити зелений колір, синій і червоний породжують фіолетовий колір.

3. Проміжний колір (*couleur intermediaire*) виникає при змішуванні первинного і вторинного кольорів. Саме таким кольором є, наприклад, синьо-зелений.

4. Комплементарними кольорами (*couleurs complimentaires*) називаються кольори, які знаходяться один навпроти одного у хроматичному колі (див. рис. 1.1.). Наприклад, комплементарним для червоного кольору є зелений (суміш синього і жовтого), для синього – помаранчевий (суміш жовтого і червоного) і т.д.

5. Теплі кольори (*couleurs chaudes*) – це кольори «теплого» відтінку – у хроматичному колі це кольори від жовтого до фіолетового. 6. Холодні кольори (*couleurs froides*) – відповідно, це кольори від бузкового до жовто-зеленого.

Оригінальними у сфері вивчення кольорів є дослідження Дж. Вайноуера з Массачусетського технологічного університету, який відкрив несподіваний зв'язок між лінгвістикою та фізіологічним сприйняттям кольору людиною. Зокрема, вченого зацікавило, як саме впливають на сприйняття кольору особливості рідної мови і чи можна на основі цього зробити висновки про психологію нації. Саме Дж. Вайноуеру завдячуємо тим, що він розділив всі кольори на групи залежно від їх психологічного впливу на людину. Вчений виокремлює:

1. Стимулюючі (теплі) кольори, які діють на людину як подразники: а) червоний, світло-червоний (*rouge, cerise, cinabre, garance, vermillon*) – вважаються вольовими, життєстверджуючими кольорами; б) помаранчевий

(*orange, abricot, blu, carotte, feu vif*) сприймається на психологічному рівні як теплий, затишний колір;

в) жовтий, лимонний, золотистий (*jaune, bouton d'or, citron, paille*) кольори сприяють встановленню контакту, це променисті, яскраві та жваві кольори.

19

2. Дезінтегруючі (холодні) кольори, навпаки, зменшують роздратованість:

а) фіолетовий, бузковий, лавандовий (*violet, zinzolin, parme*) – глибокі кольори, які налаштовують на роздуми;

б) синій, індиго, кобальтовий (*bleu, marine, saphir*) – підкреслюють дистанцію;

в) блакитний, бірюзовий (*bleu, turquoise, azur*) – спрямовують до простору, часто використовуються у інтер'єрах;

г) синьо-зелений (*viride prasin*) колір підкреслює рух, мінливість. 3. Пастельні кольори:

а) рожевий (*rose, carnation, chair, incarnat*) – ніжний колір, який справляє враження деякої таємничості;

б) ліловий (*lilas, amethyste*) колір – замкнений, ізольований; в)

пастельно-зелений (*vert d'eau, amande, jade*) – ласкавий, м'який колір; г)

сірувато-блакитний (*charron, bleu guide, pastel*) – стриманий. 4. Статичні кольори, здатні врівноважити:

а) власне зелений (*vert, malachite*) – вимогливий, освіжаючий; б)

оливковий (*olive, jaune moutarde*) – заспокійливий, пом'якшувальний; в)

жовто-зелений (*moutarde*) – відновлювальний колір;

г) пурпурний (*pourdiv, amarante*) колір вважається вишуканим, претензійним.

5. Кольори глухих тонів, які не викликають роздратування (*gray, gris, ardoise*), гасять його (*white, blanc, chenu*), допомагають зосередитися (*black, noir, aile de corbeau*).

6. Теплі темні тони (коричневі), стабілізують роздратування, діють інертно:

- а) охра (*ocre rouge et jaune*) – зменшує зростання роздратування;
- б) коричневий, землистий (*brun, acajoi*) – стабілізуючий колір; в) темно-коричневий (*maduro colorado*) – пом'якшує збудливість.

20

7. Холодні темні кольори, ізолюють і придушують роздратування (темно-сірі, чорно-сині, темні зелено-сині, наприклад: *maduro, anthracite*). Дж. Вайноуер також звернув увагу на те, що у деяких мовах (у тому числі й в українській мові) є два різних слова «блакитний» і «синій», тоді як в англійській, французькій і ряді інших мов для позначення обох кольорів використовується тільки одне слово: англ. *blue*, франц. *bleu*. Проте, якщо потрібно точніше передати відтінок, вживаються фрази «*light blue*» і «*bleu clair*». Відтак, у різних мовах по-різному можуть виражатися кольори та відтінки кольорів, що також вказує на багатство лексичного запасу мови, зокрема – в області кольороназв.

Оскільки адресат сприймає навколишній світ у кольорі, логічно припустити існування особливої системи кольорових образів – колірної картини світу. Перш за все необхідно визначити засоби її формування в цілому і підходи до вивчення кольору зокрема. У нашому розумінні колірна картина світу – це уявлення про світ у кольорі, яке виробляється людиною на основі емпіричного дослідження і теоретичного усвідомлення.

Для людини навколишній світ завжди є зорової сценою, картиною «яка формується з комбінацій світлових плям різної вираженості та кольору» [18, с. 6]. «Бути зрячим, – на думку Аристотеля, – значить бути якимось чином причетним до кольору» [3, с. 225].

На мовному рівні кольору, як й інші відчуття людини, які вона отримує за допомогою зору, дотику, смакових рецепторів, слуху та нюху, виражаються за допомогою сенсорної лексики, а також ряду інших мовних засобів. При цьому в кожному національній мові колірна картина світу може мати свою специфіку

і відмінності.

«Мова в усьому без винятку символічна», – наголошував видатний вітчизняний мовознавець О. О. Потебня [33, с. 269]. І це цілком слушна думка, оскільки концепт кольору як один із видів словесних образів, що нерозривно пов'язаний з людським досвідом. Кожен народ звертався до образів предметів

21

та явищ, які оточують його в повсякденному житті, та перетворював їх на символи.

Колір – одна з категорій пізнання світу, а фразеологічні вирази - невід'ємна частина фольклору і культури будь-якого народу. Колір може служити символом будь-яких понять. Відомо, що в різних культурах складаються різні системи колірних символів, що відбивається у фразеологічній картині світу кожного народу [41, с. 29]. Колороніми не просто створюють в уяві певні образи, які виникають при сприйнятті слів, але вони також оживлюють мову, насичують її фарбами. Особливо це стосується фразеологізмів, де семантика певного кольору додатково також поєднується з образом, який лежить у основі сталого влучного висловлювання. Образ, який породжує фраза з назвою кольору у своїй структурі, зазвичай дуже легко уявити.

У той же час, здібність щодо зорового уявлення позитивно впливає на запам'ятовування.

Слід зазначити, що кольороназви у складі фразем у певних випадках можуть втратити своє початкове значення (колірний атрибут) і набути абсолютно різних семантичних відтінків. Із деяких фразеологічних одиниць можна виділити значення складових, а з деяких – ні, бо цілісне значення фраземи визначає саме взаємодія її компонентів. У різних типах фразеологізмів різною мірою виявляється семантика їх складових. Класифікувати такі фразеологічні одиниці слід за типом переосмислення, так як деактуалізація слова у складі фраземи безпосередньо пов'язана з переосмисленням значення самого виразу. А. В. Кунін класифікує їх на фразеологізми-порівняння, фразеологізми-метафори та фразеологізми-метонімії [32, с. 81].

Колірна лексика наочно відбиває історію, звичаї та спосіб життя певного

народу. Вплив кольору обумовлений його прямим фізіологічним впливом на людину, а також асоціаціями, що виникли у результаті накопиченого носіями мови досвіду. Колірне бачення світу представниками того чи іншого народу складається на основі властивих йому традицій, звичаїв, цінностей та певних історичних подій, тому в кожній культурі концепт кольору має особливу систему сенсів і тлумачень [13, с. 73].

22

Фразеологізми з компонентом кольору (колірні фразеологізми) є яскравою ілюстрацією народної самосвідомості, виразного потенціалу мови як способу відображення емоційного стану людини [4, с. 3]. Крім цього, на думку деяких дослідників, чим більш виразним є колірний компонент фразеологізму, тим багатша його семантика та спектр асоціативних зв'язків [44, с. 800].

Стійкі словосполучення, до складу яких входять кольори, беруть участь у міжкультурній комунікації, висловлюючи своєрідність окремих мов. Вони образні, експресивні, відбивають найяскравіші культурні, соціальні, історичні та релігійні моменти [13, с. 73]. Колір виступає як змістовний елемент культури, за допомогою якого можна охарактеризувати, систематизувати предмети, соціальні установки та морально-естетичні поняття. Колір відбиває міфологічну модель будови світу; одиниці колірної групи містять у своїй структурі інформацію про природно-кліматичні та культурно-історичні особливості країн, експлікують психосоматичні особливості етносів. Кольори у складі фразеологізмів можуть мати різноспрямовану конотацію. Причому в більшості фразеологічних одиниць за допомогою кольорів позначені як позитивні, так і негативні явища навколишньої дійсності.

Таким чином, фразеологізми з компонентом-колоронімом не лише прикрашають мову, дозволяють більш точно виражати свої думки та несуть у собі потужну культурологічну конотацію, але вони також здатні розвивати пам'ять. Це робить їх цікавим матеріалом для дослідження, перекладу та використання у навчанні іноземних мов школярів та студентів.

1.3. Порівняльний аналіз як спосіб вивчення фразеологічних систем двох мов

Вивчаючи особливості колоронімів у мовній картині світу різних народів світу, слід зауважити, що не в усіх мовах існує однакова кількість

23

назв на позначення кольору. Деякі основні кольори спектра завжди мають окремі назви [20, с. 10].

Досі вчені не можуть розробити загальну систему класифікації, за якою можна передбачати реакцію людей на різні кольори. Така ситуація виникає через різноманіття існуючих культур, статі, віку, емоційного та психічного станів, особливості сприйняття, настрою у поєднанні з різними комбінаціями кольорів та їх вигляду – все це може продуктивно вплинути на реакцію та її інтенсивність [41, с. 30].

Умовно можна розрізнити кольори з переважно позитивним та негативним символічним значенням. Фразеологізми, як мовні одиниці, відображають специфіку світосприйняття певного народу. І саме тому в різних мовах позитивного або негативного символічного значення можуть набувати різні кольори.

Порівняльне вивчення фразеологізмів з компонентом-колоронімом та визначення схожих і відмінних значень різних кольорів у англійській та французькій мовах доцільно здійснювати з урахуванням відповідної методології такого дослідження.

Порівняння, взаємне співвіднесення, зіставлення різних явищ, процесів, встановлення їх загальних і унікальних рис є основною властивістю людського мислення і становить основу пізнавальної діяльності в цілому. Як стверджують філософи, порівняння – це тип «логічної рефлексії» (за І. Кантом), за допомогою якої на основі певної ознаки встановлюється тотожність або відмінність об'єктів шляхом їх попарного зіставлення. Поряд

з дедукцією, індукцією та аналогією порівняння є універсальним дослідним інструментом, які вирости, як і весь категоріальний апарат логіки з природної мови.

Велика роль відводиться порівнянню / співставленню у мовознавстві. Порівнянню мов у лінгвістиці завжди приділялася велика увага. На думку О. О. Потебні, сама «думка про порівняння мов – таке ж велике відкриття, як

24

ідея людства для історії» [34, с. 48]. Однак у самостійну галузь наукового знання порівняльні дослідження оформилися відносно недавно. На необхідність розмежування термінів «порівняння» і «зіставлення» акцентується увага у більшості сучасних досліджень. Вчені відзначають, що «порівняльний метод направлений на пошук у мовах схожого, для чого слід відсівати різне. Порівняльний метод – історичний та апрагматичний, його мета – використовуючи допоміжну діахронію, принципово деіндивідуалізувати досліджувані мови у пошуках реконструкції прото-реалії [37, с. 40].

Зіставний метод, навпаки, базується виключно на синхронії, прагнучи встановити різне, властиве кожній мові окремо. Зіставний метод не фокусується на схожому, адже воно штовхає у напрямку до нівелювання індивідуального, провокуючи підміну чужого своїм. Відповідно, лише послідовне визначення контрастів та відмінностей свого та чужого слугує законною метою порівняльного дослідження мов [38, с. 10]. На відміну від порівняльного методу зіставний метод принципово прагматичний, він спрямований на певні прикладні та практичні цілі, що аж ніяк не знімає теоретичного аспекту розгляду його проблематики. До положень, які характеризують порівняльний метод, можна визначити наступні тези [38, с. 10]:

1. Теза про ідіоматичність мов, тобто твердження, що кожна мова індивідуально своєрідна не тільки по відношенню до «особливостей» своїх деталей, але і в цілому, у всіх своїх елементах.

2. Теза про системність у відношенні кожного ярусу мовної структури, і всієї мови в цілому.

3. Теза про те, що порівняння не може спиратися на одиничні, розрізнені «відмінності», а має виходити із системних протиставлень категорій і рядів свого і чужого.

25

4. Теза про те, що опора зіставлення полягає не у пошуках уявних тотожностей свого і чужого, однак у визначенні різного, яке й пронизує зіставлення своєї мови і чужої.

5. Теза, що визначає протиставлення свого чужому не загальною, а лише у двосторонньому (бінарному) зіставленні системи своєї мови і чужої.

Порівняльна фразеологія у сучасному розумінні – це особливий напрямок досліджень, орієнтований на виявлення подібностей та відмінностей між фразеологізмами різних мов. У цьому напрямку можна виділити два відносно самостійних підходи: у першому випадку досліджуються споріднені мови, а для другого ступінь генетичного споріднення несуттєва [15, с. 398].

Крім того, як окрема умова порівняльного аналізу фразеології можуть використовуватися параметри типологічної або ареальної близькості. У рамках типологічного підходу досліджуються принципи організації фразеологічних систем, по'язані, зокрема, з морфологічним типом мови. Завдання лінгвістичної типології, у цілому, досить сильно відрізняються від завдань контрастивної лінгвістики. Відповідно, структурно-типологічний аналіз фразеологічних систем переслідує інші цілі, ніж зіставна фразеологія у вузькому розумінні.

Т. В. Поліщук вказує, що основними джерелами поповнення фразеологічного фонду мов можуть слугувати різні явища – культура, література, життєвий досвід народу та ін. Щодо англійської мови, то джерела походження фразеологізмів у ній можна поділити на власне англійські, запозичені з іноземних мов та запозичені з американського варіанту англійської мови. Окрім того, в англійській мові часто зустрічаються

фразеологізми-запозичення з латинської та французької мов. У той же час французька мова, у свою чергу, часто включає у себе фразеологізми, запозичені з латинської мови (більш давній пласт фразеології), та з англійської мови (новіші запозичення) [31, с. 242].

26

Власне англійські та французькі фразеологізми пов'язані з традиціями, звичаями, віруваннями англійського та французького народів, з фактами історії та соціальними явищами. Серед фразеологізмів літературного походження в англійській мові найбільш поширені шекспіризми. Відмінності фразеологічних систем різних мов викликають і багато суперечностей при перекладі.

Загалом, слід зауважити, що система фразеологізму будь-якої мови в цілому володіє своїми національними особливостями. У чому конкретно виявляється відмінність системи фразеологізму у рамках двох або більше мов, можна встановити лише при їх порівняльному вивченні. Ця відмінність фразеологізмів та кольороназв і їх значень буде тим глибше, чим більш віддаленим є генетичний зв'язок мов, що зіставляються. Натомість, чим ближче мови, тим більше схожих рис виявлять вони в галузі фразеології [39, с. 22].

Контрастивний аналіз одиниць фразеологізмів споріднених і неспоріднених мов збагачує теорію фразеології не тільки кількісно, але й якісно, виявляючи самотність кожної з мов, що зіставляються [6, с. 35].

У цьому дослідженні вдаємося до аналізу семантичних особливостей фразеологізмів з компонентом-колоронімом в англійській та французькій мові. У ході вивчення цієї тематики дослідження передусім послуговуватимемося саме порівняльним аналізом як основним дослідницьким методом.

27

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У першому розділі з'ясовано, що, попри достатній рівень вивченості фразеологізмів як лінгвістичного явища, на сьогодні серед дослідників фразеологізмів не існує єдиного визначення поняття «фразеологічна одиниця». У цьому дослідженні розглядаємо фразеологічну одиницю як лексико-граматичну єдність двох і більше нарізнооформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, але неподільну лексично, стійку у своєму складі й структурі, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові. Серед багатьох ознак фразеологічних одиниць вчені виокремлюють кілька найбільш загальних: це наявність не менше двох повнозначних слів, семантична цілісність, стабільність, метафоричність, відтворюваність та ін.

У ході вивчення питання кольороназв у складі фразеологізмів та їх семантичного й лінгвокультурного значення з'ясовано, що кольори відіграють надзвичайну роль у житті людини, адже здатність розрізняти кольори становить істотну частину можливостей зорового сприйняття людини.

З давніх-давен численні кольори, відтінки, їх назви і позначення були для будь-якого народу відображенням навколишнього світу, його образності та символічного значення. З певними кольорами та відтінками завжди асоціювалися світ природи, фізичні явища у ньому, життєві цикли людини або важливі зміни у суспільстві. Протягом існування людства і в ході його історичного розвитку значення символів кольорів і відтінків, звичайно, змінилися, але їх основні поняття і смислові особливості збереглися в культурі і традиціях кожного народу і, отже, відбилися у мовних системах.

Кольорові системи різних мов значною мірою відрізняються одна від одної, і пояснити це можна тим, що кожна мова пройшов свою стадію формування і розвитку (як створення власних лексичних одиниць, так і запозичення інших). Кольори, перш за все, відображають вікові традиції та

культуру народів, які створювалися у різних історичних і географічних умовах, а значить, сприйняття кольорової палітри навколишнього світу в кожній мовній системі залишилося особливим, властивим тільки для неї.

Одним із напрямків дослідження фразеологізмів національних мов є порівняльна фразеологія, яка становить особливий напрямок досліджень, орієнтований на виявлення подібностей та відмінностей між фразеологізмами різних мов. У цьому напрямку виділяють два підходи: вивчення споріднених мов, та дослідження, для яких ступінь генетичного споріднення несуттєва. Контрастивний аналіз одиниць фразеологізмів споріднених і неспоріднених мов збагачує теорію фразеології не тільки кількісно, але й якісно, виявляючи самобутність кожної з мов, що зіставляються. У цьому дослідженні саме такий порівняльно-контрастивний підхід обраний у якості основного методу дослідження англійської та французької мов з точки зору колірних фразеологізмів у них.

29

РОЗДІЛ 2

СЕМАНТИКА ТА СТРУКТУРА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-КОЛОРОНІМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ

2.1. Фразеологізми-колороніми в англійській мові

2.1.1. Семантичні характеристики фразеологізмів-колоронімів в англійській мові

Звернемося до вивчення семантичних аспектів фразеологізмів з компонентом-колоронімом в англійській мові. Передусім, слід розділити фразеологічні одиниці з компонентом-колоронімом на семантичні групи відповідно до типу колороніму, який використаний у такій ФО.

Загалом, серед корпусу розглянутих нами ФО англійської мови, який складає 100 одиниць, виокремлюємо фразеологізми з такими типами

колоронімів:

– власне колоронім (назва кольору, як от *red, white, blue, yellow*); – колоронім, який позначає певний відтінок кольору (наприклад, *gold* як відтінок жовтого кольору);

– лексема, що вказує на інтенсивність кольору без вказівки на сам колір (наприклад, *bright, dark* та ін.).

Наприклад, фразеологізми *the red carpet, once in a blue moon, black ivory, the white flag* містять у своєму складі 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, вони позначають певні відтінки кольорів. Схожі приклади спостерігаються і з, наприклад, колоронімом *gray* у висловах *as gray as a bat's wing, as gray as lead*. До третьої групи належать ФО, які містять найменування, що позначає інтенсивність кольору, наприклад: *as bright as a button, bright-eyed and bushy-tailed, a dark horse* тощо.

30

Також слід звернутися до розрізнення семантичних груп англійських фразеологізмів з компонентом-колоронімом за тематичним критерієм. Зокрема, ФО з кольороназвою можуть характеризувати об'єкти навколишнього світу, наприклад:

1) ідіоми, що містять характеристики людини за тими чи іншими ознаками (характеру, походження, з точки зору ставлення до неї оточення). Наприклад, *blackguard* – шахрай, пройдисвіт; *blue-eyed boy* – юнак, яким захоплюються тому, що він успішний, привабливий і т. д.; *browned off* – (розм.) сумний, пригнічений, розчарований; *green hand* – новачок, недосвідчена людина; *grey mare* – жінка, що тримає чоловіка «під каблуком»; *red-blooded* – (розм.) повний рішучості, сміливий, відважний; *be tickled pink* – шаленіти від щастя; *white sepulcher* – лицемір; *yellow-belly* – (сленг.) боягуз; 2) вказівка на професійну, партійну чи іншу приналежність, вид діяльності, їх функції: *blacksmith* – коваль; *blue-collar* – «синій комірць»; *brown shirt* – член

фашистської організації; *green room* – приміщення у театрі, де актори, музиканти відпочивають та приймають відвідувачів; *redcoat* – британський солдат; *pink-collar* – зайнятий у сфері обслуговування (продавець, офіціант); *white collar* – «білий комірець», службовець компанії (не зайнятий фізичною працею);

3) найменування певного явища: *black ice* – ожеледиця; *blue funk* – стан крайнього жаху; *brown study* – глибокі роздуми, похмурий настрій; *the green-eyed monster* – ревності, *a red herring* – відволікаючий маневр; *white lie* – безневинна брехня; *yellow streak* – боягузтво;

4) знаково-символічне позначення явища, наприклад, *to burn blue* – бути поганою ознакою; *to get the green light* – «отримати добро»; *be / go on a red alert* – бути готовим зустрітися з небезпекою;

5) власні назви (назви країн, організацій, видань тощо): *the Black Country* – промислові райони середньої Англії; *blue Peter* – блакитний прапор з білим квадратом, сигнальний прапор про відхід у море; *green paper* – «Зелена книга» (урядова публікація, у якій викладаються пропозиції для

31

загального обговорення); *yellow pages* – «жовтий довідник» (розділ або окремий том телефонного довідника з адресами і телефонами магазинів, підприємств і установ, надрукований на папері жовтого кольору);

6) перифрастичні субститути (антропоніми, топоніми, назви резиденцій, різних відрізків територій, часових проміжків, корисних речовин, джерел енергії, дорогоцінних металів, корисних рослин, елементів людського організму тощо): *black gold* – нафта, *once in a blue moon* – вряди-годи, *the red light district* – квартал «червоних ліхтарів»;

7) негативні, неприємні або небезпечні речовини, явища, події (хвороби, особливо експресивні та образні евфемістичні назви негативних явищ): *to beat black and blue* – побити до синців, живого місця не залишити; *blue movie* – порнографічний фільм; *to do brown* – обдурити, надути; *look through green glasses* – ревнувати; *to see red* – бути розлюченим;

8) сукупності людей та їх зустрічі, збори: *black list* – список людей, наділених або підозрюваних у чому-небудь; *the grey population* – люди похилого віку; *white wedding* – весільна церемонія, де всі атрибути показують 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 покинути її не можуть навіть об'єкти, які рухаються зі швидкістю світла; *green belt* – зелена зона навколо міста, де будівництво або розвиток структури жорстко контролюється; *white goods* – великі побутові прилади.

Відтак, часто фразеологізми з компонентом-колоронімом використовуються у якості евфемістичних виразів, які дозволяють завуальовано говорити про певні неприємні, табуйовані явища. Значення фразеологізмів найбільш широко представляють групи: характеристика людини (професійна приналежність), негативні явища та перифрастичні субститути. Відзначимо яскраву антропоцентричну спрямованість

32

фразеологізмів з компонентом-колоронімом, адже значна частина таких фразеологізмів пов'язана з людиною, її станом, характером, діяльністю і т. д. Фразеологічні одиниці, пов'язані з людиною та її діяльністю можуть бути розділені на кілька груп:

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

– ФО, що позначають вік людини (*green horn* – молода, недосвідчена людина, *the grey population* – люди похилого віку);

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

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

– ФО, що позначають властивості характеру, поведінку людини (*grey eminence* – «сірий кардинал», *grey mare* – жінка, що тримає чоловіка «під каблуком»);

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

– ФО, пов’язані з професійною, політичною, економічною, господарською, релігійною та іншими сферами людського життя (*black market* – нелегальна торгівля товаром; *black economy* – тіньова економіка тощо).

33

Семантична організованість корпусу фразеологізмів з компонентом колоронімом в англійській мові представлена чотирма класами фразеологізмів:

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

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

white sheet – публічно каятися);

3) знаковими (*black as sin (thunder, thunder cloud)* – похмурише за хмару; *blue to principles* – вірний принципам; *browed off* - (розм.) сумний, пригнічений; *green with envy* – готовий луснути від злості / заздрощів, *red-hot* – дуже гарячий, дуже популярний та успішний; *in the pink* – (заст.) у хорошому настрої (про людину); *white-knuckle* – той, що примушує нервувати);

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

Розглянемо більш детально деякі семантичні групи фразеологізмів англійської мови з компонентом-колоронімом. Як вже було зауважено раніше, найбільш обширну групу ФО з кольороназвами становлять антропоцентричні фразеологізми, які стосуються людини. Окремо можна виділити ФО, які позначають **зовнішні ознаки людини**, наприклад: *as red as a turkey* – почервоніти від злості, сорому тощо; *red as a beetroot / red as a beet* – почервоніти через сором або злість; *as pale as death* – блідий (від страху, через погане самопочуття тощо). Як бачимо, такі фразеологізми

34

використовують колоронім у своєму складі з метою опису фізіологічних реакцій організму (шкіри) на певні емоційні стани людини. Іншими ФО з компонентом-колоронімом, які вказують на **фізіологічні або анатомічні особливості людини** є такі вирази: *blue blood* – аристократичне походження; *a black eye* – синець під оком; *grey cells* – мозок, сіра речовина у мозку людини. Деякі з таких ФО, як от *blue blood*, є метафоричними та використовуються у переносному значенні, інші ж, як *grey cells* дійсно описують анатомічні особливості, у цьому випадку – колір частини людського організму.

Дуже поширеними є фразеологізми, які стосуються **емоцій, психологічного стану та характеру людини**. Психологічний стан та настрої описують такі ФО, як *look on the bright side* – мислити позитивно у

негативній ситуації, бачити у чомусь поганому переваги; *black dog* – депресія та меланхолія; *have blue / pink fit* – бути дуже сердитим тощо. На риси характеру людини вказують такі фразеологізми: *whiter than white* – чесна людина; *as bright as a button* – розумний та жвавий, кмітливий; *yellow dog* – боягуз та ін.

На **фінансовий стан людини** можуть вказувати такі ФО, як *not have a red cent* – ні гроша в кармані; *in the black* – не бути нікому винним грошей. Також можна виокремити деякі ФО з кольороназвою, 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 та процесуальних ФО з компонентом колоронімом можна також виділити фразеологізми, 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. Також ФО

35

з компонентом-колоронімом можуть виражати **абстрактне поняття**, наприклад: *a shot / stab in the dark* – наважання; *a white lie* – невелика брехня, яку говорять щоб не завдати комусь шкоди, не образити; *greener pastures* – нова та краща ситуація і т. д.

Також певна частина фразеологізмів англійської мови з компонентом колоронімом іменує **харчові продукти, страви, посуд**, наприклад: *red meat* червоне м'ясо, наприклад – яловичина; *black pudding* – кров'яна ковбаса; *blue plate* – ресторанне харчування, що складається з повної основної страви, замовленої як один пункт меню і т. д. Також кольороназви часто входять 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 тощо.

Одна з груп ФО з компонентом-колонімом – це **найменування місць, приміщень**, наприклад: *a black spot* – місце, де часто трапляються аварії, особливо на дорозі; *green room* – кімната у театрі, передбачена для розміщення акторів та актрис; *a / the bright spot* – хороша чи приємна частина чогось, що неприємне чи погане у всіх інших аспектах і т. д. **Поняття, пов'язані з часом** (час доби, день тижня і т. д.) також часто включають у себе найменування-колоніми, як у таких фразеологізмах: *a black day (for somebody)* – день, коли з кимось трапляється щось сумне, неприємне, згубне; *a red letter day* – дуже особливий день, який запам'ятовується, тому що сталося щось важливе чи добре; *a white Christmas* – сніжне Різдво, зі снігом тощо.

Також звертаємо увагу на **характеристики предметів, ситуацій**, для яких також використовуються ФО з компонентами-кольороназвами, наприклад: *neither fish, flesh (fowl), nor good red herring* – ні одне, ні інше; без особливих якостей (або достоїнств); *red in tooth and claw* – залучення

36

опозиції або конкуренції, яка є жорстокою і без жалю; *in black and white* – маючи письмовий доказ і т. д.

Наступний шар ФО англійської мови з компонентами-кольороназвами становлять найменування, які виражають **поняття, пов'язані з бізнесом, грошима**, наприклад: *black money* – гроші, не задекларовані для цілей оподаткування; *the black market* – нелегальна форма торгівлі, при якій іноземні гроші або товари, які важко отримати, купуються та продаються; *red ink* – борги, збитки або гроші, які людина комусь винна. Також виокремлюємо ФО, які вказують на **предмет, певну річ**, наприклад: *a white elephant* – річ, яка марна і більше не потрібна, хоча, можливо, коштувала

чималих грошей; *a black box* – щось, що дає певний результат, але ви не розумієте, як це працює; *black flag* – піратський прапор; або ж прапор, піднятий над в'язницею у день страти.

Надприродні явища можуть також позначатися ФО з компонентом кольороназвою, наприклад: *white magic* – магія, що використовується лише для добрих цілей; *black magic* – чорна магія, яка залучає зло; *the black man* – злий дух, демон тощо. **Природні явища, природні об'єкти**, виражені цією категорією фразеологізмів англійської мови, включають у себе такі приклади: *blue water* – відкрите море; *white caps (horses)* – білі хвилі, пінисті хвилі; *black frost* – сильний мороз тощо. Невелика кількість ФО з компонентом кольороназвою включає у себе назви **рідкісних явищ**, наприклад: *a black swan* – щось надзвичайно рідкісне; *a white crow* – людина або річ, яка трапляється вкрай рідко.

У групі сленгової лексики зустрічаємо також ФО з компонентом колоронімом, які вказують певні **види транспорту**, наприклад: *black Maria* – транспортний засіб, який раніше використовувався для перевезення в'язнів; *blue and white* – поліцейське авто.

Також до тем ФО з компонентом-колоронімом, які представлені зовсім невеликою кількістю прикладів, включаємо такі групи:

37

– 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: *black and tan* – тер'єр з чорною спиною і брунатними відтінками на морді, боках та лапах;

– зовнішній вигляд приміщення, опис абстрактного поняття, наприклад: *as black as ink (night)* – дуже темний (про кімнату, будинок тощо);

– все інше, 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 т. д. Окрім тематичних груп ФО з компонентом-колоронімом можна також виокремити групу фразеологізмів відповідно до їхнього оцінного потенціалу. Будучи виражальними засобами, фразеологізми майже завжди виражають оцінку – позитивну, негативну або ж нейтральну. Оціночний компонент, за своєю суттю, визначає здатність фразеологізму висловлювати схвальне чи несхвальне ставлення мовця до предмета повідомлення.

До фразеологізмів з позитивною оцінкою належать такі:

– *white hope* (розм.) – людина, яка, як очікується, принесе честь чи славу своїй групі, команді;

– *to know black from white* – знати різницю між речами, мати здатність робити відмінності;

– *lily-white reputation* – без вини або корупції; абсолютно невинна чи непорочна людина;

– *white knight* – особа або компанія, яка рятує цільову фірму від спроби поглинання, купуючи фірму.

Як бачимо, більшість фразеологізмів з оцінним значенням використовують колоронім *white*, у одному використовується також відтінок

38

lily-white, зустрічається й використання протиставлення кольорів (*black from white*). Загалом, колір відіграє важливу роль у вираженні оцінки, що залежить від лінгвокультурного сприйняття різних кольорів у англійській культурі. Натомість, негативну оцінку частіше за все виражають кольори *black*, *green*, *yellow* та ін., наприклад:

– *to have a yellow streak* (сленг.) – бути боягузом;

– *black-bag job* (розм.) – таємний або незаконний в'їзд або діяльність державних службовців, які шукають викривальні докази;

– *green with envy* – надзвичайно заздрисний і ревнивий;

– *to bleed white* (розм.) – взяти чиїсь гроші, вимагати гроші у когось.

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

Окрім того, семантичні властивості англійських фразеологізмів з компонентом-колоронімом включають також поділ корпусу ФО на групи відповідно до кольору, який розкривається у змісті фразеологізмів. Колір є однією із констант та одним із найважливіших принципів культури, який може служити своєрідною моделлю розвитку, що відбиває шляхи формування, освоєння, закріплення у культурній пам'яті народу не тільки загальних, але і національно забарвлених культурно значущих концептів [16, с. 109].

Відтак, семантична характеристика кольороназв у тексті також залежить від значення кожного кольору у англійській лінгвокультурі, однак це питання розглянемо більш детально у третьому розділі дослідження.

2.1.2. Структурні властивості фразеологізмів-колоронімів в англійській мові

Семантична структура кольоропозначаючої лексики у складі фразеологізмів англійської мови тісно пов'язана з тим, що

39

кольоропозначення відображають універсальні властивості різноструктурних мов (склад слів, системна організація, функціональні якості) і національну специфіку, пов'язану з особливостями словотвору, сполучними властивостями, здатністю до розвитку полісемії, частотністю різних груп колоронімів.

Аналізуючи структурні особливості фразеологізмів англійської мови з компонентом-колоронімом виокремлюємо, передусім, групи фразеологізмів відповідно до типу та місця компоненту-колороніму у структурі

фразеологізму. Відповідно до цього критерію виокремлюємо такі групи слів (табл. 2.1.):

Таблиця 2.1.

Групи ФО відповідно до типу колороніму в їх складі

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>

Окрім того, слід звернути увагу й на частиномовні характеристики компоненту-колороніму, який входить до складу таких фразеологізмів. Зокрема, компонент-кольоропозначення у складі фразеологізму може мати наступні граматичні форми:

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

40

– 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 й трава зеленіша; *whiter than*

white – чесний та високоморальний тощо;

– прислівник, наприклад: *bright and early* – рано вранці;

– дієприкметник, наприклад: *a whited sepulchre* – лицемір. Окрім того, слід звернутися й до структурної класифікації фразеологізмів, розробленої А. І. Смирницьким. Вона заснована на порівнянні ФО зі словами [14, с. 88].

Автор ділить фразеологізми на три структурних типи, до яких відносимо й деякі ФО з компонентом-колоронімом: – двовершинні ФО, які нагадують складні слова з двома основами, наприклад: *black and white – in simple terms of right and wrong, (as) bright as a button – clever and lively; a white elephant – a thing that is useless and no longer needed although it may have cost a lot of money* та ін.;

– багатOVERшинні ФО, які можна порівняти зі складними словами з більш ніж двома основами, наприклад: *red in tooth and claw – involving opposition or competition that is violent and without pity; paint the town red – go out and enjoy oneself; a red letter day – a very special day which is remembered because something important or good happened* та ін.;

– одновершинні ФО, які представляють собою поєднання незначенного слова або незначенних слів зі значенними, наприклад: *in the black – not owing anyone any money; in the dark – knowing nothing about something; in the pink – in good health* та ін.

У нашому матеріалі найбільш частотними є двовершинні фразеологізми. Цей факт можна пояснити тим, що компоненти-позначення кольорів у дослідженому корпусі англійських фразеологізмів найчастіше

41

представлені прикметниками у вищому ступені порівняння, а це означає, що в більшості вони означають іменники. Таким чином, переважають ФО зі структурою Adj. + N.

Також до цієї класифікації можна додати групу фразеологізмів з компонентом-колоронімом, які є прислів'ями та приказками, тобто за своєю структурою наближені 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 т. д.

Розглядаючи структурні особливості фразеологізмів англійської мови з компонентом-колоронімом, також звернемося до класифікації ФО, розробленої А. В. Кунінім [23, с. 296]. Відповідно до цієї класифікації всі ФО можна розділити на наступні класи:

1. Номінативні ФО, які виконують функцію номінації. Цей клас фразеологізмів підрозділяється на наступні групи:

а) субстантивні, наприклад: *red-light district; a black box; a purple heart* і т. д.;

б) ад'єктивні, наприклад: *green as grass; as black as thunder; as bright as a button* і т. д.;

в) адвербіальні та прийменникові, наприклад: *in the black; between the devil and the deep blue sea; like blue murder* і т. д.

2. Номінативні та номінативно-комунікативні фразеологізми. Цей клас представлений дієслівними ФО унаслідок того, що одні з них є словосполученнями, а інші – як словосполученнями, так і реченнями [23, с. 378]. До цієї категорії входять переважно дієслівні фразеологізми, наприклад: *paint the town red; not have a red cent; paint something in black colours* і т. д.

3. Вигуківі ФО та модальні ФО не вигукового характеру. Серед корпусу досліджених фразеологізмів з компонентом-колоронімом ми виявили лише вигуківі ФО, які являють собою узагальнені виразники емоцій та волевиявлення мовця [23, с. 420], наприклад: *by all that's blue*.

42

Таким чином, за структурними аспектами фразеологізми англійської мови з компонентом-колоронімом можуть включати до свого складу різні частини мови, а також різні семантичні категорії компонентів-колоронімів. Зустрічаються й такі фразеологізми, які виражені реченням та належать до прислів'їв або приказок.

2.2. Фразеологізми-колороніми французької мови

2.2.1. Семантичні характеристики фразеологізмів-колоронімів у французькій мові

Розглянемо також семантичні та структурні особливості фразеологізмів французької мови, які містять у своєму складі компонент-колоронім. За семантичними характеристиками також класифікуємо французькі фразеологізми відповідно до семантики колороніму, який вони містять.

Відтак, у французькій мові використовуються як ФО з компонентом, який називає той чи інший колір, так і фразеологізми з найменуваннями різних відтінків кольорів та маркерів інтенсивності кольору. Серед корпусу розглянутих нами ФО французької мови, який складає 100 одиниць, виокремлюємо фразеологізми з такими типами колоронімів:

- власне колоронім (назва кольору, як от *rouge, blanc, bleu, jaune*); – колоронім, який позначає певний відтінок кольору (наприклад, *doré, lilas*);
- лексема, що вказує на інтенсивність кольору без вказівки на сам колір (наприклад, *clair, sombre* та ін.).

До фразеологізмів французької мови, у яких компонент-колоронім безпосередньо називає той чи інший колір належать такі ФО: *broyer du noir* – віддаватися похмурим думкам; *un col blanc* – «білий комірцець»; *sang bleu* – «блакитна кров».

Фразеологізми, до складу яких входять колороніми, які позначають певний відтінок кольору, зустрічаються досить рідко. Наприклад, до таких

43

фразеологізмів можна віднести вираз *voir la vie en rose* – бути оптимістичним (буквально: бачити життя рожевим); *être éminence grise* – бути дуже розумним. Сірий та рожевий можна віднести до відтінків, адже вони не вважаються базовими кольорами. Також до відтінків належить *doré* – золотий. Цей колоронім французької мови використовується, наприклад, у історичному фразеологізмі *le siècle doré de St Louis* – «золоте століття святого Людовіка». Ця

ідіома вживається на позначення періоду правління короля Людовіка, а саме – XIII ст.

Семантичний аналіз та класифікація фразеологізмів з компонентом колоронімом у французькій мові вимагає поділу таких фразеологізмів на окремі групи. Відповідно до їх тематики, виокремлюємо такі ФО:

1) ідіоми, що містять характеристики людини за тими чи іншими ознаками (характеру, походження, з точки зору ставлення до неї оточення). Наприклад, *regarder d'un œil noir* – дивитися спопеляючим поглядом, *manger son pain noir* – проживати важкий період, *prendre une situation en noir* – негативно ставитися до ситуації, *voir la vie en blanc* – бути оптимістом, *manger son pain blanc* – переживати якийсь дуже 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, наприклад: *broyer du noir* – віддаватися похмурих думкам, *voir tout en noir* або *avoir des idées noires* – бачити все у чорному світлі, *saigner à blanc* – втратити сили, вимотатися, вичерпати сили, *une colère blanche* або *une colère noire* – дуже сильний гнів та ін.;

3) вказівка на професійну, партійну чи іншу приналежність, вид діяльності, їх функції: *travailler au noir* – таємно працювати, *un col blanc* («білий комірець») – службовець, *les blouses blanches* – медичний персонал, *une gueule noire* («чорне обличчя») – шахтар, *homme en noire* («людина в чорному») – суддя тощо;

4) 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

44

спроба, *carte blanche* – свобода дій, *voter blanc* – не заповнити бюлетень на голосуванні (залишити його порожнім), *page blanche* – чиста сторінка (незаповнена, порожня) та ін.;

5) колірні характеристики предметів або людини, наприклад: *être blanc comme un cachet d'aspirine* – бути світлим, незасмаглим, *être blanc comme un linge*

– бути блідим, як полотно, *les pieds noirs* («чорні ноги») – вихідці з Північної Африки;

б) перифрастичні субститути: *passer une nuit blanche* – провести безсонну ніч, *tirer à blanc* – безглуздо протестувати (відсутність результату), *porter le fer rouge sur une (dans la) plaie* – випалити розпеченим залізом, застосувати 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* – вбивати.

Як показує аналіз, найбільш широкою групою фразеологізмів французької мови з компонентом-колоронімом є фразеологізми, які стосуються людини – називають її характеристики, професію, емоційний чи психологічний стан. Відтак, французька фразеологія, як і англійська, тяжіє до антропоцентричності, адже значна частина таких фразеологізмів пов'язана з людиною, її станом, характером, діяльністю і т. д.

Різні кольори асоціюються з різними характеристиками чи станами людини. Наприклад, червоний колір часто зустрічається у фразеологізмах, які містять негативну характеристику діяльності людини, як от: *être en rouge* – бути у скрутному становищі. Жовтий колір часто асоціюється з франтівством, що відображено у такій ФО: *les gants jaunes* – щиглі, франти.

Загалом, всі ФО з компонентом-колоронімом, які мають антропоцентричну семантичну основу, можна розділити на кілька груп (табл. 2.2.):

45

Таблиця 2.2.

Семантичні категорії французьких антропоцентричних ФО з компонентом колоронімом

Група ФО	Приклади
----------	----------

<p>ФО, що позначають людину за її професійною, соціальною, національною, расовою та ін. приналежністю</p>	<p><i>homme de bleu</i> – моряк, <i>un col blanc</i> («білий комірець») – службовець, <i>les blouses blanches</i> – 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> – «білий дрізд» (про людину, яка має інакшу поведінку і систему цінностей, ніж її оточення у певній спільноті), <i>l'oie blanche</i> – білий гусак (позначає наївну і простодушну людину).</p>
<p>ФО, що описують міжособистісні відносини</p>	<p><i>la barbe bleue</i> – «синя борода» (жорстокий та ревливий чоловік),</p>

Звернемо увагу також і на семантичну організованість корпусу франкомовних фразеологізмів з компонентом-колоронімом. Аналогічно до такої ж класифікації в англійській мові, тут присутні предметні, процесуальні та знакові ФО, однак відсутня група якісно-обставинних фразеологізмів. Відтак, виокремлюємо три головні групи фразеологізмів французької мови з компонентом-колоронімом:

1) предметні (*un marché noir* – чорний ринок, *une caissenoire* – нелегальні гроші, *page blanche* – чиста сторінка тощо);

2) процесуальні (*manger son pain blanc* – переживати якийсь дуже щасливий період в житті, *tirer à blanc* – безглуздо протестувати тощо); 3) знакові (*une affaire noire* – підла справа, *carte blanche* – свобода дій, *le mouton noir* – чорна вівця) і т. д.

Окрім тематичних груп ФО з компонентом-колоронімом можна також виокремити групу фразеологізмів відповідно до їхнього оцінного потенціалу. Аналіз показав, що французькі фразеологізми з компонентом-колоронімом часто виражають негативну оцінку. Наприклад, ФО з компонентом колоронімом, у якому номінує білий колір, у французькій мові часто виражає негативну оцінку, що виражається:

1) в емоційному стані людини: *sourire blanc* – неприродна усмішка, натягнута усмішка; *être blanc* – погано виглядати, збліднути від хвилювання; *peur blanche* – смертний страх, жах; *page blanche* – незвідане відчуття;

2) у вигляді діяльності або дії: *messe blanche* – пуста розмова; *chou blanc* – повна невдача; *coup blanc* – безрезультатна дія; марна спроба; *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* – влипнути у нехорошу історію.

Втім, зустрічаються й ФО з позитивним оцінним значенням. Той же білий

колір у ряді франкомовних фразеологізмів виражає позитивну оцінку, наприклад: *voir la vie en blanc* – бути оптимістом, *manger son pain blanc* –

47

переживати якийсь дуже щасливий період у житті, *une salle blanche* – кімната зі спокійною атмосферою, *une magie blanche* – біла (світла) магія. Позитивна або негативна оцінка ФО часто залежить від колороніму, який входить до його складу та від лінгвокультурних характеристик, якими володіє цей колоронім. Наприклад, чорний колір часто виражає негативну оцінку у складі фразеологізму, як у таких ідіомах: *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 вважається символом нечесності, таємної, прихованої дії: наприклад: *un marché noir* – чорний ринок, *une caisse noire* – нелегальні гроші, *une affaire noire* – підлу справу, *travailler au noir* – таємно працювати. Також він пов'язаний із поняттям страху, жаху, наприклад: *une série noire* – низка страшних подій, *un film noir* – фільм жахів.

Таким чином, семантична характеристика фразеологізмів з компонентом колоронімом залежить від значення кожного кольору у франкомовній лінгвокультурі. До семантичних характеристик франкомовних ФО з компонентом-колоронімом належать їх тематична спрямованість, оцінність, а також більшість ФО характеризуються антропоцентричністю.

2.2.2. Структурні властивості фразеологізмів-колоронімів у французькій мові

Звернемося також до вивчення структурних властивостей фразеологізмів-колоронімів французької мови. Так само, як і в англійській мові, фразеологізми французької мови можна розділити на групи відповідно до типу та місця компоненту-колороніму у структурі ФО. Відповідно до

Таблиця 2.3.

Групи ФО відповідно до типу колороніму в їх складі

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

Аналіз частиномовних характеристик французьких фразеологізмів з компонентом-колоронімом показав, що переважно такі ФО включають у себе колоронім-прикметник, наприклад: *avoir la main verte* – бути гарним садівником (буквально: «мати зелену руку»), *être blanc comme un linge* – бути дуже блідим (буквально: «бути білим, як простирадло»), *être éminence grise* – бути дуже розумним та ін.

Окрім того, колороніми у складі деяких ФО виступають у ролі іменника, наприклад: *voir rouge* – бути розлюченим (буквально: «бачити червоне»), *être dans le rouge* – мати фінансові труднощі.

Відповідно до частиномовного критерію ФО з компонентом колоронімом також можна розділити на кілька груп. Зокрема, виокремлюємо номінативні фразеологізми, основною функцією яких є називання того чи іншого явища. Номінативні ФО можуть бути субстантивними (*un cordon bleu* – людина, яка добре готує (буквально: блакитна стрічка) та ад'єктивними (*claire comme le jour* – ясно, як день, *blanc comme un linge* – бути дуже блідим тощо). Також досить часто зустрічаються дієслівні ФО, наприклад: *avoir une*

peur bleue – мати сильний страх (буквально: «мати блакитний страх»), *broyer du noir* – бачити все у чорному світлі, *donner le feu vert à quelqu'un* – дати комусь зелене світло.

49

За структурою фразеологізми з компонентом-колоронімом у французькій мові можуть бути поділені на категорії відповідно до структурної класифікації А. І. Смирницького. Вона заснована на порівнянні ФО зі словами [15, с. 88]. До структурних типів французьких фразеологізмів відносяться три види фразеологізмів: непередикативні, частково-передикативні та передикативні.

1. Непередикативні фразеологізми найпоширеніші. Вони у свою чергу діляться на два підтипи:

а) одновершинні фразеологізми, що складаються з одного знаменного та одного чи більше службових слів;

б) фраземи, тобто фразеологізми, що складаються з двох і навіть більше знаменних слів і являють собою словосполучення з підрядним, сурядним або підрядно-сурядним зв'язком елементів.

Таким чином, наявність або відсутність підрядного чи сурядного зв'язку між компонентами є головним критерієм виділення фразем та одновершинних фразеологізмів.

2. Частково-передикативні фразеологізми відрізняються тим, що в них перший, граматично провідний член має доповнення або визначення у вигляді додаткового речення. У таких фразеологізмах перший член може бути виражений не лише словом, а й словосполученням.

3. Передикативні фразеологізми поділяються на два підтипи: а) передикативні ФО із замкнутою структурою, що є простим або складним реченням, що виражає закінчену думку;

б) передикативні ФО з незамкнутою структурою, які виражають незакінчену думку і потребують у мовленні поширення змінними словами. Більшість передикативних ФО мають замкнуту структуру [15, с. 88].

Так, серед фразеологізмів з колоронімом у складі виокремлюються двовершинні ФО, які за своєю структурою схожі на складні слова з двома основами, наприклад: *rire jaune* – змушувати себе сміятися (буквально: «сміятися по-жовтому»).

50

Багатовершинні ФО можна порівняти зі складними словами з більш ніж двома основами, наприклад: *donner le feu vert à quelqu'un* – дати комусь зелене світло, *être blanc comme un linge* – бути дуже блідим (буквально: «бути білим, як простирадло»). Одновершинні ФО є поєднанням незначенного слова або незначених слів зі значеними, як правило це одне значенне слово та кілька незначених, як от у такому прикладі: *en noir, sur jaune* та ін. Такі ФО зустрічаються досить рідко, тоді як більшість фразеологізмів у корпусі досліджених нами ФО з компонентом-колоронімом належать до дво та багатовершинного типів.

Також слід вказати на наявність у французькій мові ФО з компонентом-колоронімом, які мають структуру цілісного речення. Як правило, це прислів'я та приказки французької мови, які містять у собі кольоропозначення, наприклад: *Terre noire fait bon ble* або *Le diable n'est pas si noir qu'on le fait* – «Диявол не такий страшний, як його малюють». Зокрема, у французькій мові зустрічається велика кількість прислів'їв, які включають 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.*

Відтак, прислів'я *Bonnet blanc et blanc bonnet* перекладається як «Що в лоб, що по лобі», іншими словами, має значення «без толку». Прислів'я є дуже доречними майже у будь-якому тексті, особливо це стосується публіцистичних текстів та художньої літератури. Найчастіше, вони виконують експресивну і регулятивну функцію. Є чимало й інших прислів'їв з використанням найменування кольору, і кожне з них виконує певну функцію у тексті. Наведемо ще кілька прислів'їв французької мови, до складу

яких входить колоронім: *Bave du crapeau n'atteint pas la blanche colombe* – «Плювки жаби не дістануть білу голубку», що означає «до чистого брудне не пристане». *Charbonnier et blanchisseur, l'un dit noir, l'autre blanc*. – Один каже «стрижене», інший каже «голене». Можна інтерпретувати це прислів'я, як аналог українського «Хто у ліс, хто по дрова».

51

Відтак, за структурними категоріями більшість франкомовних фразеологізмів з компонентом-колоронімом є номінативними субстантивними та ад'єктивними, часто зустрічаються дієслівні ФО. Переважна більшість ФО з компонентом-колоронімом належать до двовершинної та багатoverшинної категорій. Також частотними є прислів'я та приказки з компонентом-колоронімом, які за структурою є реченнями.

52

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі дослідження здійснено контрастивний аналіз семантичних та структурних характеристик фразеологізмів з компонентом колоронімом у англійській та французькій мовах.

З'ясовано, що як англійські, так і французькі ФО з компонентом колоронімом мають антропоцентричну природу, переважно виокремлюються семантичні та тематичні групи фразеологізмів, які стосуються зовнішності людини, її характеру, поведінки, соціальних, професійних та інших характеристик, діяльності людини. Окрім того, зустрічаються також фразеологізми, які стосуються різноманітних явищ, називають або характеризують абстрактні поняття.

Більшість ФО з компонентом-колоронімом є оцінними – вони виражають негативну або позитивну оцінку, іноді мають нейтральну оцінну забарвленість. Окрім того, самі колороніми, які входять до складу ФО, можуть називати як сам колір, так і його відтінок, або сукупність кольору та відтінку. За цим же принципом виділяємо у розділі окремі структурні групи

ФО. Також на структурному рівні визначено частиномовну представленість фразеологізмів англійської та французької мов з компонентом-колоронімом. Більшість колоронімів є прикметниками або іменниками. В англійській мові також зустрічаються прислівники, дієслова, однак такі групи ФО малочислені.

За структурою ФО з компонентом-колоронімом поділяються на одновершинні, двовершинні та багатoverшинні. Як в англійській, так і у французькій мовах більш представлені двовершинні та багатoverшинні ФО. Також за структурними категоріями більшість франкомовних та англomовних фразеологізмів з компонентом-колоронімом є номінативними субстантивними та ад'єктивними, часто зустрічаються дієслівні ФО. В англійській мові зустрічаються також адвербіальні фразеологізми, тоді як у корпусі французьких ФО таких не зустрічаємо.

53

У обох мовах представлені прислів'я та приказки, до складу яких входять компоненти-колороніми. За структурою такі одиниці є цілісними реченнями, а тому вони виокремлені у розділі в окрему категорію. Прислів'я та приказки мають особливий характер та семантично і стилістично вони є більш насиченими, оскільки виражають закінчену думку.

54

РОЗДІЛ 3

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-КОЛОРОНІМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ І ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ

3.1. Ахроматичні та хроматичні кольорономіації у англійських та французьких фразеологізмах: кількісний аналіз

Здійснимо порівняльний кількісний аналіз використання колоронімів у складі фразеологізмів англійської та французької мов. Передусім, визначимо частотність використання фразеологізмів з різними кольоропозначеннями у

обох мовах. Так, підрахунок кількості вживання різних кольорів у мовних зворотах англійської та французької мов дозволив скласти наступну схему (рис. 2):

40
35
30
25
20
15
10
5
0

Англійська Французька

Red / rouge Blue / bleue White / blanc Black / noir Green / vert Yellow / jaune

Рис. 2. Частотна представленість колоронімів у фразеології англійської та французької мови

Як бачимо, найбільш вживаним у фразеологізмах англійської мови, згідно з аналізом лексикографічних джерел, є білий колір (34 приклади вживання із 100 прикладів ФО, які становлять корпус розглянутих у роботі

55

англійських одиниць), також велика кількість прикладів виявлена з найменуваннями червоного (20) і чорного (18) кольорів. Блакитний / синій колір склав 15 прикладів, тоді як зелений і жовтий кольори – найменш представлені у системі лексичних засобів англійської мови – 8 та 5 прикладів відповідно.

У той же час у французькій мові найбільш представлений блакитний / чорний колір (31 прикладів), менш популярні синій (22) і білий (17) кольори. Червоний, у порівнянні з англійською мовою вживається набагато рідше (всього 8 прикладів), а також аналогічно до англійської мови найрідше

зустрічаються зелений (10) і жовтий (12) кольору, хоча їх частка у загальній системі колірної лексики та ідіоматики мови вище ніж в англійській мові.

Відтак, аналіз частотності використання колоронімів у фразеології в англійській і французькій мовах показав, що англійці та французи мають досить багато схожого у сприйнятті тих чи інших кольорів. В обох мовних картинах світу, наприклад, присутнє практично ідентичне сприйняття білого і чорного кольору. Однак багато кольорів також отримали унікальне трактування, будучи тісно пов'язаними з певними історичними і культурними аспектами, а тому є унікальними і неповторними у будь-якій іншій картині світу крім національної та пов'язаної саме з цією мовою.

3.2. Лінгвокультурні відмінності та спільні риси фразеологізмів колоронімів англійської та французької мов

Колір є однією із констант та одним із найважливіших принципів культури, який може служити своєрідною моделлю розвитку, що відбиває шляхи формування, освоєння, закріплення у культурній пам'яті не тільки загальних, але і національно забарвлених культурно значущих концептів» [16, с. 109]. Розглянемо мовне наповнення і культурні конотації, що містяться у концепті «Колір» в англійській та французькій мовах.

56

Передусім, звернемося до вивчення лінгвокультурних властивостей різних кольорів у фразеології англійської мови. У сучасній англійській мові система кольоропозначень є досить розгалуженою і складною, особливо ж це стосується тієї її складової, яка включає у себе найменування різних колірних відтінків. Кожний колір в англійській лінгвокультурі має свій набір значень та є символічним позначенням певних настроїв, явищ.

Наприклад, фіолетовий колір традиційно символізує певний містичний союз, у результаті якого все уявне і бажане стає реальністю. Це позначення мрії, що стала дійсністю, магічного стану душі, коли здійснюються фантазії.

Людина обирає цей колір, коли вона не тільки хоче зачарувати і захоплювати інших, але і бажає сама перебувати у стані зачарованості [2, с. 210].

Вважається, що для англійців фіолетовий – це колір розкоші, тому, наприклад, шоколад часто упаковують у фіолетову обгортку. У той же час людина, яка асоціюється з цим кольором, занадто сором'язлива, що розкривається через такі вирази: *a shrinking violet – a very shy person (usually negative)*, наприклад: *She's no shrinking violet; I would not exactly describe him as a shrinking violet* і т. д.

Синій або блакитний колір означає в англійській культурі смуток, печаль, що підтверджують такі ідіоми: *feel blue* – сумувати; *blue study* – похмурі роздуми, важкі думки; *make the air blue* – лаятися, лихословити; *blue devils* – смуток, меланхолія, нудьга (також може набувати значення «біла гарячка»). Деякі ідіоми репрезентують середнє арифметичне значення кольору, наприклад, поширена фраза *once in a blue moon* перекладається як «дуже рідко».

Англійське кольоропозначення *blue* у порівнянні з іншими назвами кольорів найчастіше входить до складу різних сленгізмів та колоквіалізмів та нерідко має пейоративне забарвлення [24, с. 51-74], наприклад: *to make the air blue* – лаятися, лихословити; *blue movie* – нецензурний фільм. Також одна з розмовних назв англійської поліції – *Blue Force*, виникла не тільки у зв'язку з

асоціацією із синьою формою. Цілком ймовірно, що зазначені пейоративні

57

значення колороніму *blue* домішуються у цьому випадку до його прямого значення, і, називаючи уражену корупцією поліцію *Blue Force*, прості англійці вкладають у цей фразеологізм певну частку сарказму.

Досить поширений фразеологізм англійської мови *blue stocking* – синя панчоха також має своє історичне походження. Зокрема, «зборами синіх панчіх» британський адмірал Босковен назвав у середині 18 століття один із популярних тоді літературних салонів Лондона. Причиною такого найменування послужив той факт, що у цьому салоні одного разу з'явився

одягнений у сині панчохи відомий вчений Бенджамін Спеллінгфліт. Згодом за цим фразеологізмом закріпилося значення завсідника таких інтелектуальних зібрань, а ще пізніше – найменування людини (як правило, жінки), повністю поглиненої інтелектуальною працею, яка не дбає про свій зовнішній вигляд чи побут.

Історико-культурні витоки мають і багато фразеологічних зворотів або інших мовних елементів англійської мови, які включають у себе найменування червоного кольору. Це пояснюється тим, що червоний колір має важливе значення в англійській культурі. Наприклад, червоний прапор британського військово-морського флоту існує ще з 17 століття і традиційно позначає виклик на бій. Крім того, національною емблемою Англії є червона троянда, що пов'язано з відомою війною Червоної та Білої Троянд або «тридцятирічною війною». Ця війна дійсно тривала тридцять років – з 1455 р. по 1485 р. і у ній брали участь дві стародавні британські династії – Ланкастери (на гербі яких була червона троянда) та Йорки (власники герба з білою трояндою). Суперництво сімейств у результаті закінчилося шлюбом, а червона троянда з тих пір стала національним символом Англії.

Й по сьогодні червоний колір дуже популярний в Англії – часто він символізує цю країну, адже у всьому світі відомі червоні британські телефонні будки і червоні двоповерхові автобуси. Англійські солдати теж традиційно одягнені у мундири червоного кольору. Крім того, «червоною п'ятницею» у Великобританії називається свято, затверджене на честь дня

58

перемоги гірників над підприємцями, що також відноситься до однієї з важливих сторінок історії цієї країни.

Слово *red* має кілька значень в англійській мові, однак частіше за все воно виступає у ролі прикметника і набуває наступних значень: 1) червоний; багряний (*red flag (banner)* – червоний прапор); 2) рудий (*red hair* – руде волосся);

3) рум'яний, почервонілий (*red with anger* – почервонілий від гніву; *rosy*

– рум'яний);

4) закривавлений (*red hands* – закривавлені руки).

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

Розглянемо деякі фразеологічні одиниці англійської мови, до складу яких входить колоронім *red*:

– *to be in the red* зі значенням «бути у боргу, мати заборгованість» і «бути збитковим» [26, с. 288];

– *come (get) out of the red* у значенні «розплутатися з боргами; покрити дефіцит; почати приносити прибуток»;

– *go to the red* у значенні «приносити дефіцит, стати збитковим; показувати дефіцит»;

– *put in the red* зі значенням «привести до банкрутства, зробити нерентабельним, збитковим»;

– *as red as a beet* у значенні «червоний, багряний; червоний як рак»;

– *as red as cherry* зі значенням «рум'яний; кров з молоком»; – *as red as fire* зі значенням «почервонілий»;

– *the red, white and blue* зі значенням «англійський флот і армія».

59

Також у словнику представлений фразеологізм з використанням похідного слова *red-handed* – *catch (take) smb. red-handed* зі значенням «захопити кого-небудь на гарячому» [26, с. 583].

Варто відзначити, що у фразеологічній картині світу англійської мови на особливу увагу заслуговує також кольорова тріада «білий – чорний – червоний», яка обумовлена схожістю природних, соціально-історичних і психічних процесів, які відбуваються у природі, суспільстві та свідомості людини.

Аналіз мовного матеріалу показав, що за поширенням фразеологічних

одиниць колоронім *white* займає лідируючу позицію серед досліджених нами словосполучень. Так, нам вдалося знайти близько 30 прикладів вживання цього слова у словниках: *white as a sheet / as driven snow / as ashes / as marble / as a ghost / as death; white as milk / a lily/ as chalk / 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* и т.д. [16; 23; 43; 45].

У бінарної позиції світлого і темного, білого і чорного виділяються такі універсалії, 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 одиниць з компонентом *white*, що мають негативне значення, на особливу увагу, на наш погляд, заслуговують *to show the white feather* «злякатися» і *white elephant* «майно, подарунок, якого важко позбутися», оскільки незнання англійської національної специфіки часто призводить до неправильного вживання цих фразеологічних одиниць.

Так, у першому випадку мова йде про біле перо як про символ боягузтва і малодушності. Виникнення цієї ідіоми пов'язане із таким видовищем, як бій півнів (якщо у хвості півня було біле перо, це свідчило про

60

незадовільні бойові якості птиці). Згодом біле перо почали надсилати тим людям, яких хотіли звинуватити у боягузтві, зокрема – в ухиленні від військової служби.

У випадку фразеологізму *white elephant* «майно, подарунок, якого важко позбутися» маємо справу з історичною реальністю: коли король Сіаму хотів розорити когось зі своїх підданих, він дарував їм священного білого слона, утримання якого вартувало дуже дорого.

В англійській мові словосполучення зі словом *black* традиційно мають

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*). Також нам вдалося виявити і позитивне значення колороніму *black* у такій фразеологічній одиниці, як *to be in the black* – «мати гроші на банківському рахунку, успішно займатися бізнесом». Відповідно до словника «Longman Idioms Dictionary», ця фразеологічна одиниця означає, що коли якась особа має гроші в банку, це вказується цифрами, надрукованими чорним кольором [43, с. 26].

Також слід розглянути значення у англійській мові зеленого і жовтого кольорів. Зелений колір / *green* у носіїв англійської мови асоціюється з молодістю, свіжістю, іноді може також набувати значення незрілості. Це відображено в таких ідіомах, як, наприклад: *be not as green as one is cabbage looking* – бути не таким вже безглуздом, як може здатися; *green hand* – новачок, недосвідчена людина. Відображається це значення зеленого кольору і в розмовній мові, наприклад, фраза *Do you see any green in my eye?* перекладається як «Невже я здаюся вам таким простаком?». У той же час жовтий колір / *yellow* у англійців, як правило, стійко асоціюється із боягузтвом. Слід зазначити, що таке позначення жовтого кольору було запозичене і американськими поселенцями, тому американський вираз *yellow streak* означає «боягузтво». Така асоціація із

61

жовтим кольором незвична для української мови, а у багатьох країн Азії він є символом багатства і щастя.

Таким чином, об'єктивне сприйняття кольорів носіями англійської мови у кольорово-категоріальних концептах дозволяє виявити не стільки вплив мови на мислення, скільки вплив перцептивно-когнітивних факторів на категоризацію кольору. Часто сприйняття кольору в сучасній англійській мові пов'язане з історичними та культурними факторами. Зазвичай набагато більш яскраво значення кольору і особливості його сприйняття розкриваються у

складі фразеологічних одиниць.

Порівняємо значення різних кольорів англійської лінгвокультури з аналогічними уявленнями про кольори у французькій лінгвокультурі. За даними словників відносна застосовність основних кольорів у французькій мові така: *noir – blanc – rouge – vert – bleu – jaune*. Також виділяються специфічні назви кольорів, які стосуються тільки певних предметів. У французькій мові, як і в багатьох інших мовах, є найменування кольорів, що позначають масть коней: *aubère* (блідий), *bai* (гнідий), *louvet* (буланий), *alezan* (рудой масті) і т. д.

Спеціальними прикметниками також позначають колір волосся людини, очей (*pers, vair*), колір шкіри (*bronzé*), тканини (*écarlate, grenat*). У французькій мові також є специфічні назви для кольорів на гербах: *gueules* (червоний), *sable* (чорний), *sinople* (зелений). Специфічні назви можуть переходити і на інші предмети. Французькі прикметники *gris, blank, brun*, наприклад, походять від назв мастей коней.

У мові з'являються все нові і нові назви відтінків, які даються за кольором рослин (*citron, mauve*), тварин (*chamois, souris*), мінералів (*rubis, jade*), явищ природи (*horizon, aurore, feu*), різних речовин (*paille, roille*). У французькій мові, з огляду на легкість вживання конверсії, будь-яке слово може стати визначенням кольору. Перелік кольорів у словнику Робера має у своєму складі такі словосполучення, як *brou de noix, feuille morte, queue de vache, gorge de pigeon, cuisse de Nymphe*.

62

Багато дослідників відзначають, що метафоричне позначення кольору частіше використовується у французькій мові, ніж в українській чи інших мовах. В україномовному тексті їм, як правило, відповідають основні кольори та їх модифікації:

Le papier de teinture ūtait lie de vin – Шпалери були темно-червоного кольору;

Il secouait qu vent des cheveux tout dorūs – Він струшував на вітрі своїми

позолоченим волоссям;

un vktement hailloneux couleur de boue – вицвіле лахміття.

Крім того, як і в англійській мові, багато кольороназв французької мови включені до складу фразеологічних зворотів. Саме у фразеологізмах, як правило, розкриваються культурні та історичні особливості сприйняття того чи іншого кольору, його місце у лінгвокультурній картині світу народу. Наприклад, жовтий колір у Франції часто вважався кольором «рогоносців» – до XVI століття у Європі будинки зрадників мазали жовтою фарбою. Крім того, у французькій мові зустрічаються такі фразеологізми з компонентом, що позначає жовтий колір, як: *jaune comme du nankin* – жовтий як солома; *jaune comme (un) souci* – жовтий як кульбаба; *peindre enjaune* – наставляти роги; *sable jaune* – перець; *rire jaune* – сміятися крізь сльози.

Білий колір символізує чистоту, цнотливість, невинність, світло, мудрість, але він також є і символом холоду, порожнечі. У Франції білий колір – це колір трауру членів королівської сім'ї. Конотації проявляються у таких фразеологізмах: *blanc comme un linceul* – смертельно блідий; *colere blanche* (або *bleue, jaune, rouge, noire*) – лють; *sourire blanc* – неприродна усмішка, натягнута усмішка; *voix blanche* – глухий, беззвучний голос (від хвилювання, страху, гніву і т.д.); *avoir une ivresse blanche* – бути смертельно п'яним; *être blanc comme un cygne* – бути бездоганим, чистим; *être page blanche* – бути у повному невіданні про те, що відбувається, бути абсолютно непричетним до того, що відбувається; *avoir les foies blancs* – злякатися, бути боягузом і т.д.

63

На відміну від української мови, у якій червоний колір зазвичай асоціюється з красою, багатством, французька мова червоний колір осмислює по-іншому. Червоний у Франції – це колір аристократів, а також колір небезпеки, заборони. Цей колір включений у наступні вирази: *carton rouge* – червона картка, яку отримує дискваліфікований футболіст; *être rouge de honte* – почервоніти від сорому; *rougir jusqu'an blancdes 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 вважається кольором «ніяким», тобто банальним, нудним, що відображається і в 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 зло, руйнування і смерть. Негативне сприйняття чорного кольору у французькій мові виражене у наступних мовних зворотах: *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.

Що ж стосується синього / блакитного кольорів, то спочатку блакитний вважався кольором романтиків, символом прекрасної, але недосяжної мрії (блакитна мрія, блакитний птах). Однак у сучасній французькій мові це кольороутворення може набувати нових конотацій, наприклад: *avoir une peur bleue* – душа пішла у п'яти; *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* – лють; *le voyage dans le bleu* – вітання у хмарах; *bleu* – так називають новобранця, «салагу», у

64

французькій армії; *un bas bleu* – синя панчоха; *le sang bleu* – блакитна кров; *fleur bleue* – наївна сентиментальна дурепа / дурень.

Розглянемо також значення зеленого і жовтого кольору у французькій мові. Як і в багатьох інших мовах, у французькій мові зелений колір також має значення «незрілий». Однак є і свої особливості – у французькій мові

прикметник *vert* («зелений») часто використовується при описі явищ, характерних для сільського побуту: *parc vert d'une ville* – парк, міський сад; *Europe verte* (букв. «Зелена Європа») – угода з питань сільського господарства країн спільного ринку; *révolution verte* («зелена революція») – перетворення у 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, існує також багато випадків використання зеленого кольору у переносному значенні – наприклад, прикметник *vert* може означати молодість, свіжість, міцність здоров'я. Наприклад, вираз *il est encore vert* має значення «він ще сповнений сил», а *un vielliard encore vert* можна перекласти як «старий, але ще сповнений сил».

Якщо в англійській мові жовтий колір має різко негативне значення, то у французькій мові – це колір веселощів, бадьорості, він асоціюється з осінню і золотом. Жовтий колір / *jaune* представлений у французькій мові наступними асоціаціями: 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»). У французькій мові «жовтий» також пов'язаний і з позначенням негативних рис, наприклад, *colère jaune* – «лютий гнів, сильне роздратування».

Таким чином, французька мова більш схильна до метафоризації, що розкривається на рівні фразеологічних зворотів. Розглянемо також мовне

65

наповнення концепту «Колір» в англійській і французькій мовах у порівняльному аспекті.

Перш за все, зосередимо увагу на сприйнятті кольору англійцями і французами і на його трактуванні з психологічної точки зору, оскільки колірне сприйняття не може бути звичайним результатом роботи

сенсомоторної системи людини, воно має тісний зв'язок із такими когнітивними процесами, як мислення і пам'ять.

І. В. Гете вказує [12], що жовтий колір – «це колір, наближений до світла ... У своїй найвищій чистоті він володіє світлою природою і відрізняється ясністю, веселістю, ніжною привабливістю». Прикладом втілення такого значення цього кольору є англійський фразеологізм *yellow as gold*, який вживається для позначення золотистого кольору.

У французькій мові ФО *le maillot jaune* – жовта майка лідера – вживається для позначення лідера або новатора у будь-якій галузі. Колір майки дозволяв легко визначити місцезнаходження лідера гонки «Тур де Франс». Завдяки цим змаганням жовтий став кольором чемпіонів. Хоча, у той же 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 має під собою і біблійну підставу. Як відомо з Біблії, Юда продав Ісуса Христа за 30 срібників. Починаючи з XII ст. Іуду почали зображувати у жовтому і цей колір придбав негативне забарвлення. Пізніше продажних жінок зобов'язували носити жовті пов'язки, а потім жовті квітки [Фоміна]. У фразеологічному складі французької та англійської мов вкоренилося значення цього кольору як символу продажності та брехливості. Так, фразеологізм *presse jaune* – жовта преса (франц.) та *the yellow press* – жовта преса (англ.) мають ідентичні значення – ЗМІ, які несуть спотворену, неправдиву інформацію. В англійській мові жовтий асоціюється також і з малодушністю: фразеологізм *yellow streak* – схильність до боягузтва, зрадництва, *yellow dog* – підступна, боягузлива людина. Кожен працівник при

вступі на роботу повинен був дати так звану «жовту обіцянку» – це обов'язок не вступати до профспілки і не брати участь у боротьбі за свої права. І. В. Гете зазначає, що синій колір «виробляє енергію; хоча він знаходиться на негативній стороні, і у своїй величній чистоті є привабливим нічим ...

протилежним роздратованості та спокою» [12, с. 44]. За його словами, «як жовтий несе у собі світло, так і про синій можна сказати, що він завжди приносить щось темне» [12, с. 43]. Англійські фразеологізми *be in blues* – «бути у пригніченому стані» і *blue ruin* – «падіння, загибель» – яскравий тому приклад. Треба відзначити, що, простеживши походження назв кольорів *black* і *blue*, можна помітити звукову подібність цих слів у давньоанглійській: *black* – *blæk*, *blue* – *blæw* [35].

Отже, можна зробити висновок, що синьому кольору властиве негативне, похмуре забарвлення. На прикладі англійських фразеологізмів *blue devils* – «меланхолія, смуток», *blue fear* – «паніка, страх» можна простежити похмурість і жах, які може виражати кольороназва *blue*. У французьких фразеологізмах колоронім *bleu* також може мати негативне забарвлення, наприклад: *Il a peur bleue* – «душа у п'ятах» (тобто, «страх»), *être bleu de colère* – «позеленіти від злості», *nuit bleue* – «ніч з терористичними вибухами».

Білий колір – *white / blanc* також має деякі відмінності у значенні в англійській та французькій мовах. Англійське слово *white* сходить до протоіндоєвропейського *kwid-*, яке збереглося у санскриті у формі *śveta* – (бути яскравим, білим), а у слов'янських мовах у слові *світло*. У той же час у давньоіндійській мові існували слова *bhālam* (блиск) і *bhāti* (світить, сяє), які через латинську мову дали романський корінь *blanc-*. Французьке слово «*blanc*» (*blanche*) – білий – походить від латинського «*blancus*» – «білий», далі з прагерманської форми *blangkaz*, від якої, у тому числі, походять франкське «*blank*», давньоскандинавське «*blakkr*» і німецьке «*blank*»; всі ці слова сходять до праіндоєвропейського «*bhel*» – «сяяти».

67

Як в англійській, так і у французькій мовах деякі значення збігаються, наприклад: *snow / milk white; il est blanc comme neige*. Білі гребені бурунів у англійській мові порівнюють з білими конячками (*white horses*). Українське прислів'я «Корова чорна, та молоко у неї біле» має частковий еквівалент як в

англійській, так і у французькій мові зі збереженням образності у цілому: *A black hen lays a white egg* (англ.) та *Noire poule pond blanc œuf* (франц.). Розпечений до білого метал в англійській мові називається «*white hot metal*», причому «*white hot*» може використовуватися і у значенні «надзвичайно вражаючий, схвильований». Однак у французькій мові подібний епітет відсутній, замість нього існує вираз «*chauffé au rouge*». З іншого боку, фразеологізм «шитий білими нитками» має повний еквівалент у французькій мові – «*cousu de fil blanc*», але відсутній в англійській.

Ще одним яскравим прикладом подібності використання білого кольору у розглянутих мовах є вираз *Black and white written! / C'est écrit noir sur blanc!* Подібні збіги обумовлені особливостями буденно-побутового дискурсу, а саме природними явищами, родом занять населення.

Білий колір в англійській мовній картині світу часто асоціюється з чесністю, добром, радістю. Це багато у чому пояснюється впливом християнської культури. Говорячи про кристально чесну людину, яка завжди діє відповідно до норм моралі, вживають (іноді – іронічно) вираз «*whiter than white*» (біліше білого). Наречена на весіллі, найчастіше, одягнена у біле («*white wedding*» – біле весілля), оскільки білий колір традиційно символізує непорочність і чистоту нареченої. З тієї ж причини досі незаміжно дівчину, наречену, яка загинула, так і не вийшовши заміж, іноді ховають у білій сукні («*white funeral*» – білі похорон). «Брехня заради спасіння», тобто брехня, сказана для того, щоб не заподіяти біль, в англійській мові називається «*white lie*» (біла брехня). У той же час чаклунство «на благо» і в англійському, і у французькій мові називається «білою магією» – *white magic / magie blanche*.

Що ж стосується французької мови, то тут білий колір носить переважно позитивну оцінку явищ або предметів навколишнього світу. На

відміну від чорного кольору, білий колір у французькій мові передає оптимістичне світосприйняття його носіїв. Прикладами можуть служити вирази *manger son pain blanc* – «переживати якийсь дуже щасливий період у

житті», *voir la vie en blanc* – «бути оптимістом», *une salle blanche* – кімната зі спокійною атмосферою, *une magie blanche* – біла (світла) магія. Крім того, білий колір може використовуватися для того, щоб підкреслити якісь колірні характеристики предмета, наприклад: *être blanc comme un cachet d'aspirine* – «бути світлим, незасмаглим», *être blanc comme un linge* – «бути блідим як полотно»). У цьому випадку мова йде скоріше не про колір, а про відтінок. Також білий колір у франкомовній картині світу асоціюється із внутрішньою чистотою людини, що виражається, наприклад, у виразі *être blanc comme neige* – «бути невинним».

Чорний колір – *black / noir* також по-різному репрезентований у двох мовах. Англійське «*black*» походить від давньоанглійського *blæc* (темний, чорний, чорнило), що має когнати у давньогерманських мовах, зокрема – у протогерманській (*blakaz*) та протоіндоєвропейській мовах (*bhleg*), які мають значення «палити, обвуглюватися, тліти». Тут чітко простежується асоціація з тліючим вогнищем, обвугленими дровами. У порівняннях вдаються до зразків із тваринного світу і неживої природи: «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 taupе*). Чорний колір асоціюється із темрявою, закінченням життя (дерево згоріло), трауром, нещастям, гріхом, нечистою силою, тобто має негативну конотацію, яка з'явилася у середні віки.

Як в англійській мові, так і у французькій мові «*black / noir*» асоціюється із нещастям, неприємностями, гнівом, мороком: «чорна мітка» (*black mark*), «чорний список» (*blacklist / liste noire*), «чорний гумор» (*black humour / humour noir*). Говорячи про людину, що відчуває горе або гнів, англійці кажуть, що у неї «*black look*» (похмурий, злий погляд) і «*black mood*»

69

(похмурий настрій). У виразах «чорний день» (*black day*), «чорна невдячність» є параметр «дуже поганий».

Пітьма в англійській мові асоціюється з пеклом – «*black as hell*», а

чорна магія (*black magic*) в обох мовах – з темними силами (чаклунами, відьмами, сатаною). Сучасний англійський вираз «*not as black as it's painted*» є нічим іншим, як частиною прислів'я «*The devil is not so / as black as he's painted*» («Не такий страшний чорт, як його малюють»).

У франкомовній мовній картині світу чорний колір, на противагу білому, є символом негативного, неприємного, що виражається, у тому числі, у таких виразах: «*bile noire, mélancolie noire*» – «чорна меланхолія»; «*humour noir*» – «чорний гумор»; «*machines noires*» – «похмурі вигадки, страсті мордасті»; «*Papillons noirs*» – «чорні думки». Проте, цей колір часто стає компонентом різних прислів'їв і приказок, наприклад: «*Terre noire fait bon blé*», «*Le diable n'est pas si noir qu'on le fait*» – «Не такий страшний чорт, як його малюють».

Англійське «*red*» походить від індоєвропейської основи *reudh- / roudh- / rudh*, яка простежується як у західноєвропейських (*rote* - нім., *rojo* – ісп., *rufus* – лат.), так і в слов'янських мовах (*rudy* – пол.). *Red* вживається у англійській мові не тільки у значенні «червоний», а й, стосовно до опису волосся людини і шерсті тварин, у значенні «рудий»: *red-haired* (рудоволосий), *red fox* (руда лисиця).

Крім того, відзначаються деякі відмінності у сприйнятті колірної гами навколишнього світу французами і англійцями. Наприклад, у англійській мові, як і в українській, існує словосполучення *goldfish* або ж «золота рибка», що означає особливий тип рибок. Таким чином, для опису кольору такого виду рибок використовується відтінок жовтого кольору – золотистий. У той же час в акваріумах французів буде плавати не «золота рибка», а «червона рибка» – *un poisson rouge*. Справедливо зазначити, що цей підвид акваріумних рибок дійсно має червонуватий відтінок, а тому обидва варіанти назви доречні.

У ході дослідження у третьому розділі роботи розглянені кольорові системи англійської та французької мов, які у значній мірі відрізняються одна від одної. Пояснити це можна тим, що кожна мова пройшла свою стадію формування і розвитку (як створення власних лексичних одиниць, так і запозичення інших).

Кількісний та статистичний методи дослідження показали, що найбільш вживаним у фразеологізмах англійської мови є білий колір (34 приклади вживання із 100 прикладів ФО, які становлять корпус розглянутих у роботі англійських одиниць), також велика кількість прикладів виявлена з найменуваннями червоного (20) і чорного (18) кольорів. Блакитний / синій колір склав 15 прикладів, тоді як зелений і жовтий кольори – найменш представлені у системі лексичних засобів англійської мови – 8 та 5 прикладів відповідно.

У той же час у французькій мові найбільш представлений блакитний / чорний колір (31 прикладів), менш популярні синій (22) і білий (17) кольори. Червоний, у порівнянні з англійською мовою вживається набагато рідше (всього 8 прикладів), а також аналогічно до англійської мови найрідше зустрічаються зелений (10) і жовтий (12) колір, хоча їх частка у загальній системі колірної лексики та ідіоматики мови вище ніж в англійській мові.

Кольори, перш за все, відображають вікові традиції і культуру народів, які створювалися у різних історичних та географічних умовах, а значить, сприйняття кольорової палітри навколишнього світу в кожній мовній системі залишилося особливим, властивим тільки для неї. Залежно від колірної картини світу, яка склалася у культурі певного народу і, отже, у відповідній мові, залежить спосіб вираження кольору і особливо його відтінків.

У розділі з'ясовано, що в англійській мові для вираження колірних відтінків найчастіше використовуються складні прикметники з допоміжними компонентами насиченості або ослаблення кольору. У французькій мові

також часто зустрічаються складні прикметники, але кількість допоміжних компонентів не може зрівнятися з різноманітністю англійської мови. Французька мова відрізняється особливою образністю, часто колірні позначення у цій мові метафоризуються, а на сам колір можуть вказувати інші найменування. В англійській мові така особливість виражена менш яскраво. Більшість кольоропозначень як носіїв культурних, історичних, соціокультурних та інших конотацій, входять до складу фразеологізмів. В цілому, наповнення корпусу фразеологізмів англійської та французької мов з компонентом-колоронімом має багато схожих рис, однак різниця в історії, культурних особливостях накладає свій відбиток, тому багато значення різних кольорів не збігаються у цих двох мовах.

72

ВИСНОВКИ

У роботі вивчені теоретичні та практичні аспекти порівняльного аналізу фразеологізмів з компонентом-колоронімом в англійській та французькій мовах. Теоретичний аналіз показав, що на сьогодні серед дослідників фразеологізмів не існує єдиного визначення фразеологізму, однак більшість вчених сходяться на тому, що фразеологічну одиницю слід розглядати як лексико-граматичну єдність двох і більше нарізнооформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, але неподільну лексично, стійку у своєму складі й структурі, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові. Серед ознак фразеологічних одиниць виділені наявність не менше двох повнозначних слів, семантична цілісність, метафоричність, стабільність, відтворюваність та ін.

У роботі звертається увага на категорію фразеологізмів з компонентом колоронімом, а отже вивчена природа кольороназв та їх ролі у лінгвокультурі тієї чи іншої мови й нації. Кольори відіграють надзвичайну роль у житті людини, адже здатність розрізняти кольори становить істотну частину можливостей зорового сприйняття людини. Кольорові системи різних мов

значною мірою відрізняються одна від одної, і пояснити це можна тим, що кожна мова пройшла свою стадію формування і розвитку (як створення власних лексичних одиниць, так і запозичення інших). Кольори, перш за все, відображають вікові традиції та культуру народів, які створювалися у різних історичних і географічних умовах, а значить, сприйняття кольорової палітри навколишнього світу в кожній мовній системі залишилося особливим, властивим тільки для неї.

Колір у суспільному житті відіграє важливу роль, адже саме кольори, їх назви та символічний зміст вважаються для будь-якої культури особливим відображенням усього світу. Сприйняття кольору вважається відображенням народної своєрідності, оскільки життя і побут, звичаї у кожного народу свої. Знання національних особливостей сприйняття кольору допомагає

73

полегшити спілкування на міжнародному рівні.

Фразеологізми, що містять у своєму складі компонент кольору, відображають національно-культурні особливості суспільного та духовного життя народу, його світовідчуття побуту, психології, а також специфіку історичного, культурного, економічного розвитку, природно-географічного середовища, національного фольклору, обрядів та звичаїв даного народу. Щоб правильно зрозуміти іншу культуру, обов'язково потрібно навчитися правильно розуміти значення мови кольору, і навіть обов'язково знати національні особливості сприйняття кольору та вміло використовувати ці знання реалізації міжкультурного спілкування.

Одним із напрямків дослідження фразеологізмів національних мов є порівняльна фразеологія, яка становить особливий напрямок досліджень, орієнтований на виявлення подібностей та відмінностей між фразеологізмами різних мов. У цьому напрямку виділяють два підходи: вивчення споріднених мов, та дослідження, для яких ступінь генетичного споріднення несуттєва. Контрастивний аналіз одиниць фразеологізмів споріднених і неспоріднених мов збагачує теорію фразеології не тільки кількісно, але й якісно, виявляючи

самобутність кожної з мов, що зіставляються. У цьому дослідженні саме такий порівняльно-контрастивний підхід обраний у якості основного методу дослідження англійської та французької мов з точки зору колірних фразеологізмів у них.

У другому розділі дослідження здійснено контрастивний аналіз семантичних та структурних характеристик фразеологізмів з компонентом колоронімом у англійській та французькій мовах. Як англійські, так і французькі ФО з компонентом-колоронімом мають антропоцентричну природу, переважно виокремлюються семантичні та тематичні групи фразеологізмів, які стосуються зовнішності людини, її характеру, поведінки, соціальних, професійних та інших характеристик, діяльності людини. Окрім того, зустрічаються також фразеологізми, які стосуються різноманітних явищ,

називають або характеризують абстрактні поняття. На структурному рівні

74

визначено частиномовну представленість фразеологізмів англійської та французької мов з компонентом-колоронімом. Більшість колоронімів є прикметниками або іменниками. В англійській мові також зустрічаються прислівники, дієслова, однак такі групи ФО малочислені.

За структурою ФО з компонентом-колоронімом поділяються на одновершинні, двовершинні та багатoverшинні. Як в англійській, так і у французькій мовах більш представлені двовершинні та багатoverшинні ФО. Також за структурними категоріями більшість франкомовних та англomовних фразеологізмів з компонентом-колоронімом є номінативними субстантивними та ад'єктивними, часто зустрічаються дієслівні ФО. В англійській мові зустрічаються також адвербіальні фразеологізми, тоді як у корпусі французьких ФО таких не зустрічаємо.

З'ясовано, що в англійській мові для вираження колірних відтінків найчастіше використовуються складні прикметники з допоміжними компонентами насиченості або ослаблення кольору. У французькій мові також часто зустрічаються складні прикметники, але кількість допоміжних

компонентів не може зрівнятися з різноманітністю англійської мови. Французька мова відрізняється особливою образністю, часто колірні позначення у цій мові метафоризуються, а на сам колір можуть вказувати інші найменування. В англійській мові така особливість виражена менш яскраво. Більшість кольоропозначень як носіїв культурних, історичних, соціокультурних та інших конотацій, входять до складу фразеологізмів.

Кількісний та статистичний методи дослідження показали, що найбільш вживаним у фразеологізмах англійської мови є білий колір (34 приклади вживання із 100 прикладів ФО, які становлять корпус розглянутих у роботі англійських одиниць), також велика кількість прикладів виявлена з найменуваннями червоного (20) і чорного (18) кольорів. Блакитний / синій колір склав 15 прикладів, тоді як зелений і жовтий кольори – найменш представлені у системі лексичних засобів англійської мови – 8 та 5 прикладів відповідно. У той же час у французькій мові найбільш представлений

75

блакитний / чорний колір (31 прикладів), менш популярні синій (22) і білий (17) кольори. Червоний, у порівнянні з англійською мовою вживається набагато рідше (всього 8 прикладів), а також аналогічно до англійської мови найрідше зустрічаються зелений (10) і жовтий (12) кольору, хоча їх частка у загальній системі колірної лексики та ідіоматики мови вище ніж в англійській мові.

Виявлено, що англійці та французи мають досить багато схожого у сприйнятті тих чи інших кольорів. В обох мовних картинах світу, наприклад, присутнє практично ідентичне сприйняття білого і чорного кольору. Однак багато кольорів також отримали унікальне трактування, будучи тісно пов'язаними з певними історичними і культурними аспектами, а тому є унікальними і неповторними у будь-якій іншій картині світу крім національної та пов'язаної саме з цією мовою.

В цілому, наповнення корпусу фразеологізмів англійської та французької мов з компонентом-колоронімом має багато схожих рис, однак

різниця в історії, культурних особливостях накладає свій відбиток, тому багато значення різних кольорів не збігаються у цих двох мовах.

Було встановлено, що в основній своїй масі позначення кольору являють собою такі граматичні форми: прикметник у вищому ступені порівняння та іменник. За підсумками виявлення структурних показників фразеологізмів зроблено висновок, що у матеріалі найбільш частотні двовершинні фразеологізми. Розгляд синтаксичних функцій фразеологізмів за аналогією зі словами привів до думки, що серед відібраних ФО переважають такі, що виконують функції іменників, дієслів та прикметників. У дослідженому корпусі найчастіше зустрічаються фразеологізми, які мають функцію номінації, про що можуть свідчити результати вивчення семантичних характеристик ФО.

Вагомим результатом проведеного дослідження є також розроблена семантична та структурна класифікація відібраних фразеологізмів з колоропозначенням англійської та французької мов. З цієї класифікації

76

зроблено висновок, що у корпусі досліджених фразеологізмів переважають такі, що описують психологічний стан людини, її емоції і настрої, або ж називають певне абстрактне поняття.

Перспективою подальших досліджень може стати більш детальне вивчення і порівняння значень того чи іншого кольору в англійській і французькій мовах, а також порівняльний аналіз фразеологізмів з компонентом-колоронімом в англійській, французькій та українській мовах та особливості й труднощі перекладу таких одиниць.

77

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьев Л. Сучасна українська мова. Фразеологія. Харків: Вища шк., 1988. 137 с.
2. Андреева В. Энциклопедия символов, знаков, эмблем. Москва, 2000.

556 с.

3. Аристотель О душе // Соч.: в 4-х т. Москва, 1976. Т.1. 560 с. 4. Багана Ж., Еркова Д. Н. Цветофразеологизмы русского и испанского языков в лингвокультурном аспекте: монография. Москва: ИНФРА-М, 2014. 116 с.

5. Борисова Д. Н. К проблеме выбора термина для названия форм цветообозначения в языке. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. Вып.23. № 21 (122). 2008. С. 4-5.

6. Ващенко В. С. Фразеологізація компаративних зворотів. *Мовознавство*. 1975. № 4. С. 34-40.

7. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). Москва: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.

8. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. Москва: Наука, 1977. 254 с.

9. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. Москва, 1986. 342 с.

10. Гайдукова Т. М. Цветообразование человека и частей его тела: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 «Германские языки». Нижний Новгород, 2008. 23 с.

11. Ганич Д., Олійник І. Словник лінгвістичних термінів. Київ: Вища шк., 1985. 360 с.

12. Гете И. В. Учение о цвете. Теория познания: Пер. с нем. Изд. 3-е. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 200 с.

13. Горн Е. А. Семантические особенности прилагательных цветообозначений в сопоставительном аспекте. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2013. №162. С. 72-81.

14. Демський М. Дери́вація фразем на базі слів та вільних

синтаксичних конструкцій. Мовознавство. 1988. № 1. С. 37–45. 15.

Добровольский Д. О. Корпусный подход к исследованию фразеологии: новые результаты по данным параллельных корпусов. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2020. 17(3). С. 398–411.

16. Жаркынбекова Ш. К. Моделирование концепта как метод выявления этнокультурной специфики. *Материалы IX Конгресса МАПРЯЛ*. Братислава, 1992. 25 с.

17. Жовтобрюх М. А. Курс сучасної української літературної мови. Частина I: підруч. Київ: Радянська школа, 1965. 423 с.

18. Измайлов Ч. А., Соколов Е. Н., Чернозирова А. М. Психофизиология цветового зрения. Москва Изд-во МГУ, 1989. 169 с.

19. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: ЛКИ, УРСС Эдиториал, 2010. 264 с.

20. 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.

21. 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.

22. 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.

79

23. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. 3-е издание. Москва, 1967. 944 с.

24. Кумлева Т. М. Самая современная фразеология французского языка. Москва: Астрель, АСТ, 2011. 182 с.

25. Курченко Л. М. Семантика кольорів в німецькій та українській

картинах світу. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2010. № 29. С. 34-40. 26.
Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка. Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. Т. 52. Москва, 1993. № 1. С. 5-12.

27. Марковська А. В. Німецькі фразеологізми з національно культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2013. Вип. 11. С. 223-232.

28. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Москва: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с. 29.
Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Українська мова: посібник. 2-ге вид., стер. Київ: Либідь, 1996. 432 с.

30. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка. *Коммуникативные фразеологические единицы*. Москва: Просвещение, 1975.

31. 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.

32. Порожнюк А. Червона барва в мовній палітрі. *Урок української*. 2000. №1. С. 28-29.

33. Потебня О. О. Думка і мова. Слово. Знак. Дискурс. Львів: Літопис, 1996. С. 269.

34. Потебня А. А. Слово и миф. Москва: Правда, 1989. 624 с. 35.
Почепцов О. Г. Языковая ментальность: способ представления мира. Вопросы языкознания. 1990. №6. С. 110-122.

80

36. Рабош Г. Фразеологізми у французькій мові. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2015. Вип. 36(3). С. 192-199. 37.
Реформатский А. А. Введение в языковедение. Москва: Аспект Пресс, 2000. 536 с.

38. Серебренников Б. А. Всякое ли сопоставление полезно? *Рус. яз. в*

нац. шк. 1957. № 2. С. 10.

39. Удовиченко Г. М. Прогресивна і регресивна деривація в системі фразеологізмів. *Мовознавство*. 1984. № 2. С. 18-24.

40. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови: навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 494 с.

41. 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.

43. Hornby A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford, 1982. V. 2. 453 p.

44. 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.

45. *Longman Idioms Dictionary*. Harlow: Addison Wesley Long Limited, 1998. 398 p.