

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра романської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота  
з перекладознавства на тему:

**«ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ІЗ ЗНАЧЕННЯМ КОЛЬОРУ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ  
АСПЕКТІ»**

Студента групи ММЛі 01-20  
факультету романської філології і перекладу  
денна форма навчання  
спеціальність **035 Філологія**  
спеціалізація **035.05 Романські мови та  
літератури (переклад включно)**  
Гринчука Сергія Олександровича  
Науковий керівник:  
кандидат філологічних наук,  
доцент Бобчинець Л. І.

*Допущено до захисту*

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ року

*Завідувач кафедри*

\_\_\_\_\_ *Філоненко Н. Г.*

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

Київ – 2021

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA  
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KIEV  
Departamento de Filología Románica, Neogriega y Traducción

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

sobre el tema:

**“UNIDADES FRESEOLÓGICAS CON EL SIGNIFICADO DEL COLOR EN EL  
ASPECTO DE LA TRADUCCIÓN”**

Serhii Hrynychuk

Estudiante del grupo MMLi 01-20

Facultad de Filología Románica y Traducción

Educación presencial

Especialidad **035. Filología.**

**Lenguas y literaturas románicas**

**(traducción inclusive), primera lengua – española**

Tutora académica:

Ph.D en Filología,

Profesora Titular L. Bobchynets

Kyiv – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ.....	8
1.1. Поняття та диференційні ознаки фразеологічних одиниць.....	8
1.2. Класифікація фразеологічних одиниць в іспанській та українській мовах.....	15
1.3. Особливості та основні методи перекладу фразеологічних одиниць.....	21
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ЗНАЧЕННЯ КОЛЬОРУ НА СЕМАНТИКУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ.....	28
2.1. Колір як об’єкт лінгвістичних досліджень.....	28
2.2. Кольори та їх значення.....	31
2.2.1. Білий та чорний кольори.....	31
2.2.2. Червоний колір.....	35
2.2.3. Жовтий, синій та зелений кольори.....	37
2.2.4. Коричневий, фіолетовий, рожевий, помаранчевий та сірий кольори.....	43
2.3. Значення кольору в семантиці фразеологічних одиниць іспанської та української мов.....	48
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ЗІ ЗНАЧЕННЯМ КОЛЬОРУ.....	53
3.1. Формування фразеологічної компетентності студентів при вивченні іспанської мови.....	53
3.2. Проблеми та типові помилки при перекладі фразеологізмів з іспанської мови на українську.....	59
3.3. Переклад іспанських фразеологізмів зі значенням кольору на українську мову.....	65
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
РЕЗЮМЕ.....	82

## ВСТУП

Безсумнівно, колір грає дуже важливу роль в нашому світі. Важко уявити життя людини без кольору. Все, так чи інакше, в навколишньому світі тісно пов'язане з ним. Можна розглядати його з різних точок зору: художньо-естетичної, психологічної, фізичної, соціальної і багатьох інших. Колір відкриває нам особливий світ, наповнюючи його дивовижною красою. Він допомагає нам отримати додаткову інформацію про оточення, викликає особливі почуття, впливає на нашу свідомість, призводить до роздумів. Колір став особливим засобом впливу на стан людини, викликаючи різні почуття і емоції. Наприклад, колір може підняти настрій і активізувати енергію, заспокоїти і розслабити, підняти або знизити розумову активність, посилити інтерес або навпаки заважати зосередитися на чомусь. Ми можемо використовувати поєднання і значення кольорів для формування певного враження і отримання бажаної реакції, а також для регуляції власного психологічного і навіть фізичного (фізіологічного) стану.

В даний час помітно зріс інтерес до вивчення значення кольору у фразеології, яка найбільш яскраво відображає своєрідність життя того чи іншого народу, його культуру, традиції, менталітет. Використання в мовленні фразеологізмів допомагає краще відчувати мову, розширює знання про неї, збагачує її, а також робить її більш експресивною. Наявність великої кількості фразеологізмів в мові показує її багатство, тому знання фразеологічних одиниць, в тому числі і фразеологічних одиниць з колірним компонентом, стає невід'ємною частиною володіння мовою. Це пояснюється тим, що, по-перше, проблема "мови та культури" стає все більш актуальною. Сучасні лінгвісти активно вивчають мову в тісному зв'язку з людиною, її мисленням, аналізують мовні фактори в безпосередньому зв'язку з мовною особистістю. По-друге, фразеологічні одиниці, що відображають багату національно-культурну інформацію, є дуже цінними елементами кожної мови. Без їх знання неможлива успішна комунікація з носіями мови.

Проблема перекладу фразеологізмів досліджувалася великою кількістю науковців, серед них – В. Н. Телія, В. В. Виноградов, Н. Л. Шадрін, В.Н. Комісаров, Ю. П. Солодуб

та інші. Проте саме тема перекладу фразеологізмів зі значенням кольору є малодослідженою.

**Актуальність** дослідження даної теми зумовлена тим, що використання фразеологічних одиниць, зокрема тих, які містять в собі значення кольору, є досить поширеним засобом вираження різних образів, особливо, якщо мова йде про літературу. Вони допомагають по-іншому сприймати інформацію, впливаючи на уяву людини. Вони роблять текст більш цікавим, виразним, допомагають створювати певні образи при читанні. Однак такі одиниці нерідко являють собою пастку для перекладачів, так як їх значення є зрозумілим для носіїв мови, але воно може бути не зафіксоване в словниках. Тому дуже важливо вміти розпізнати в тексті фразеологізми і знайти оптимальне перекладацьке рішення. Слід враховувати нюанси перекладу фразеологічних одиниць, щоб не допускати помилок, адже навіть через незначну помилку можна втратити образ, а часто навіть зміст написаного автором.

**Метою** роботи є аналіз фразеологізмів зі значенням кольору в перекладацькому аспекті та їх переклад з іспанської на українську мову. Відповідно до мети роботи, впливають наступні **завдання**:

1. дати визначення поняттю ФО, виділити основні ознаки та розглянути різні класифікації ФО, зокрема в іспанській та українській мовах;
2. зазначити основні методи перекладу ФО;
3. дослідити різні значення кольорів та їх вплив на ФО;
4. проаналізувати практичний аспект перекладу ФО зі значенням кольору з іспанської на українську мову;
5. виділити типові помилки при перекладі ФО.

**Об'єкт** дослідження – перекладацький аспект при вивченні фразеологізмів зі значенням кольору.

**Предмет** дослідження – фразеологічні одиниці зі значенням кольору в іспанській та українській мовах.

В ході дослідження були використані наступні **методи**:

1. описовий метод (дослідження та пояснення будови, загальних рис та функціонування фразеологічних одиниць);

2. метод зіставного та порівняльного аналізу (виявлення спільних, відмінних та специфічних рис ФО іспанської та української мов, а також особливостей значення різних кольорів);

3. метод перекладацького аналізу (дослідження стратегій та дій перекладача спрямованих на адекватну передачу змісту ФО);

4. дедуктивний метод (перехід від загальних теоретичних засад до їх розгляду на практиці).

**Наукова новизна** даної роботи полягає в детальному аналізі історичного розвитку значень різних кольорів, цілісному аналізі вживання фразеологізмів зі значенням кольору в іспанській та українській мовах на матеріалі широкого кола фразеологічних джерел, таких як інтернет статті, підручники та науково-дослідницькі книги [14; 33; 47; 58], а також дослідженні перекладацького аспекту ФО з компонентом кольору.

**Практичне значення** отриманих в роботі результатів є певним внеском до розвитку таких дисциплін як лексикографія, загальна теорія перекладу та зіставне мовознавство. З іншого боку, практичне значення даної роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані при розробці спецкурсу з фразеології іспанської мови, викладанні практичного курсу перекладу у вищій школі, а також при складанні навчального посібника з фразеології двох мов.

Поставлені цілі і завдання даного дослідження дозволили визначити його **структуру**, яка складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та резюме іноземною мовою. У вступі обґрунтовується актуальність та значення обраної теми наукової роботи, а також ставляться питання та завдання, які мають бути порушені та вирішені в процесі дослідження. У першому розділі розглядаються теоретичні аспекти дослідження фразеологічних одиниць. У другому розділі досліджується вплив значення кольору на семантику фразеологічних одиниць. У третьому розділі аналізується практичний аспект перекладу фразеологізмів зі значенням

кольору. У висновках підсумовуються результати проведеного дослідження. У резюме вказуються мета, цілі та матеріал дослідження, стислий зміст роботи, основні отримані результати та висновки.

## РОЗДІЛ 1

### ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

#### *1.1. Поняття та диференційні ознаки фразеологічних одиниць*

Наявні в області фразеології дослідження показують, що слово “фразеологія” має декілька значень. Як лінгвістичний термін воно вживається для позначення особливої галузі мовознавства, яка вивчає “стійкі словосполучення з ускладненою семантикою” [22, с. 5], тобто, так звані фразеологізми (рідше фразеологічні звороти), а також для позначення сукупності подібних словосполучень, властивих певній мові. Звертаючись до етимології терміну, фразеологію визначають як “наука про фразу”, хоча найчастіше вона позначає не саму науку, а, скоріше, її матеріал.

Термін “фразеологія” був введений швейцарським ученим, одним з видатних лінгвістів ХХ століття, Шарлем Баллі, який описував фразеологію як “розділ стилістики, що вивчає пов’язані словосполучення”. Він вперше в історії мовознавства теоретично осмислив фразеологічні явища, заклавши тим самим основи сучасної фразеології, тому його прийнято вважати родоначальником цієї науки [4, с. 5].

Фразеологічна концепція Ш. Баллі викладена в його працях “Французька стилістика” і “Нарис стилістики”. У зазначених роботах Ш. Баллі підняв питання, що мають принципове значення для фразеології. Незважаючи на те, що їх трактування і методика були піддані критиці з боку деяких вчених, ці питання до цих пір не втрачають своєї актуальності. Ще в 1909 році він звернув увагу на суттєві особливості лексичної сполучуваності, “Словосполучення можуть мати різний ступінь сполучуваності в межах між двома крайніми випадками, а саме: 1) коли словосполучення розпадається відразу після того, як воно було створено, і слова, які його склали, отримують повну свободу вступати в інші комбінації слів; 2) коли слова, в силу того, що вони постійно вживаються в цьому поєднанні для передачі однієї і тієї ж думки, повністю втрачають свою незалежність, виявляються нерозривно пов’язаними між собою і мають сенс тільки в



даному поєднанні” [4, с. 89].

Зважаючи на цю концепцію Ш. Баллі виділяє наступні групи словосполучень:

1. Вільні словосполучення, що не володіють стійкістю і розпадаються відразу після їх утворення.

2. Фразеологічні одиниці, тобто поєднання слів, які втратили свою самостійність.

Фразеологічні одиниці відрізняються від вільних словосполучень своєю будовою.

У вільних словосполученнях одне слово легко замінити іншим: безглуздий випадок – смішний випадок. У фразеологічних одиницях не можна замінювати слова, так як вони мають постійний лексичний склад. Дане твердження – це і є основна відмінність фразеологізмів від вільних словосполучень. Окремо взяті слова у фразеології не мають особливого сенсу, він знаходиться лише в цілому виразі. Отже, можна зробити висновок, що фразеологізм – це сталий вираз.

Питання фразеології як самостійної дисципліни вперше поставив радянський лінгвіст Є. Д. Поліванов, який вважав, що фразеологія займе відособлену і стійку позицію у лінгвістичній літературі майбутнього [28, с. 61]. Він писав, що виникає потреба в особливій дисципліні, яку можна було б порівняти з синтаксисом, але яка, в той же час, враховувала б індивідуальні значення окремих словосполучень, на зразок того, як лексика має справу з індивідуальними лексичними значеннями окремих слів. Цю сферу мовознавства він і назвав фразеологією, “Цьому розділу мовознавства, як і сукупності досліджуваних в ньому явищ, я і приділяю найменування фразеологія (варто зауважити, що для даного значення пропонується й інший термін – ідіоматика)” [29, с. 36].

Радянський лінгвіст Б. О. Ларін був першим вченим після Є. Д. Поліванова, який виявив велику зацікавленість до розвитку фразеології. У 1956 році він видав свої “Нариси з фразеології. Про систематизацію та методах дослідження фразеології”, де він піднімав питання про фразеологію як про лінгвістичну дисципліну. “Фразеологія як лінгвістична дисципліна знаходиться ще в стадії прихованого розвитку..., але вона ще не оформилася як зрілий плід підготовчих праць” [25, с. 15].

До визначення поняття “фразеологізм” зверталось багато вчених та дослідників, вони вивчали структуру фразеологізмів, їх особливості та класифікацію. Професор Ю. П. Солодуб дає наступне поняття фразеологізму, “фразеологічна одиниця – це стійке поєднання слів з цілісним узагальнено-переносним значенням, яке виникло на основі образного переосмислення (семантичної трансформації) словесного комплексу – прототипу” [34, с. 37].

В свою чергу, Н. Н. Курчаткіна та А. В. Супрун визначають фразеологічну одиницю (далі – ФО), як відтворюване, цілісне за значенням, стійке за складом і структурою словосполучення. В інтегрованому змісті ФО слова-компоненти втрачають буквальну семантику й переключаються на позначення інших культурних кодів – характеристичного, поведінкового, духовного, модального тощо. Виникнення й уживання фразеологізму викликане постійним відчуттям лексичної недостатності, намаганням вербалізувати людські емоції, утілені в когнітивні моделі душевного стану [24, с. 84].

Свою точку зору на це питання має О. В. Кунін, який визначає фразеологічні одиниці як стійкі поєднання лексем з повним або частково переосмисленим значенням. Ці ФО бувають різних структурних типів і можуть бути як мотивованими, так і невмотивованими.

Особливий інтерес у дослідників завжди викликала семантика фразеологічних одиниць. Такі явища, як варіантність фразеологічних одиниць, їх багатозначність, синонімія та антонімія були докладно висвітлені в працях О. В. Куніна, Н. М. Шанського, О. М. Бабкіна та ін.

Деякі мовознавці основною відмінністю між фразеологічним і лексичним значенням вважають різницю характеру їх образності. У лексичному значенні образність має більше уточнюючий характер в порівнянні зі значенням фразеологічним. Незважаючи на це, часто оцінка через слово збігається з оцінкою через фразеологізм. Так, і в слові з переносним значенням, і у фразеологізмі з узагальнено-переносним значенням, можна виявити одні й ті ж компоненти кваліфікаційної групи: кваліфікацію,

об'єкт кваліфікації і підставу для кваліфікації.

Слово з переносним значенням може бути розгорнуте за окремими його властивостями. Так, В. Н. Телія дає наступне визначення слову «шкапа»: такий кінь (об'єкт кваліфікації), який мовець (суб'єкт кваліфікації) вважає в порівнянні з «нормальними» кінями (підстава кваліфікації) поганим (власне кваліфікація) через її немічність або непоказний вид (предмет кваліфікації) [38, с. 30].

Фразеологізм є складною міждисциплінарною одиницею, в формі і значенні якої взаємодіють одиниці різних рівнів: фонетичного, словотвірного, лексичного, семантичного та граматичного.

Фразеологізм, як й інші мовні одиниці, має ряд особливих ознак. Думки дослідників багато в чому розходяться, причому як у визначенні ознак фразеологічних одиниць, їх кількісного складу, так і у визначенні їх змісту.

Та все ж, незважаючи на розходження у поглядах науковців, можна визначити такі основні диференційні ознаки ФО:

1. семантична цілісність або семантична нерозкладність (Л.Л. Булаховський, В.В. Виноградов, М.А. Жовтобрюх, В.П. Жуков, Ф.П. Медведєв, Г.М. Удовиченко, М.М. Шанський);
2. метафоричність (О.М. Бабкін, Б.О. Ларін);
3. різнооформленість (М.М. Шанський, Л.Г. Скрипник);
4. відтворюваність (В.В. Виноградов, Ф.П. Медведєв, Л.Г. Скрипник, М.М. Шанський);
5. наявність не менше двох повнозначних слів (Г.С. Гаврін, М.М. Шанський);
6. неперекладність іншими мовами (Л.А. Булаховський) [40, с. 13].

П. О. Лекант, зі свого боку, до вищезгаданих ознак фразеологічних одиниць додає наступні:

1. побічно-номінативне значення;
2. соціально закріплене співвідношення смислового змісту і лексико-граматичного складу фразеологізмів;

3. сталість відтворення одного і того ж компонентного складу [26, с. 90].

Важливо відзначити, що фразеологічна одиниця володіє категоріальними, або визначальними ознаками, які характерні виключно для неї. З одного боку, ці ознаки в сукупності сприяють віднесенню ФО до самостійних одиниць, і, з іншого боку, відмежовують її від інших мовних одиниць.

Фразеологізми відтворюються, а не створюються в процесі спілкування, і вони повинні бути зрозумілі обом сторонам комунікативного процесу. Саме відтворюваність є головною категоріальною ознакою фразеологізму.

Мовна традиція закріплює граматичні форми і значення ФО. Однак не тільки ФО володіє даною властивістю, також існує ряд стійких словесних комплексів. Наприклад, складові назви – Південна Америка, вічний двигун і т. д. Також до стійкого словесного комплексу відносяться літературні цитати і афоризми, наприклад, “стислість – сестра таланту” (А. П. Чехов), «світом правлять цифри» (Піфагор); словосполучення з постійними народнопоетичними епітетами – добрий молодець, поле чисте і т. д. теж відносять до стійкого словесного комплексу. Більш того, в цей комплекс входять також перифрази і тавтологічні вирази.

Згадані вище стійкі словосполучення не розглядаються у межах фразеологічної системи. Однак вони є джерелом, за рахунок якого поповнюється фразеологічний фонд різних мов світу, за умови, що будуть проведені певні структурні і семантичні трансформації.

Інші додаткові ознаки фразеологічних одиниць були виявлені в результаті їх зіставленні з вільними сполученнями, а також окремими словами. Наприклад, з точки зору доктора філологічних наук Т. І. Вендіної фразеологізми від слова відрізняються наступними ознаками:

1. структурна оформленість;
2. граматична оформленість;
3. акцентологічна оформленість.

Дослідниця вважає, що структурна оформленість – це те, чим відрізняється слово

від фразеологізму: слова складаються з морфем, які окремо від слова не вживаються, так як вони не будуть нести ніякого смислового навантаження, а фразеологізм складається зі слів, які можуть легко використовуватися самі по собі.

Під граматичною оформленістю вона має на увазі наступне: слово складається з морфем і позначається як цільнооформлена одиниця, а фразеологізм складається зі слів, він виступає як різнооформлена одиниця. Частини фразеологізму виступають як самостійні слова, які мають своє значення і систему граматичних форм.

Т. І. Вендіна вважає, що акцентологічне оформлення – це здатність фразеологічних одиниць володіти двома і більше наголошеними компонентами, слово ж має лише один основний наголос, якщо, звісно, воно не є ненаголошеним [10, с. 176].

В свою чергу, О. В. Кунін, на прикладі порівняння ФО та його лексичного синоніма, виділяє наступні відмінності ФО від слова [23, с. 131-132]:

1. ФО зазвичай має одне значення, тобто є моносемантичним, в той час коли слово переважно є полісемантичним;
2. ФО є результатом переосмислення слів, а слово може мати як пряме, так і переносне значення;
3. ФО є різнооформленими багатоконпонентними утвореннями, а слова є цільнооформленими утвореннями.

Статус ФО досі залишається дискусійним питанням серед мовознавців. Термін “фразеологія” традиційно розглядається, як мінімум, у двох значеннях: фразеологією прийнято називати розділ мовознавства, що займається вивченням фразеологічного складу мови, а також сукупність ФО мови [39, с. 608]. Згідно з визначенням К. Я. Авербух, ФО – це сталий вираз, що відтворює в процесі мовлення сполучення слів чи речень з частково чи абсолютно переосмисленим значенням [1, с. 10]. Друге трактування терміну “фразеологія” зумовлене різним розумінням поняття ФО, через що межі науки варіюються.

Таким чином, визначення фразеологізму потребує виокремлення цієї одиниці в окремий рівень мови. М.М. Шанський пише: “правильна дефініція фразеологізму

неможлива без врахування його відмінностей від слова і вільного словосполучення” [45, с. 20].

О. Смирницький свого часу висловив цікаву думку: “типова фразеологічна одиниця подібна до окремого слова тим, що відношення між її частинами ідіоматичне; завдяки цьому їй притаманна семантична цілісність і вона залучається до мовлення саме як одна одиниця”.

У кожній науці є предмет вивчення. Поняття предмету вивчення фразеології є розмитим, бо серед науковців немає одностайності щодо цього питання, як наслідок – немає загальновизнаної межі обсягу фразеології.

Представники “вузького” розуміння обсягу фразеології вважають об’єктом дослідження лише ті звороти, що виконують у мові функцію номінації, яка у семантичному відношенні рівнозначна слову. Такі звороти є носіями лексичного значення – знака мовної системи [1, с. 24].

Стійкі сполучення, що виконують у мовленні функцію комунікації – прислів’я та приказки, виносяться прихильниками вузького розуміння обсягу фразеології за межі фразеології. Прихильники теорії вузького обсягу розуміння фразеології головну увагу приділяють відмінностям між зворотами типу речень і типу словосполучень та вказують на неможливість об’єднати їх в одну групу лексики, оскільки в такому разі неминуче змішуватимуться план мови і план мовлення [5, с. 25].

Розбіжності у тлумаченні ФО існують і між іспанськими науковцями. Хуліо Касарес – представник вузького обсягу розуміння фразеології, в той час коли Еухеніо Косеріу включає в обсяг фразеології еквівалентні реченню наступні одиниці: приказки (*refranes*), прислів’я (*proverbios*), крилаті вислови (*dichos*) та лексичні перифрази.

Таким чином, розглянувши різні точки зору, можна виділити наступні ознаки ФО:

1. структурна розчленованість; всі фразеологізми мають розділену структуру та поділяються на частини, які в складі фразеологізму не мають ніяких своїх лексичних значень;

2. стійкість граматичної структури; кожен фразеологізм по-своєму граматично

оформлений, це означає, що він відноситься до того чи іншого граматичного розряду і поєднаний з якоюсь частиною мови і має набір форм, а також здійснює таку ж синтаксичну функцію, яку здійснює ця частина мови;

3. семантична еквівалентність слову; фразеологізм є більш складною одиницею мови, ніж слово, і в структурному і семантичному аспекті. Більшості фразеологізмів властива функціональна спорідненість і еквівалентність слову;

4. відтворюваність; фразеологізми в системі мови є готовими одиницями. Вони не формуються в процесі письма або мови, а існують вже в готовому вигляді та відтворюються з пам'яті.

## ***1.2. Класифікація фразеологічних одиниць в іспанській та українській мовах***

На даний момент немає єдиної класифікації фразеологізмів. Дотримуючись принципів систематизації та спираючись на певні ознаки ФО науковці запропонували ряд класифікаційних схем. Дані класифікаційні схеми залежать від того, за якою ознакою фразеологізми розподіляються на групи.

У цьому питанні значущими стали дослідження доктора філологічних наук В.В. Виноградова. Він подав семантичну класифікацію, виділивши три типи ФО:

1. Фразеологічні зрощення.
2. Фразеологічні єдності.
3. Фразеологічні сполучення.

Фразеологічні зрощення – абсолютно неподільні, нерозкладні, немотивовані фразеологічні одиниці, у значенні яких немає ніякого в'язку, навіть потенційного, із значенням їх компонентів: грати дурня, точити яси, пиши пропало, чорта з два. За визначенням В. В. Виноградова, “фразеологічні зрощення являють собою своєрідні складні синтаксичні слова”. Компоненти фразеологічних зрощень нагадують морфем в словах. Як і слова з невидільною основою, вони позбавлені внутрішньої форми. Лише глибоке етимологічне значення може допомогти розкрити механізм становлення

фразеологічних зрощень і з'ясувати, чому саме ці слова-компоненти спонукали появу цілісного значення. Таким чином, фразеологічні зрощення – це семантично неподільні ФО, у яких цілісне значення невмотивоване, тобто не впливає зі значень їх компонентів. У їх значенні немає жодного зв'язку, навіть потенційного, зі значенням їх компонентів [12, с. 145].

Дана група фразеологізмів має такі відмітні ознаки:

1. фразеологічні зрощення можуть містити некротизми, тобто слова, які ніде, крім цього фразеологізму не будуть вживатися і через це є незрозумілими в сучасній мові; до фразеологічних зрощень також відносять фразеологізми, що містять в собі архаїзми (застарілі слова), наприклад: бити байдики.

2. фразеологічні зрощення є синтаксично нерозкладними: найчастіше в них неможливо переставляти структурні компоненти, замінювати їх, вводити додаткові слова, а також видаляти слова з уже існуючого складу.

Фразеологічні єдності – теж семантично неподільні фразеологічні одиниці, але цілісне значення їх певною мірою мотивоване значенням компонентів: пливти за течією, тримати камінь за пазухою, ні риба, ні м'ясо. У них значення цілого пов'язане з розумінням внутрішнього образного стрижня фрази, потенційного смислу слів. Фразеологічні єдності можуть виникати внаслідок синтаксичної спеціалізації фрази, уживатися в певній граматичній формі [12, с. 147].

Дана група фразеологізмів має такі відмітні ознаки:

1. яскраві образи і емоційно-експресивне забарвлення (обпектися на чому-небудь; спалювати мости).

2. фразеологічні єдності не втрачають семантику окремих частин фразеологізму, і в них неможливо замінити одну частину іншою.

3. фразеологічні єдності здатні створювати синонімічні відносини з фразеологічними одиницями і словами (одного поля ягода, одним миром мазані).

Фразеологічні сполучення – це усталені звороти, до складу яких входять як слова і з вільним, так і з фразеологічно пов'язаним значенням. У них значення слів



виокремлюються чіткіше, різкіше, вони аналітичні: зачепити честь (самолюбство, гордість, інтереси), порушити питання (справу, клопотання).

Дана група фразеологізмів має такі відмітні ознаки:

1. допускається можливість включення визначень (він насупив густі брови);
2. допускається можливість перестановки компонентів (Сізіфова праця – праця Сізіфа);
3. допускається можливість заміни стрижневого слова синонімом (запекла сутичка – люта сутичка);
4. фразеологічні сполучення допускають варіантність однієї з частин;
5. якщо один з компонентів може вільно замінюватися, то інша частина повинна бути обов'язково незмінною (сердечний друг: сердечним не може бути ворог або хтось інший) [13, с. 140].

Російський лінгвіст М. М. Шанський виділяє ще один тип фразеологізмів – фразеологічні вирази. Фразеологічні вирази – це звороти з буквального значенням компонентів. Вони включають в себе різні приказки, прислів'я, що вживаються в прямому значенні. Вони не наділені образно-алегоричним змістом: вік живи, вік учись; скільки голів, стільки й умів.

Досить часто використовується класифікація О. В. Куніна. Він класифікує ФО наступним чином:

1. Ідіоматика.
2. Ідіофразеоматика.
3. Фразеоматика.

Ідіоматика включає в себе стійкі поєднання лексем (ідіом та фразеологізмів), з частковим або повним переосмисленням значення. До складу ідіоматики входять фразеологічні зрощення та фразеологічні єдності (не все те золото, що блищить).

Ідіофразеоматика включає в себе стійкі словосполучення (ідіофразеоматизми або ідіофразеоматичні одиниці): перший варіант, в якому компоненти мають буквально, але ускладнене значення, та другий ідіоматичний варіант – повністю переосмислений,

наприклад: 1) ланцюгова реакція (науковий термін); 2) ланцюгова реакція (повністю переосмислений ідіоматичний варіант). Другий варіант – переосмислення першого, що є його прототипом. Переосмислення носить метафоричний характер. Ідіофразеоматизми завжди мають структуру словосполучення.

Фразеоматика включає в себе усталені звороти з непереосмисленим, але ускладненим значенням, які не є утворені за структурно-семантичною схемою змінного поєднання слів.

Генетичний принцип, а точніше – класифікацію за джерелами, розробив на початку 60-х років позаминулого століття Л. Булаховський. Вона включає вісім груп:

1. прислів'я та приказки;
2. професіоналізми;
3. усталені вислови з анекдотів, жартів;
4. цитати й образи з Біблії;
5. ремінісценції античної старовини;
6. переклади поширених іншомовних висловів (французьких, німецьких, італійських, англійських);
7. крилаті слова письменників;
8. влучні фрази видатних людей [8, с. 102-103].

Деякі вчені пропонують класифікацію фразеологізмів з огляду на їхню граматичну структуру. Стійкі словосполучення по відношенню до речення синтаксично неподільні і представлені завжди одним членом речення. Однак при цьому синтаксичні відносини зберігаються завдяки різнооформленості елементів сталого словосполучення. На відміну від слова, яке оформлено цілком, словосполучення різнооформлене і при цьому кожен його компонент володіє самостійним морфологічним оформленням. В залежності від еквівалентності будь-якій частині мови фразеологізми поділяються на:

1. субстантивні фразеологізми (фразеологізми, які функціонують як іменники);
2. дієслівні фразеологізми;
3. ад'єктивні фразеологізми (фразеологізми, які функціонують як прикметники);

4. адвербіальні фразеологізми (фразеологізми, які функціонують як прислівники);
5. фразеологізми, які функціонують як прийменники або вигуки.

Вчена Л. Г. Скрипник, зазначає, що фразеологічний склад української мови, як і лексичний, має кілька генетичних груп:

1. питомо українські ФО, до яких відносить старослов'янські (мати зуб на когось, дарованому коневі в зуби не дивляться), східнослов'янські (під гарячу руку), власне українські ФО;

2. запозичені ФО, які переносяться на український мовний ґрунт без перекладу;

3. фразеологічні кальки та напівкальки, що з'явилися внаслідок дослівного перекладу іномовних зворотів ( ісп. *coger el toro por los cuernos* – взяти бика за роги) [33, с. 149-151].

Для усного монологічного мовлення Д. Баранник запропонував функціональну класифікацію, вирізнивши п'ять основних груп:

1. фразеологічні метафори народного характеру: брати в шори, пасти задніх, хитрий як лисиця (ідіоми, приказки);

2. фразеологічні метафори літературного характеру: ганнібалова клятва, троянди й виноград (крилаті метафоричні словосполучення);

3. фразеологічні образні узагальнення народного характеру: який Сава така й слава (прислів'я);

4. фразеологічні образні узагальнення літературного характеру: бути чи не бути, не той тепер Миргород (крилаті синтаксично закінчені одиниці);

5. специфічно жанрова фразеологія: що й треба було довести (стабільні “робочі” формули). Ці групи, додає автор, будуть одночасно й систематизацією фразеологізмів “за особливостями сприймання їх в усному монологічному мовленні” [6, с. 34-38].

Початок наукового дослідження фразеології в іспанській мові пов'язане з ім'ям лексикографа Хуліо Касареса. У підручнику “*Introducción a la lexicografía moderna*” вчений ділить словосполучення на чотири основних типи: “*locuciones*”, “*frases*

*proverbiales*”, “*refranes*”, “*modismos*”.

Терміном “*locución*” (мовний зворот, стійке словосполучення) Касарес називає “сталі словосполучення з двох і більше слів, що функціонують як одна частина мови, сенс яких не є сумою його компонентів”, тобто це визначення є рівнозначним тлумаченню ФО [58, с. 170].

“*Frases proverbiales*” (провербіальні словосполучення) – це словосполучення-просторіччя, в яких наявна мораль і вони схожі до прислів’я (*contigo pan y cebolla* – хоч хліб із водою, аби, милий, з тобою) [47, с. 198].

“*Refrán*” (прислів’я) – це повне незалежне висловлювання, яке має пряме чи алегоричне значення і висловлює певну думку про досвід, повчання, застереження; це певні судження, які зазвичай включають у себе дві пов’язані між собою ідеї і мають структуру речення (*Al que madruga, Dios le ayuda* – Хто рано встає, тому Бог дає) [47, с. 97].

“*Modismos*” (модизми) – це сталі ідіоматичні вирази, які вирізняються серед інших ФО граматичними аномаліями, невмотивованістю компонентів і труднощами при перекладі, адже модизми тісно пов’язані зі специфікою мови і при перекладі передається сенс експлікативним методом, втрачаючи всі “принади” (*ser pan comido* – дуже легко, як два плюс два) [58, с. 223].

С. В. Виноградов, досліджуючи лексикологію іспанської мови, взяв за основу семантичну класифікацію В. В. Виноградова, ступінь злютованості компонентів і співвіднесеність значення усього вислову з семантикою його окремих складників та виділив наступні типи ФО:

1. аналітико-фразеологічні словосполучення – стійкі мовні вирази, у яких відбувається реалізація фразеологічно зв’язаного значення (*dar de bofetadas* – надавати ляпасів);

2. фразеологічні єдності, які характеризуються однаково в іспанській та українській мовах (*buscar una perla en el mar* – хотіти неможливого);

3. фразеологічні зрощення (*estar sin blanca* – не мати грошей, *el pelo de la dehesa* –

неотесаність) [14, с. 189-204].

Таким чином, можна дійти висновку, що існує безліч класифікацій фразеологізмів в залежності від того, яку ознаку було покладено в їх основу. У свою чергу, вітчизняні та іспанські науковці, створили класифікації, за допомогою яких можна поділити ФО на різні типи у досліджуваних мовах.

### ***1.3. Особливості та основні методи перекладу фразеологічних одиниць***

Сучасна фразеологічна наука ставить ряд важливих завдань в галузі вивчення унікального феномену мови – фразеологізму. Дослідження вчених присвячені питанням семантики, внутрішньої форми ФО, їх зв'язку з різними концептами, а, також, ролі культурного дискурсу в формуванні подібних одиниць.

Однією з найбільш актуальних проблем дослідження фразеологізмів є проблема їх перекладу. Переклад фразеологізмів є досить важким завданням, як для початківців і тих, хто просто вивчає мову, так і для кваліфікованих перекладачів. Фразеологія володіє величезним багатством: семантика, образність, яскравість, лаконічність, виразність, оригінальність. Особливо значимі фразеологізми є для художньої, ораторської та публіцистичної мови.

Труднощі перекладу ФО досліджувалися вітчизняними і зарубіжними вченими, такими як В. П. Жуков, В. Н. Телія, Н. М. Шанський, В. В. Виноградов, Н. Н. Амосова, Н. Л. Шадрін, С. Флорін, Е. Ф. Арсентьева, А. В. Федоров, В.Н. Комісаров, Ю. П. Солодуб, Н.Ф. Смірнова. Вони стверджують, що багатозначність і омонімія, властиві як словами, так і ФО, контекстуальні семантичні перетворення ФО, авторські трансформації та етнокультурологічні відмінності близьких за змістом ФО в різних мовах, які збігаються за змістом, але мають різну стилістичну забарвленість, створюють додаткові труднощі для перекладача. Тому величезну роль при виборі перекладацького варіанту грає контекст.

Фразеологія будь-якої мови є своєрідним «дзеркалом» людських цінностей,

моральних підвалин, а також змін, які відбуваються в конкретному суспільстві, тому культура етносу, його світовідчуття і менталітет знаходять глибоке відображення в мовних одиницях, у ФО, зокрема.

В. Л. Архангельський до труднощів перекладу фразеологізмів відносить:

1. неоднакові фразеологічні можливості двох мовних систем;
2. полісемію багатьох фразеологічних одиниць;
3. розбіжність стилістичних і емоційно-експресивних відтінків структурно і – семантично ідентичних ФО в різних мовах.

Крім того, на думку автора при перекладі фразеологічних одиниць необхідно враховувати наступні фактори:

1. особливості національного колориту ФО;
2. переносне вживання ФО;
3. конкретні соціально-історичні нашарування і асоціації, що визначають розуміння і вживання окремих ФО [3, с.76].

Таким чином, маючи справу з ФО, перекладач повинен володіти не тільки знанням обох мов, але і вміти аналізувати стилістичні та культурно-історичні аспекти вихідного тексту, знати особливості перекладу і сенс фразеологізмів.

Досліджуючи аспекти передачі сталих виразів з однієї мови на іншу, С. Флорін та С. Влахов дійшли висновку, що в основі фразеологізмів лежить метафора, яка є засобом опису уявлень про світ [42, с. 343]. Але різні лінгвокультурологічні особливості різних народів створюють додаткові семантичні та стилістичні труднощі в збереженні образу ідіоми, тієї метафори, яка лежить в її основі.

Переклад ФО, що не містять в собі яскраво вираженого національного компонента або феномена, не представляє для перекладача особливих труднощів і перекладається еквівалентом або аналогом. Але використання таких прийомів, як, наприклад, розширення компонентного складу, метою яких є посилення ефекту, що здійснюється на читача, надання більшої жвавості і виразності авторській мові і мовленню окремих персонажів, неминуче створює додаткові труднощі для перекладача.

Існують різні точки зору щодо перекладу ФО. Так, Корпас Пастор виділяє чотири основні фази, через які проходить будь-які ФО у процесі перекладу: ідентифікація ФО, інтерпретація ФО по контексту, пошук лексичних відповідників, визначення відповідності у контекстуальному плані. Саме так, на думку вченої, понижується ризик неадекватної передачі ФО [54, с. 201].

Науковці часто вважають, що різні типи фразеологізмів (фразеологічні зрощення (ідіоми), фразеологічні єдності (метафоричні одиниці), фразеологічні сполучення мають свої особливості перекладу. Так, на думку Я. Рецкер, переклад фразеологічної єдності повинен бути образним, а переклад фразеологічного зрощення здійснюється переважно за допомогою цілісного перетворення [31, с. 36].

Перекладаючи фразеологізми, перекладач повинен передати сенс і образ тексту. Для цього йому необхідно шукати подібні вирази в мові перекладу, при цьому, не втрачаючи стилістичної функції ФО. У разі відсутності в мові перекладу аналога перекладач повинен намагатися знайти приблизну відповідність. Щоб досягти максимальної адекватності при перекладі ФО, перекладач повинен знати всі види перекладу і вміти правильно використовувати той чи інший вид. Більшість вчених виділяють чотири основних види перекладу ФО:

1. Фразеологічний еквівалент. Даний вид перекладу допомагає зберегти повне значення одиниці, що перекладається. Такий переклад передбачає наявність у мові перекладу фразеологізму, який збігається за всіма параметрами з фразеологізмом оригіналу, незалежно від контексту. Між співвідносними фразеологізмами немає відмінностей в смисловому змісті, вони рівні стилістично, метафорично і мають однакове емоційно-експресивне забарвлення, володіють приблизно однаковим компонентним складом, однаковими лексико-граматичними показниками, а також у них відсутній національний колорит.

Існує два типи фразеологічних еквівалентів:

а) Повні еквіваленти. Тобто рівнозначний відповідник, який є єдиним можливим перекладом, незалежно від контексту. В. Н. Комісарів називає такі еквіваленти

тотожністю, тобто повним збігом аспектної організації ФО та її сукупного значення [61, с. 117].

Часто це ФО, які українська та іспанська мови запозичили з класичних мов – інтернаціональні ФО, які мають біблійно-міфологічний, історичний чи літературний характер (*carne de canon* – гарматне м'ясо, *manzana de discordia* – яблуко розбрату).

б) Неповні, або часткові еквіваленти. ФО є такою ж самою або близькою за значенням, але з іншою внутрішньою формою (*cuando las ranas crier pelos* – коли рак на горі свисне).

2. Фразеологічний аналог. Якщо відсутній фразеологічний еквівалент, необхідно знайти в мові перекладу фразеологічну одиницю, яка має таке ж переносне значення, засноване на іншому образі: *más vale pájaro en mano que ciento volando* – краще синиця в руках, чим журавель в небі.

При перекладі фразеологічним аналогом необхідно зберігати стилістичне та емоційне значення фразеологічної одиниці. Так само фразеологізми, що мають національне забарвлення необхідно перекладати фразеологізмами мови перекладу, в яких не відображається національний колорит.

3. Описовий метод. Цей переклад здійснюється шляхом передачі сенсу фразеологізму в мові перекладу вільним словосполученням. Його використовують, коли не можна знайти фразеологічні еквіваленти або аналоги. При такому перекладі може загубитися експресивність, образність, афористичність, деякі відтінки значень. Тому перекладачі звертаються до даного виду перекладу вкрай рідко, лише за особливої необхідності (ні пуху ні пера – *que tenga suerte*).

4. Калькування. Калькування, або відтворення комбінаторного складу слова або словосполучення, може бути застосоване тоді, коли за допомогою інших видів перекладу неможливо передати семантико-стилістичне значення, образ або експресивно-емоційне забарвлення фразеологізму. Калькування має безліч переваг і є досить поширеним видом перекладу фразеологізмів в перекладацькій практиці. Калькування дозволяє зберігати образ тексту – оригіналу, що є досить важливою



частиною художнього перекладу, також допомагає долати безліч труднощів, що виникають, коли образ в оригінальному тексті представлений у вигляді розгорнутих метафор. При використанні кальки перекладач зобов'язаний бути впевненим у тому, що образ тексту є «прозорим» і в тексті перекладу реципієнт зрозуміє переносне значення переданого тексту (*a barco grande, travesía agrande* – великому кораблю – велике плавання).

Існують також й інші види перекладу:

5. Антонімічний переклад. Застосовується для передачі негативного значення за допомогою позитивної конструкції або ж навпаки.

6. “Псевдоприслів'я” – перекладач змушений вдаватися до такого методу, коли у мові перекладу немає ні повного, ні часткового відповідника. У такому випадку перекладач відтворює оригінальну ФО без модифікації або модифікує її незначною мірою, зберігаючи образність та ритмічність. Таким чином, перекладач нібито “винаходить” нове прислів'я, стилізуючи словосполучення під прислів'я (*antes que te cases, mira lo que haces* – женись – на обидва дивись).

7. Контекстуальний переклад. Даний вид перекладу досить часто називають “контекстуальною заміною”. Його застосовують у випадку, якщо відсутні еквіваленти та аналоги, і переклад фразеологізмів здійснюється нефразеологічними засобами. Наприклад, український фразеологізм «білий квиток» не має аналогів в багатьох мовах, у тому числі й іспанській; сенс даного фразеологізму в словниках передається калькуванням з набором пояснень та описів. Пояснення чи опис нелегко помістити в невеликий текст, а виноска є слабким доповненням. Для цього в тексті перекладу варто «обійти» дане поняття і дати читачу зрозуміти, що мова йде про звільнення від військової служби, при цьому не пропускаючи натяку на відповідну конотацію – жаль, зневагу або інші відтінки модальності.

8. Буквалізм. Буквалізм відрізняється від калькування тим, що калькування – це виправданий дослівний переклад, а буквалізм – дослівний переклад, який спотворює сенс перекладного виразу, наприклад: *mariposas en el estómago* – нервуватися від страху.

Таким чином, слід зробити висновок, що варто ретельно оцінювати текст і розуміти, що для перекладу кожного фразеологізму потрібен особливий підхід. Дуже важливо зуміти розпізнати в тексті фразеологічні одиниці та звертати увагу на контекст в якому вони вживаються. Адже до кожного фразеологізму потрібно застосовувати певний спосіб перекладу, який якнайкраще зможе передати його значення. Для цього також варто враховувати всі лексичні, граматичні та національні особливості ФО.

### **Висновки до розділу 1**

Підсумовуючи вищевикладене та беручи до уваги погляди різних вчених, можна зробити висновок, що головними диференційними ознаками ФО є:

1. структурна розчленованість;
2. стійкість граматичної структури;
3. семантична еквівалентність слову;
4. відтворюваність.

Щодо класифікацій фразеологізмів, то все залежить від того, яку ознаку було покладено в основу певної класифікації, наприклад, генетичний принцип, граматична структура, функціональний принцип та інші. Таких класифікацій є безліч і кожна з них є важливою, оскільки розглядає поділ фразеологізмів з іншої точки зору. Чудово роботу було проведено українськими (Л. Г. Скрипник (класифікація українських фразеологізмів за генетичним принципом)) та іспанськими (Хуліо Касерес (класифікація іспанських ФО)) дослідниками, які створили класифікації фразеологізмів саме у досліджуваних, в даній роботі, мовах.

Стосовно перекладу ФО – це дуже важке завдання навіть для досвідчених перекладачів, оскільки переклад ФО породжує багато труднощів, серед яких особливості національного колориту, неоднакові фразеологічні можливості двох мовних систем, полісемія ФО, переносне вживання ФО тощо. Існує чимала кількість методів та

способів перекладу ФО, тому перед виконанням перекладу, варто детально розібратися в тексті та не забувати, що для перекладу кожного фразеологізму потрібен особливий підхід.

## РОЗДІЛ 2

### ВПЛИВ ЗНАЧЕННЯ КОЛЬОРУ НА СЕМАНТИКУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ.

#### *2.1. Колір як об'єкт лінгвістичних досліджень*

Передача зорової інформації є однією з основних функцій мови, яка є результатом сприйняття органами чуття навколишнього світу. Відомо, що близько 90% інформації про світ людина отримує через зорові відчуття та живе споглядання [32, с. 53].

Здатність людини розрізняти кольори вирізняє її з-поміж більшості живих істот, і тому вельми переконливим видається твердження про те, що колір можна розглядати як аналог світовідчуття [27, с. 16].

Колір - це «одна з властивостей об'єктів матеріального світу, яка сприймається як усвідомлене зорове відчуття. Той чи інший колір «присвоюється» людиною об'єктам в процесі їх зорового сприйняття» [61, с. 441].

Колір грає величезну роль в житті людей. Відносини людини до кольору застосовуються в індустрії, в різних видах мистецтва, сучасних технологіях, він є найважливішим провідником для передачі інформації: знаки, символи, логотипи, емблеми, вивіски і так далі.

З проблемою вивчення найменувань кольорів в лінгвістиці тісно пов'язана гіпотеза Сепіра - Уорфа, або гіпотеза лінгвістичної відносності, яка виникла в лінгвістиці США під впливом праць Е. Сепіра і Б. Уорфа. На їхню думку, мова і образ мислення народу взаємопов'язані. Опановуючи мову, її носій засвоює певне ставлення до світу, відбите в структурах рідної мови. Оскільки мови по-різному класифікують навколишню дійсність, то і їх носії розрізняються за способом ставлення до неї. Як зазначає сам Уорф, «Ми розмежовуємо природу в напрямку, що підказує наша рідна мова. Ми виділяємо в світі певні явища, ті чи інші категорії і типи не тому, що вони самоочевидні; навпаки, світ постає перед нами як калейдоскопічний потік вражень, який повинен бути

організований нашою свідомістю, а це значить в основному – мовною системою, що зберігається в нашій свідомості” [57, с. 213].

Гіпотеза лінгвістичної відносності підтверджується тим, що мова зберігає в собі певну систему цінностей, а висловлені в ній значення складаються в колективну філософію, властиву всім носіям даної мови. Іншими словами, в свідомості мовця існує ряд базових референтів, які він використовує при назві того чи іншого кольору. Можливо, дане твердження вірне, але для більш пізніх назв кольорів, які виникають за моделлю “такий за кольором, як ...” (коричневий – колір кориці). Однак можна припустити, що для архаїчного мислення було характерно особливе синкретичне усвідомлення.

На даний момент є маса підходів до дослідження кольору з різних наукових точок зору. Особливе місце приділено проблемі сприйняття кольору.

А. П. Василевич в ході вивчення лексики в психолінгвістичному аспекті, який був заснований на вивченні найменувань кольорів, дійшов висновку, що назви кольорів мають універсальні риси, які властиві мові як результат діяльності психіки, різні мови мають різну ступінь близькості до універсальних категорій і що найбільш близькими до них є мови європейського лінгвокультурного ареалу. Дані відмінності, перш за все, обумовлюються не лінгвістичними факторами, а культурно-історичними [9].

Р. В. Алімпієва, досліджуючи семантику кольору, включаючи значення кольору, зробила висновок, що різні лексеми мають різну ступінь семантичної значущості. Вона зазначає, що існує тісний взаємозв'язок проблем семантичної значущості з проблемами лексичної синонімії. Проводячи семантичний аналіз прикметників лексико-семантичної групи, що містять у своїй семантиці найменування кольорів червоних тонів і наближених до них лексико-семантичних груп в виразно-конкретних мовних контекстах, вона дійшла висновку, що кожна лексема з лексико-семантичної групи по зв'язку до будь-якого іншого її члену має можливість стати її мовним синонімом [2, с. 76-82].

Р. М. Фрумкіна провела експериментальний аналіз відносин між семантичними

компонентами кольорів. Внаслідок цього аналізу вона дає уявлення загальної картини смислового зв'язку між словами – значеннями кольорів [43].

Дослідження Л. Ставицької присвячене естетичній функції колірних позначень. Авторка виокремлює колоративи як активно функціонуючий шар лексики в поетичній мові, беручи при цьому до уваги художньо-поетичні традиції та стилі, зокрема символізм, неоромантизм, імпресіонізм [37, с. 12–13].

Істотний внесок в розвиток лінгвістичного напрямку вивчення значення найменування кольорів внесли англійські вчені Берлін і Кей. Свої праці з вивчення етимології кольору вони описали в книзі “Основні терміни кольорів” [52]. Згідно їх роботи нам відомо, що 95% кольорів виникли від предметних найменувань, решта 5% слів не мають виразного етимологічного значення. Основними кольорами, на думку Берліна і Кея, є білий, чорний, червоний, зелений, жовтий, синій, коричневий, фіолетовий, рожевий, помаранчевий, сірий. На їхню думку, процес виникнення і розвитку найменування кольорів в різних мовах являє собою мовну універсалію. Вони припустили, що всі кольори в мовах і культурах, виникають в певній послідовності: від найпростіших і значущих для людини і суспільства до найбільш складних кольорів. Дана послідовність властива найбільшій кількості мов. Берлін і Кей виділяють сім стадій становлення основного складу значення найменування кольорів. Перша стадія, відноситься до двох універсалій часу доби: дня, який є символом денного світла (білий) і ночі, що є символом півми та спокою (чорний). Друга стадія – це найважливіша складова життя людей: кров і вогонь, що символізують життя і його динаміку (червоний). Третьою, четвертою та п'ятою стадією є кольори, які символізують явища природи: небо і вода (синій), вся природна рослинність (зелений) і сонце, зірки (жовтий). Шоста стадія це колір землі (коричневий). Все, що є додатковими природними явищами: квіти, туман, захід сонця, світанок і багато іншого – знаходиться на останній сьомій стадії (рожевий, помаранчевий, фіолетовий і сірий) [52, с. 22].

Фразеологізми, що містять у своїй семантиці елементи значення кольору, в залежності від емоційно-чуттєвих асоціацій можна розділити на три групи:

фразеологізми, що володіють позитивною конотацією, фразеологізми, що володіють негативною конотацією, фразеологізми, що володіють нейтральною конотацією.

## **2.2. Кольори та їх значення**

### **2.2.1. Білий та чорний кольори.**

Для початку варто розглянути два кольори, які відносяться до першої стадії становлення основного складу значення найменування кольорів: білий та чорний.

Коли ми думаємо про білий колір, ми не можемо не відчутти легкого вагання і не задатися питанням, чи справді це колір [53, с. 51]. У 1669 році Ісаак Ньютон продемонстрував, що білий колір є результатом синтезу шести кольорових випромінювань сонячного спектру. Іншими словами, поверхня біла, коли вона відбиває світло та набір кольорів сонячного спектру [56 с. 11].

Білий колір повинен бути символом абсолютної істини, якою він і є; оскільки лише білий колір відбиває всі промені світла, це одиниця, з якої виходять оригінальні кольори і тисяча тонів, що забарвлюють природу [55, с. 17].

Для наших предків білий, безсумнівно, був справжнім кольором, насправді це був один з основних кольорів давньої системи. У стародавніх суспільствах говорили, що безбарвним було те, що не мало пігментів. Ставши основним фундаментом для написання текстів, папір змусив друкарів встановити еквівалентність між безбарвним та білим, відтепер білий розглядався як нульовий ступінь кольору або як його відсутність.

У лексиці досліджуваних мов, білий колір справді асоціюється з відсутністю чогось або ж з чимось недослідженим. Наприклад, в іспанській мові: *páginas en blanco* – порожні сторінки, *una noche en blanco* – безсонна ніч, або в українській мові: біла пляма (недосліджена або мало досліджена територія, галузь тощо).

Так, білий колір, безумовно, асоціюється з відсутністю чогось, однак він же асоціюється з чистотою та невинністю. В цьому значенні білий колір зустрічається не лише в європейському суспільстві, а й в Африці та Азії. Майже в будь-якій точці світу

білий колір символізує незайманість, чистоту та невинність. Починаючи зі Столітньої війни, коли на знак прохання про припинення бойових дій "викинули білий прапор", білий колір протиставлявся червоному, який в цьому сенсі являється кольором війни.

Важко не помітити, що білий колір є символом незайманості, однак так було не завжди. У римські часи жінки виходили заміж у червоному, це тому, що незайманість була не такою важливою, як пізніше. З часів поширення християнства незайманість набула нового значення, тому в християнському шлюбі білий колір став кольором для наречених, щоб показати їх чистоту. Сьогодні білий колір використовується, щоб надати урочистість весільній церемонії та продовжити давню традицію. Сучасний словниковий запас різних культур не відображає тонкощів білого кольору, як у минулому, однак символіка, пов'язана з цим кольором, все ще має сенс. Білий колір досі є частиною обрядів, як правило, з позитивним значенням.

В українській традиції білому кольору відведено особливе священне місце. Білий – це колір національного житла – хат-білянок, одягу – хустин-наміток (білий колір символізував сімейний стан жінки). Про існування звичаю носити білу хустку (намітку або намитку) пише О. Воропай, “Діставши намитку на весілля, заміжня жінка не розлучалася з нею все своє життя. Звичай велить заміжніх жінок ховати у білій намитці” [15, с. 505-506].

Також, в нашій традиції білий колір абсолютизується через Божественне світло, святість, істину, чистоту та непорочність, належність до символізації Бога-отця, Богородиці, ангельських чинів. Про це свідчить ім'я давнього бога Білобога – повелителя добра, Сонця, творця землі.

Отже, підсумовуючи всі значення білого кольору, Мішель Пастуро визначає цей колір як:

1. Колір чистоти, невинності, цнотливості та незайманості:

- Літургії та обряди, особливо християнські, супроводжуються білим кольором.
- Весільні сукні та одяг для хрещення є білого кольору.

2. Колір гігієни, чистоти. Холодний та стерильний колір:



- Миючі засоби білого кольору.
- Протягом століть простирадла, білизна та тканини, що знаходилися в контакті зі шкірою були виключно білими.
- Білий – колір снігу та півночі.

### 3. Колір мудрості та старості:

- Мудреці, друїди та чаклуни носили біле вбрання.
- Сиве волосся дає відчуття мудрості.

### 4. Передає відсутність кольору:

- Нульовий ступінь кольору. Дихотомія між чорним та білим.

### 5. Колір божественного:

- Колір ангелів.
- Колір вічності та Раю [53, с. 82-83].

Чорний поряд з білим – один із кольорів, який викликав найбільше дискусій з питання чи це насправді колір? Як зазначає Мішель Пастуро, “змішання всіх кольорів призводить не до чорного кольору, про який ми всі думаємо, а до коричневого або сіруватого кольору” [53 с. 24].

У римські часи та протягом пізнього Середньовіччя “добрий” чорний та “поганий” чорний співіснували: з одного боку, колір асоціювався із смиренням, поміркованістю, авторитетом та гідністю, а з іншого стосувався світу мертвих та темряви, часів скорботи і покаяння, гріхів та сил зла [53, с. 46].

Наприкінці середньовіччя католицька церква подбала про те, щоб надати цьому кольору особливого значення. Оскільки марнославство було гріхом, щоб не вчиняти його, люди почали одягатися в чорне. Фарбування чорного одягу було дуже складним до середини XIV століття, техніка фарбування була дуже обмеженою, через що одяг не був абсолютно чорного кольору, це був некрасивий колір, тому такий одяг в основному призначався для бідного населення.

У християнстві також вважається, що всесвіт був чорним до того, як Бог створив світ. У багатьох релігіях говориться про те, що світ був створений з темряви

[59, с. 268-269]. В Біблії світло віри і християнства часто протиставляються темряві невігластва та язичництва. Диявола в християнстві часто називають «князем тьми».

В українській мові чорний колір здавна асоціювався з мороком, смертю, злобою, ворогами та нечистою силою. Цей колір який вбирає в себе всю негативну енергію. Та, незважаючи на увесь негатив, цей колір є також символом землі та багатства. Чорний є одним з трьох головних кольорів, разом з червоним та білим, які використовуються в українській вишивці.

Чорний колір, так само як і сонячні білий та жовтий, традиційно для української культури є кольором сили, кольором еліти. Звідси і Чорні запорожці, які були елітною частиною української армії. Більше звитяг, ніж цей полк, не мав, напевно, жодний кінний підрозділ Армії УНР [35, с. 1].

Таким чином, можна виділити такі значення та функції, пов'язані з чорним кольором:

#### 1. Колір смерті:

- Колір диявола і темряви.
- Колір траурних та похоронних ритуалів.
- Колір нещастя.

#### 2. Колір гріха і нечесності:

- Це протилежність білого, колір брудного та забрудненого.
- Колір ненависті, насильства.
- Асоціація з в'язницею, підземеллям.

#### 3. Колір смутку, самотності:

- Колір страху.
- Символізує кінець.

#### 4. Колір суворості, зречення, релігії:

- Колір смиренності, скромності та поміркованості.

#### 5. Колір елегантності та сучасності:

- Зараз в моді увійшли чорні костюми, чорні краватки, чорні сорочки.

#### б. Колір авторитету:

- Спортивні арбітри, судді, охоронці носять цей колір.
- Раніше пожежники, поліцейські та військові носили цей колір [53, с. 222-223].

#### **2.2.2. Червоний колір.**

Червоний колір відноситься до другої стадії становлення основного складу значення найменування кольорів. Червоний – це перший колір, який отримав назву. Коли людину просять спонтанно назвати колір, зазвичай звучить прикметник «червоний», навіть якщо це зовсім не їх улюблений колір.

Найпоширенішим пігментом на землі є оксид заліза, який при взаємодії з іншими елементами стає червоним. Для багатьох культур червоний колір, вважається кров'ю Землі. Генезис багатьох культур тісно пов'язаний з червоним кольором: у Полінезії кажуть, що першою живою істотою була жінка, зроблена з червоного піску; у Тибеті це був червоношкірий чоловік; в Китаї дощ приніс червону глину, яку боги використовували для створення першої людини... Зараз червоний колір, сприймається як колір сили та пристрасті. Він присутній у багатьох обрядах, щоб викликати родючість і мужність [56, с. 89].

Червоний колір завжди був кольором, яким усі дуже захоплювались і який усі цінували. Його використовували в релігійних обрядах, а також він був пов'язаний з війною. У первісній релігії він мав всі види значення, починаючи асоціаціями з життям та закінчуючи смертю. Для християн червоний колір асоціюється зі Святим Духом, його вогняними язиками, а також пеклом, полум'ям сатани, гріхами, нечистотами та злочинами. Це колір з великою історією, він використовувався вже в періоди палеоліту та неоліту, отриманий насамперед із охристо-червоного каменю. Червоний – це колір війни, його приписують Марсу, римському богу війни та Аресу, давньогрецькому богу війни. Але підтекст значення червоного кольору полягає не лише у войовничості та агресивності, але й активності та мужності. Воїни носили червоний колір, бо це додавало їм сили та наснаги.

У середні віки червоний був чоловічим кольором, а синій – жіночим, проте у 16

столітті ситуація змінилася, синій став чоловічим кольором, оскільки синій є більш стриманим, тоді як червоний став притаманним для жінок.

Символіка, яку набуває червоний колір, є логічною, оскільки вона пов'язана з вогнем і кров'ю, трансцендентними речами у всіх культурах. Ця символіка може бути позитивною чи негативною, наприклад, ми можемо червоніти, як від сорому, так і від любові, тобто саме дієслово "червоніти" вже має своє як позитивне, так і негативне трактування в залежності від ситуації. Червоний колір тісно пов'язаний з любов'ю, закохані дарують один одному червоні троянди, або ж намальовані серця пофарбовані в червоний колір. Червоний, найенергійніший з кольорів, – це колір сили, життя [51, с. 55].

Кольори вогню – червоний, оранжевий та жовтий, але якщо ми думаємо про вогонь, більшість думає про червоний колір. Вогонь освітлює і віддає тепло, а його полум'я завжди спрямоване вгору, що змушує його набути божественного статусу. У християнській релігії Мойсей розглядає Бога як палаюче дерево, а Святий Дух – як полум'я.

У багатьох культурах, особливо в Африці, червоний – це колір трауру та смерті. У Стародавньому Єгипті червоний колір асоціювався з поганими та руйнівними речами. У холодних місцях, навпаки, червоний володіє більш позитивним відтінком, наприклад у Москві, столиці Росії, головною площею є Червона площа.

Червоний колір асоціюється з “лівими”, та навіть з комунізмом в цілому. Червоний прапор був комуністичним символом. Якщо в Іспанії когось називали “*un rojo*”, то малося на увазі, що ця людина комуніст. Хоча конотація з плином років змінювалась, і зараз цією назвою натякають на людей, які підтримують Іспанську соціалістичну робітничу партію (*PSOE*).

Червоний колір займає особливе місце в душі українців. Він використовується, як незамінний атрибут обрядових ритуалів українського народу, символізуючи гармонію, любов і захищаючи від усього поганого. Важливе місце він займає у вишивці, особливо, що стосується українських вишиванок та весільних рушників, оскільки червоний символізує любов, радість, безперервність роду і кровну спорідненість.

Сьогодні червоний колір асоціюється з небезпекою і заборонаю, звичайно, це має певний сенс. Автодорожні знаки нав'язали нам ці асоціації, оскільки, заборонні знаки це червоні кола, а знаки безпеки – червоні трикутники. В Іспанії навіть галузь автострахування не уникнула цієї символіки, оскільки там існує тенденція збільшувати ціну в залежності від кольору автострахування, причому червоний колір найбільше оплачується.

Отже, взявши до уваги всі аспекти червоного кольору, Мішель Пастуро виділяє такі його значення:

1. Найкрасивіший із всіх кольорів:

- В давнину наречені носили червоний колір, бо його вважали найбільш гарним.
- Найбільш стійкими та яскравими кольорами є ті, які отримані в червоній гамі.

2. Колір знаків та сигналів:

- Вчителі та викладачі перевіряють роботи за допомогою червоної ручки.
- Увагу зазвичай привертають за допомогою червоних знаків та символів.

3. Колір небезпеки та заборони:

- Автомобільні, залізничні, морські та авіаційні сигнали. Червоний означає відсутність проходу.

4. Колір любові та еротики:

- Колір пристрасті та потягу до іншої людини.
- Колір плотських гріхів.
- Колір табу.

5. Колір крові:

- Колір Червоного Хреста.
- Пролита кров, кровні злочини.

6. Колір вогню:

- Пожежники, пожежні крани та шланги.
- Пекло [53, с. 260-262].

**2.2.3. Жовтий, синій та зелений кольори.**

Далі розглянемо кольори, які символізують явища природи: сонце та зірки (жовтий), небо і вода (синій), вся природна рослинність (зелений).

Жовтий – це не дуже популярний колір. У світі кольорів жовтий – це іноземець, особа без громадянства, той, хто викликає недовіру [53, с. 81].

Жовтий колір – це колір нещастя у театральному світі, це, мабуть, пов'язано зі смертю на сцені Жана-Батіста Поклена Мольєра, французького драматурга. Він одягнувся у жовте для прем'єри своєї п'єси “Уявний хворий”. Під час виступу йому стало погано, а через кілька годин він помер вдома.

Коли ми говоримо про жовтий, ми маємо на увазі один із трьох основних кольорів, поряд з червоним і синім, оскільки це кольори, які неможливо отримати за допомогою будь-якої суміші інших відтінків.

Жовтий колір багато в чому залежить від кольору, поруч з яким він знаходиться, тобто в залежності від тону, який знаходиться поряд з жовтим, цей колір викликає ту чи іншу реакцію. Це найбільш нестійкий колір, оскільки якщо його змішати з червоним, він перетворюється на помаранчевий, якщо змішувати з синім, він стає зеленим, а якщо додати до нього трохи чорного, блиск, що характеризує його, зникає і колір стає каламутним.

Жовтий в давнину був популярним кольором, у римській культурі жінки одягалися у вбрання цього кольору для відвідування весілля чи інших важливих подій. У культурах за межами Європи він завжди мав позитивне значення, як, наприклад, у Китаї, де він був кольором призначеним виключним для імператора і де він все ще має велике значення щодня, оскільки асоціюється з передачею сили, багатства і мудрості. Єгиптяни не дарма вважали його важливим кольором, оскільки він асоціювався з сонцем, яке відіграло в їхньому житті та в їхніх віруваннях велику роль. Це змусило їх шукати нові відтінки жовтого кольору, таким чином вони отримали аурипігмент та жовтий неаполітанський [56, с. 54].

Аурипігмент – це природній жовтий пігмент, отриманий з миш'яку, місцем розташування якого є переважно Синайська пустеля та Мала Азія. Цей колір дуже добре

вловлює світло, тому він широко використовувався для оздоблення похоронних камер та саркофагів.

Жовтий колір в українській культурній традиції також передає позитивні конотативні смисли. Сьогодні існують переконливі підстави вважати, що жовтий колір позначає сонячний культ праукраїців. І, цілком зрозуміло, якщо верховне божество для них – Дажбог-Сонце, то і колір цього божества також є священним. Тому цей колір супроводжував київських князів на їхніх клейнодах, запорозьких козаків – на їхніх прапорах, тому завершували золотими (жовтими) куполами християнські українські храми, тому увінчували їх не лише символічні знаки Сонця – хрести, а й зображення власне Сонця з життєдайними променями навсібіч. [21, с. 203].

Однак у західних культурах жовтий не має цих позитивних значень та відтінків, більше того, в порядку уподобань багатьох західних народів він зазвичай займає останнє місце. Але ця ворожнеча до такого прекрасного кольору має свою причину: усі позитивні значення забрав його “брат”, колір золота. Золотий – це колір, який блищить та зігріває, це колір, який піддається обожненню. Власне кажучи, через це жовтий, в порівнянні з ним, став нудним, сумним, хворобливим. Крім того, він також став кольором, який асоціюється зі зрадою, обманом та брехнею.

Підсумовуючи, Мішель Пастуро виділяє такі основні значення жовтого кольору:

#### 1. Колір світла і тепла:

- Найяскравіший колір.
- Колір сонця.

#### 2. Колір процвітання та багатства:

- У минулому злаки були символами багатства.
- Золото, скарби, монети.
- Колір імператора в Китаї.

#### 3. Колір хвороби та божевілля:

- Колір жовчі, запаморочення, кислотності.
- Колір сірки.

- Колір божевілля.

#### 4. Колір брехні та зради:

- Юда представлений у такому кольорі.

- Колір зрадників, вигнанців та негідників [53, с. 24-25].

Синій – це колір, який має тенденцію бути далеким, він не такий близький, як червоний. Синій кличе всередину, червоний назовні. Серед всіх кольорів синій – це той, який викликає найменший хроматичний сенсорний стимул, але найбільший інтелектуальний стимул [50, с. 205].

Синій колір – улюблений колір європейців. Згідно з дослідженням, проведеним Євою Хеллер у її книзі “Психологія кольору”, саме синій колір отримав найбільше симпатій, у відсотках. Йому віддають перевагу 46% чоловіків та 44% жінок [51, с. 17]. Однак так було не завжди, у давньоримські часи наявність блакитних очей була ознакою нещастя, і якщо ви були жінкою, то блакитні очі неодмінно мали привести вас до розпусного життя [53, с. 21].

У давнину синій колір майже не використовувався, за винятком деяких регіонів. Синій почали популяризувати в XII і XIII століттях. З дванадцятого століття відбулися зміни в релігійних уявленнях, релігія також почала використовувати його в вітражах соборів і в деяких елементах одягу, особливо в зображеннях Діви Марії.

Синій колір асоціюється з добром, з чимось вічним та небесним. Цей колір найбільш пов'язаний з симпатією та дружбою, оскільки подарунок синіх квітів виражає гармонію, прихильність, дружбу, вірність або навіть любов. Ця асоціація з'являється не тільки в іспанській, але і в інших мовах, наприклад в англійській мові існує такий вираз, як *true blue* – бути вірним до глибини душі. В західній культурі вважається традицією, що наречена на весілля одягає щось старе, щось нове, щось позичене і, нарешті, щось синє.

Синій також асоціюється з відчуттям холоду, і це має певну логіку, оскільки, коли нам холодно, наше тіло синіє. Ось чому синій колір не поширений в інтер'єрах, оскільки він, здається, пропускає холод. Гьоте у своїй праці “Теорія кольорів” [48] зазначав, що



кімнати, оббиті синім кольором, здаються просторішими, але також порожніми і холодними.

Існує різновид синього, який був відомий з давніх часів як ультрамариновий синій, це також найдорожчий колір в історії. Для його виробництва використовується напівкоштовний камінь під назвою лазурит, який подрібнюють, перетворюють у порошок, а потім змішують із іншими речовинами.

Цікаве значення синього кольору прослідковується в політиці. Вираз “*ser azul*” - бути синім у Сполучених Штатах, Англії та Іспанії має різне політичне значення. Наприклад, у США “сині” – це прихильники Демократичної партії, ідеологія якої є лівою, тоді як у Великобританії “сині” – це консервативна партія, ідеологія якої є правоцентристською або ж навіть правою. Ну і в Іспанії цей колір асоціюється з Народною партією, яка за своєю ідеологією є ліберально-консервативною.

Таким чином можна виділити такі значення синього кольору:

1. Улюблений колір більше половини західного населення.

2. Колір нескінченності, віддаленості, мрійливості:

- Колір романтизму.

- Колір ночі (у коміксах та рекламних щитах ніч більше представлена синім кольором, ніж чорним).

3. Колір вірності, любові та віри:

- Колір вірності в любові.

- Колір Діви Марії з 13 століття.

- Колір миру.

4. Колір холоду, свіжості, води:

- Синій навіть холодніший за білий: льодовики, монетні двори, інтер'єри морозильної камери.

5. Монархічний та аристократичний колорит:

- Колір королів. Геральдика королів Франції.

- Вираз “блакитна кров” відноситься до королівської родини [53, с. 32-42].

Зелений – це колір, який довгий час вважався злим кольором, оскільки у часи Середньовіччя це був колір диявола. Проте згодом у західній культурі цей колір почав асоціюватися з удачею, але і водночас з нещастям.

Така символіка зеленого кольору пов'язана з ідеєю його нестабільності, оскільки цей колір хімічно нестабільний в природі. Зелений колір являє собою удачу, але також і нещастя; фортуна, але і водночас невезіння; любов, яка народжується, але також невірну та слабку любов; незрілість (зелені плоди), але також бадьорість. Через свою неоднозначність цей колір завжди викликав занепокоєння.

Цю подвійну символіку можна побачити в іспанських ідіоматичних виразах, таких як: *dar luz verde* – надання дозволу чи свободи діяти або *poner verde a alguien* – говорити погано про когось, критикувати людину, коли вона відсутня.

В українській культурі ситуація дещо інша. Зелений – колір весни, квітучості, воскресіння природи після довгої зими, багатства тваринного та рослинного світу. Зелений колір займає особливо місце в українській лінгвокультурній традиції. Жодне весілля не могло відбутися без обов'язкових атрибутів весільного одягу – зеленої рути і зеленого барвінку. Зелений барвінок, який символізував вічне кохання виконував роль фати у весільному вбранні українки. З найдавніших часів всім відоме свято Святої Трійці, або ж як його по іншому називають – Зелена неділя. Під час цього чудового свята, молоді дівчата та хлопці йшли до лісу, співали пісні, грали в ігри, водили хороводи. Також зелений колір знайшов своє місце і у вишивці та під час фарбування писанок, втілюючи прагнення людей зобразити буяння природи.

На особливе місце зеленого кольору в українському фольклорі вказує С. Я. Єрмоленко, зазначаючи, що в українській ліричній народній пісні кольоропозначення зелений використовується не тільки у своєму первісному значенні (колір флори), а й у пізніших, переносних – як виразник позитивної оцінки: в українській культурній традиції символічні значення зеленого кольору – це 'щастя', 'радість', 'багатство', 'новизна', 'свіжість', 'молодість', 'сила'. Тобто, у свідомості українців зелений колір символізує світлі, радісні відчуття та настрої [17, с. 71-78].

Отож, беручи до уваги подвійність символіки зеленого кольору, Мішель Пастуро називає такі його значення:

1. Колір удачі та невдачі, грошей та надії:

- Дорогоцінний камінь, смарагд може принести удачу чи невдачу.
- Долар є символом грошей і має такий колір.
- Килимки для карткових ігор та в казино мають зелений колір
- Французька, *langue verte* (зелена мова) була сленгом гравців у карти.

2. Колір природи та екології, здоров'я та свіжості:

- Зелені овочі та фрукти
- Всі екологічні рухи пов'язані з цим кольором, Грінпіс – найкращий приклад.
- Аптечний символ – зелений.

3. Колір дозволеного:

- Світлофори показують зелений колір, який означає, що можна рухатися вперед.

4. Колір кислоти, що жалить і отрує:

- Колір отрути.
- Більшість кислот мають зеленуватий колір [53, с. 292-294].

**2.2.4. Коричневий, фіолетовий, рожевий, помаранчевий та сірий кольори.**

В цьому пункті розглядаються кольори, які відносяться до шостої та сьомої стадії становлення основного складу значення найменування кольорів, так званий колір землі (коричневий) та кольори додаткових природних явищ (фіолетовий, рожевий, помаранчевий та сірий).

Основні значення коричневого кольору – стабільність, приземленість, родючість, побутова мудрість. Це зрозумілий, природний відтінок, який допомагає розслабитися і знайти рівновагу.

Земля, кора дерев, житній хліб, кава, какао – ось прояви цього кольору. Він тісно зв'язний з матеріальним світом, з його засадами і тваринами законами виживання. Коричневий колір це колір людини, яка міцно стоїть на ногах, людини, що піклується про добробут сім'ї і живе розміреним рутинним життям.

З давніх-давен коричневий колір не був привабливим, тому що приписувався нижчим шарам населення. Він вважався тоном старості, бідності, землеробства. Після того, як Німеччина вирішила вибрати землеробство і чистоту крові, як орієнтир суспільства, з'явилися “коричневі”, тобто націонал-соціалісти. Звідси пішов вислів “коричнева чума”, коли мова йде про нацизм. Пізніше, відтінок став застосовуватися до будь-якого варіанту тоталітаризму.

У тих, хто вибирає його, спостерігається тяга до простого і зрозумілого способу життя. Їх тягне в сільські дерев'яні будинки, лісові походи, риболовлю. Це солідні і сильні люди, часто повільні, але розумні і практичні. Нелюбов до цього тону говорить про презирство повсякденності і рутини.

Фіолетовий колір – колір неземного, непізнаного, колір космосу, туги, поміркованості, замкнутості. Він виходить за рамки буденного. Це пов'язано з його небесним походженням.

Проте, серед європейців та американців, фіолетовий не є популярним кольором; в опитуванні, лише три відсотки людей вибрали його своїм улюбленим кольором, в той час, як десять відсотків опитуваних чоловіків та жінок назвали фіолетовий одним із своїх найменш улюблених кольорів [51, с. 4].

В Японії ситуація відрізняється, фіолетовий колір завжди був досить популярним кольором. Таким він став в період Хейан (794–1185), коли його було широко введено у різноманітне японське вбрання. Барвники для такого одягу робили із кореня квітучої рослини, яка японською називається муразакі, тобто червоний корінь (Воловик лікарський). Приблизно в той самий час японські художники в своїх картинах почали використовувати цей колір [56, с. 139].

Через свою відірваності від земного, фіолетовий тісно пов'язаний з релігійністю. Вважається, що це символ католицизму, він означає істину, піст, покаєння, страждання святих. Також фіолетовий асоціюється зі зреченням від мирського, а також глибокою мудрістю та смиренністю.

Незважаючи на таку символіку смирення в традиції католицької церкви,

фіолетовий колір володіє абсолютно протилежними асоціаціями в загальному суспільстві. Цей колір найчастіше асоціюють з марнославством. Оскільки фіолетовий не так часто існує в природі, його сприймають як колір індивідуальності і екстравагантності.

В силу свого статусу кольору Римських імператорів, монархів, принців та принцес, фіолетовий колір, як і його “побратим” пурпурний часто асоціюють з розкішшю. Дуже часто предмети розкоші, такі, як золотий годинник і дорогоцінні прикраси, кладуть в коробки обтягнуті фіолетовим оксамитом. Оскільки фіолетовий чудово гармонує з жовтим, на його фоні золото виглядає найкращим чином.

Фіолетовий – це колір ментальної сфери буття, він часто асоціюється з демонами, як зі створіннями, що не мають спокою, що знаходяться в постійній боротьбі зі своїми пристрастями. Цей колір належить “творцям”, які поклали своє життя на втілення нових ідей.

Близько фіолетового спостерігається найбільше (по відношенню до інших кольорів) уповільнення дихання та серцебиття, гальмування вегетативної нервової системи, що дає можливість до гіпнотичного впливу над людиною. Люди, які віддають перевагу цьому кольору схильні потрапляти під вплив інших людей, але при цьому прагнуть маніпулювати чужими думками і контролювати власні почуття. Фіолетовий колір характеризується тісним зв'язком з підсвідомістю. Тому він активно використовується психотерапевтами для визначення стійкості психіки людини.

Рожевий – колір заходу сонця, пелюсток троянд – істинно жіночний тон. Його характеризують як відтінок ніжності, прагнення до стабільності, материнства, слабкості, наївності, необ'єктивності сприйняття світу. Це колір всепоглинаючого, вірного кохання, ласки.

Хоч рожевий колір був відомий ще з давніх часів, він не був особливо популярним. В середньовічній моді дворяни зазвичай віддавали перевагу більш яскравим червоним кольорам, наприклад, малиновому. Проте, в XIII і XIV століттях в роботах Чімабуе і Дуччо ді Буонінсеня маленький Ісус Христос іноді зображувався одягненим в рожевий

одяг. Рожевим кольором художники показували духовний зв'язок між матір'ю і дитиною. Зенітом розквіту рожевого кольору стало XVIII століття, коли пастельні тони стали дуже модними в усіх дворах Європи. Особливо обожнювала рожевий колір коханка французького короля Людовика XV, маркіза де Помпадур, яка носила поєднання блідо-синього і рожевого кольорів. Вона навіть мала одяг особливого відтінку рожевого, зробленого для неї на порцеляновій фабриці, з додаванням синього, чорного і жовтого [51, с.182-183].

Згідно з опитуваннями, проведеними в Європі і США, рожевий колір найчастіше асоціюється з чарівністю, ввічливістю, чуйністю, ніжністю, солодкістю, дитинством, жіночністю і романтикою. Комбінація рожевого і білого асоціюється з чистотою і невинністю, а комбінація рожевого і чорного – з еротизмом.

У католицизмі рожевий колір це радість та щастя. Він використовується під час Великого посту, на третю неділю Адвенту. Традиційно цього дня запалюється рожева свічка на різдвяному вінку.

Що стосується політики, то рожевий колір (як менш яскравий і різкий, ніж червоний) асоціюється з поміркованими лівими, соціал-демократичними силами, наприклад, він є неофіційним кольором португальської Соціалістичної партії.

У різний час слово “рожевий” використовувалося як зневажливий епітет: “рожевий соціалізм”, “рожеве християнство”.

Помаранчевий – це колір радості, самопізнання, задоволення, прагнення до пригод. Це колір, який несе в собі енергію та силу.

Помаранчевий колір популярний на сході. Це колір сонця, вогню, прянощів, фруктів. Там він асоціюється з радістю, життєвою енергією, сексуальністю. Він – колір об'єднання статей (на сході вважається, що червоний – чоловічий колір, а жовтий – жіночий, отже, помаранчевий, як жовтий змішаний з червоним, уособлює обидві статі).

В Європі цей колір також поважають. Його вважають кольором родючості, за аналогією з цитрусовими, які приносять багатий урожай. До сих пір у Франції на голову нареченої надягають вінок з помаранчевих квітів в надії на швидке збільшення

сімейства. Помаранчевий – це національний колір Нідерландів. Раніше помаранчева смуга навіть була присутня на прапорі Нідерландів, але пізніше її змушені були замінити на червоний, оскільки тканин помаранчевого кольору майже не було. В наші дні нідерландці під час національних свят одягають помаранчевий одяг, а вболівальники різноманітних спортивних змагань фарбують обличчя в цей колір підтримуючи свою команду.

Для українців помаранчевий колір має своє особливе значення. Помаранчевий став кольором «тепла та єднання», кольором «життя і світла», кольором «перемоги» восени 2004 року, коли відбулася Помаранчева революція. Колись звичайні, позбавлені відчутних конотацій колоративи оранжевий, жовтогарячий, помаранчевий стали національно-прецедентними феноменами, органічними в національній когнітивній базі, з якими – укупі з іншими феноменами – тепер ідентифікують Україну [36, с. 26].

Помаранчевий колір утворюється за допомогою поєднання червоного кольору, який асоціюється з пристрастю та жовтого кольору, який асоціюється з активністю й екстраверсією. Таким чином, помаранчевий колір став місцем сполучення психологічних особливостей утворюючих його кольорів. У цьому сенсі, помаранчевий є одним із найсприятливіших для психотерапії кольорів. Помаранчевий колір несе в собі збудливий та життєрадісний початок. Це гучний, гарячий, полум'яний, активний, бадьорий і веселий колір. Завдяки цьому кольору зміцнюється воля, підтримується сексуальність, активізується діяльність залоз внутрішньої секреції, регулюються обмінні процеси. Помаранчевий колір здатний підвищувати апетит та викликати почуття ейфорії.

Попри всі свої позитивні значення, помаранчевий також може проявлятися і негативно: в гордині, честолюбстві, інфантильності, лінощах, самовдоволенні, егоїзмі. Перебір його в одязі або інтер'єрі вважається вульгарністю. Через його рідкість, помаранчевий використовується як сигнальний колір, наприклад, в одязі робітників на дорозі.

Сірий – золота середина між чорним і білим. Це колір середнього класу,

міщанства, ситості і достатку. У Європі під “сірою людиною” розуміється звичайна середньостатистична людина. Такі люди складаються основну масу суспільства, на них тримається вся економіка і для них працюють політики. Можна сказати, що сірий колір це колір стабільності.

В епоху античності та Середньовіччя сірий колір був кольором нефарбованої вовни, а отже, кольором, який найчастіше носили селяни та бідні. Це також був колір, який носили ченці та монахи з орденів францисканців та капуцинів як символ своїх обітниць смирення та злиднів. Брати-францисканці в Англії та Шотландії були широко відомі як сірі монахи. В епоху Відродження та бароко сірий колір відіграє важливу роль у моді та мистецтві. Чорний став найпопулярнішим кольором знаті, особливо в Італії, Франції та Іспанії, а сірий та білий гармонійно поєднувались із ним. Сірий був особливо гарним фоновим кольором для золота та для відтінків шкіри. Він став найпоширенішим фоном для портретів Рембрандта та багатьох картин Ель Греко. Сірий став надзвичайно модним кольором у 18 столітті як для жіночих суконь, так і для чоловічих жилетів та пальто. Він також став звичним кольором для військової форми; в епоху гвинтівок з більшим радіусом дії солдати сірого кольору були менш помітними, ніж ті, що були в синьому або червоному. Наприкінці 1930-х цей колір став символом індустріалізації та війни.

У християнській релігії сірий – це колір попелу і символ трауру та покаєння. Його можна використовувати під час посту або в особливі дні посту та молитви. Як колір смиренності та скромності, сірий колір носять монахи та ченці. Сірі сутани носить духовенство Бразильської Католицької Апостольської Церкви. Буддистські ченці та священники в Японії та Кореї часто носять верхній халат сірого, коричневого або чорного кольору. Даоські священники в Китаї також часто носять одяг сірого кольору.

### ***2.3. Значення кольору в семантиці фразеологічних одиниць іспанської та української мов***



Фразеологічні одиниці до складу яких входить назва кольору є дуже цікавими для дослідження, оскільки наше повсякденне життя сповнене різних кольорів. Ці кольори по-різному впливають на людську душу – надихають або пригнічують її, породжують відчуття тепла або прохолоди. Значення кольорів в багатьох мовах, як ми могли переконатися в попередньому підрозділі, мають як подібності, так і відмінності. Відповідно їм існують подібні та відмінні риси у вживанні кольорів в ідіомах і фразеологізмах.

Білий колір в фразеологічних одиницях порівнюваних мов зазвичай передає позитивне значення, викликає позитивні емоції, асоціюється з добром та чистотою, наприклад: *dar carta blanca* – давати повну свободу дій; *білий, як сніг* (білосніжний, чистий). Однак, білий колір може передавати і негативні значення, які зазвичай пов'язані з відсутністю чогось, наприклад: *estar sin blanco* – не мати грошей; *білий, мов смерть*.

В ідіоматичних висловах чорний колір зазвичай володіє негативною конотацією в обох мовах, наприклад: *poner a alguien negro* – сильно дратувати когось, *humor negro* – чорний гумор; *чорний день* (нещасний день, важкі часи), *чорні думки* (похмурі, злі думки).

Червоний колір у фразеології обох мов має як подібності, так і відмінності в значеннях. В обох мовах червоний колір може передавати значення збентеження, сорому, наприклад: *ponerse rojo* – почервоніти як буряк. В іспанській мові він також використовується як попередження про небезпеку, наприклад: *un barrio rojo* – дослівно перекладається як квартал червоних ліхтарів, що означає небезпечний район. В українській мові червоний колір, навпаки, частіше зустрічається в фразеологізмах з позитивним значенням, наприклад: *червоні вітрила* (символ надії, мрії).

Фразеологізми та ідіоми з жовтим кольором однаково рідко зустрічаються як в українській, так і в іспанській мові. Здебільшого в цих ідіоматичних виразах, жовтий колір передає певне негативне значення, наприклад: *prensa amarilla* – жовта преса (низькопробна преса), *tarjeta amarilla* – жовта картка (картка в футболі, яку арбітр показує гравцеві як попереджувальний сигнал), *жовтороте пташеня* (недосвідчена

людина).

Синій колір має подібні, здебільшого позитивні значення в фразеологізмах обох мов, асоціюючись з спокоєм, щастям, аристократією, наприклад: *príncipe azul* – казковий принц; *синій птах* (символ щастя, ідеалу).

Як зазначалося в попередньому розділі, зелений колір є дуже неоднозначним кольором, який може викликати як негативні, так і позитивні асоціації. Це безумовно вплинуло і на фразеологізми, які містять в собі цей колір та можуть набувати найрізноманітніших значень в обох мовах, наприклад: *дати зелену вулицю* (безперешкодно пропускати щось), *напитися до зеленого змія* (до нестями сп'яніти), *позеленіти від заздрощів* тощо.

Коричневий колір досить рідко зустрічається в фразеологізмах обох мов і зазвичай має на меті передати щось погане. Втративши життєдайну силу червоного, коричневий символізує тілесні відчуття та потреби. Символізуючи покарання, деградацію, відречення від світу, він є земним кольором. Це все можна побачити в таких фразеологізмах: *comerse un marrón* – бути причиною всіх проблем, бути розкритикованим; *коричневе небезпека*, *коричнева зараза*.

В іспанських фразеологізмах фіолетовий колір досить часто асоціюється з негативом, наприклад: *pasarlas moradas* – знаходитися у важкій ситуації, долати важкі обставини. В українській мові існує поширений вираз *мені фіолетово*, який означає, що обговорювана в даній розмові тема, одному з учасників розмови є байдужа і не викликає інтересу. За однією з версій, цей вислів походить з гумору студентів-хіміків і пояснюється тим, що лакмус, який використовується в хімічних дослідах як індикатор кислотності, в кислотному середовищі забарвлюється в червоний колір, в лужному – в синій, а в нейтральному середовищі залишається фіолетовим.

У фразеологізмах та ідіомах в іспанській мові, рожевий колір зазвичай означає романтичність, радість або легковажність, наприклад: *novela rosa* – любовний роман. В українській мові існують стійкі вирази, такі як *рожеві окуляри*, *бачити в рожевому світлі*, які означають наївний, некритичний погляд на речі.

Помаранчевий колір досить рідко зустрічається в фразеологічних одиницях. В іспанській мові помаранчевий колір звучить, як *naranja*, слово, яке в свою чергу, також означає фрукт апельсин, тому дуже часто фразеологізми пов'язані саме з цим, наприклад: *tratar de sacar jugo de manzana a una naranja* – дослівно перекладається як “намагатися вижати з яблука апельсиновий сік”, тобто робити щось нереальне, щось що не принесе користі.

Фразеологізми та ідіоми з сірим кольором позначають в основному скромність, таємничість, нейтральність, оскільки сірий колір повністю позбавлений будь-яких стимулюючих чи психологічних тенденцій, наприклад: *ser una persona gris* – бути сірою мишкою, не мати власної думки, бути тихим; *sira masa* (звичайні, середньостатистичні люди).

Отже, колір є важливою складовою в сприйнятті навколишнього світу людиною, тому не дивно, що він є складовою частиною багатьох фразеологічних одиниць. Колір створює яскраві зорові образи, збагачуючи мову та роблячи її барвистою та емоційною. Кожен колір має свою багату історію, яка створила певні асоціації та значення пов'язані з ним, які, в свою чергу, впливають на семантику фразеологічних одиниць, наділяючи їх позитивною, негативною або нейтральною конотацією.

## Висновки до розділу 2

Отож, колір неодноразово досліджувався з різноманітних лінгвістичних точок зору (семантичної, прагматичної, етимологічної тощо) і це не дивно, оскільки, колір є невід'ємною частиною людського життя.

Значення того чи іншого кольору постійно змінювалося впродовж історії, що вплинуло на семантику фразеологізмів, які містять компонент кольору. Значення кольорів в досліджуваних мовах мають як подібні, так і відмінні риси. Відповідно й існують подібності та відмінності у вживанні кольорів в ідіомах та фразеологізмах. Тому

дуже важливо, при перекладі ФО з компонентом кольору звертати увагу саме на те, яке значення даний колір має для того чи іншого народу.

### РОЗДІЛ 3

## ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ЗІ ЗНАЧЕННЯМ КОЛЬОРУ.

### *3.1. Формування фразеологічної компетентності студентів при вивченні іспанської мови*

Загальновизнано, що структура мови є складною системою, що складається з декількох рівнів, одним з яких є лексико-фразеологічний. Однак саме на фразеологічному підрівні мови найбільш експліцитно відображаються особливості пізнавального досвіду конкретного народу, риси його матеріальної і духовної культури. Фразеологічний підрівень мови є найважливішим компонентом національної культури. Вивчення фразеології на заняттях іноземної мови надає студентам можливість крім освоєння самої мови, також “зануритися” в чужу національну культуру, зрозуміти і оцінити її специфіку. Справжнє оволодіння іноземною мовою неможливо у відриві від знання культури народу-носія цієї мови.

Аналіз фразеології досліджуваної іноземної мови дозволяє виокремити найбільш значущі для того чи іншого етносу поняття, оскільки фразеологічний фонд будь-якої мови формується в першу чергу за рахунок мовних одиниць, тобто номінуються найбільш релевантні для того чи іншого народу поняття. Осмислення цих понять є важливим в плані оволодіння іноземною мовою, а значить, і в плані розуміння чужої культури, оскільки освоєння чужої мови є, в першу чергу, освоєнням нової культури. При такому підході мова виступає як важлива її складова і форма вираження національного погляду на світ [11, с. 51].

У зв'язку з цим стає очевидною необхідність формування фразеологічної компетенції у студентів, які вивчають іноземну мову.

Варто зауважити, що термін “фразеологічна компетенція” вперше був введений в лінгвістику Добридневою Є. О. [16, с. 3] і в даний час активно використовується в

науково-методичних роботах [41, 44], хоча його не зафіксовано у словнику методичних термінів [60]. Водночас не включається дане поняття і до переліку загальноєвропейських компетенцій володіння іноземною мовою [56], оскільки фразеологізми розглядаються як одиниці змісту лексичної компетенції, яка виділяється в рамках лінгвістичної компетенції і під якою розуміється “знання словникового складу мови, що включає лексичні та граматичні елементи і здатність їх використання в мові” [18, с. 106].

Фразеологічна компетенція – це знання фразеологічного складу мови і вміння ним користуватися в процесі спілкування. Стверджувати, що студент опанував фразеологічну компетенцію можна тільки в тому випадку, якщо він має комплексне уявлення про фразеологічну систему, що вивчається і може використовувати цю систему на практиці.

Здатність студентів висловлювати свої думки та комунікативні наміри іноземною мовою, використовуючи при цьому все багатство мовних засобів, в тому числі і ФО, є однією з найважливіших характеристик комунікативної компетенції. Комунікація – це форма спілкування в реальному житті, тому вона використовує автентичну мову з її можливими функціональними і стилістичними варіаціями. Без знання ФО людина не стане повноцінним і рівноправним учасником комунікації з носіями мови, що вивчається, оскільки не зможе вільно оперувати ними в різних комунікативних ситуаціях. Цим і зумовлена потреба формування фразеологічної компетенції студентів, що включає знання:

1. фразеологічного словника і здатність розуміти значне число ФО;
2. системи граматичних правил вживання ФО в мові;
3. функціональних обмежень вживання фразеологізмів в різних сферах діяльності;
4. основних способів включення ФО в контекст з метою досягнення адекватного сприйняття інформації;

а також уміння:

1. адекватно реагувати на повідомлення, що містить фразеологізм;
2. орієнтуватися в ситуації спілкування, враховувати рівень загальних і

лінгвістичних знань співрозмовника, його фразеологічну компетенцію, уникати комунікативних невдач;

3. вести спілкування на рівні згоди;
4. використовувати ФО в різних мовних жанрах.

Система занять студентів з вивчення ФО, і як наслідок формування фразеологічної компетентності, може включати такі етапи:

1. Теоретичні відомості про фразеологізми. Класифікація цих лексичних одиниць.
2. Пояснення нового фразеологічного матеріалу.
3. Виконання практичних завдань в формі різних видів вправ з метою закріплення вивченого матеріалу.
4. Попередня робота вдома (студенти самі намагаються знайти значення фразеологічних одиниць). Повторення вивченого матеріалу.
5. Виконання вправ з метою перевірки знань і навичок студентів.

На першому етапі роботи з студентами викладач повинен дати теоретичні відомості про основні особливості фразеологізмів, класифікацію цих лексичних одиниць, розкрити семантику дієслівних фразеологізмів як однієї з найбільш значних груп фразеологізмів (*irse por las ramas* – ходити навкруги, *andar manga por hombro* – знаходитися в повному безладі, *tomar el pelo* – підняти на сміх тощо), що володіють яскравою образністю і дозволяють студентам проникнути в логіку мови, проаналізувати давню приховану метафору, закладену у фразеологізмах.

Другим етапом роботи доцільно зробити пошук фразеологічних аналогів в інших мовах, які є для студента рідними або які він також вивчає (в нашому випадку українська, російська та іспанська):

1. *no hay desgracia que no traiga alguna gracia* (дослівно – немає такого нещастя, яке б не принесло певної благодаті) – *не было бы счастья, да несчастье помогло* (російська);

2. *pedir peras al olmo* (дослівно: просити груші з в'яза) – *просить kota возненавидеть сметану* (рос.);

3. *hacer de una nimiedad un río* (дослівно: зробити річку з дрібниці) – *make a mountain out of a molehill* (англійська, дослівно: зробити гору з кротового пагорба);
4. *hacer un berrinche* (дослівно: влаштувати істеріку) – *to throw a temper tantrum* (англ., дослівно: кинути істеріку);
5. *a caballo regalado no se le mira el diente* (дослівно: дарованому коню в зуби не дивляться) – дарованому коню в зуби не заглядають (українська);
6. *a cada pájaro le gusta su nido* (дослівно: кожен птах любить своє гніздо) – кожна жаба своє болото хвалить (укр.);
7. *bien vestido, bien recibido, pero la mejor pieza es una buena cabeza* – (дослівно: добре одягнений, добре прийнятий, але найкраща річ – це розумна голова) – *встречают по одежке а провожают по уму* (рос.);
8. *como pez en el agua* – як риба у воді (укр.);
9. *estar en el séptimo cielo* (дослівно: бути на сьомому небі) – *be on top of the world* (англ., дослівно: бути на вершині світу);
10. *príncipe azul* (дослівно: синій принц) – принц на білому коні (укр.).

Порівнявши дані вирази, студенти прийдуть до висновку, що висловлювання № 1, 4, 5, 8 більш схожі з точки зору образності, ніж № 2, 3, 6, 7, 9, 10. Попри семантичну схожість, засоби вираження в різних мовах відрізняються. Порівняльна робота допоможе студентам зробити висновок про те, що у фразеології різних народів багато спільного і часто характеристика станів і дій людини носить універсальний характер [19, с. 3]. Однак, оскільки фразеологія конденсує весь складний комплекс культури і психології того чи іншого народу, то для вираження одного і того ж поняття різні мови вдаються до різних образів. Вони, очевидно, висловлюють етнопсихологію народів-носіїв даних мов, тому і розрізняються. Фразеологічні системи навіть найбільш близькоспоріднених мов не збігаються повністю.

Третім етапом роботи може стати аналіз тлумачення фразеологізму, що дозволить краще зрозуміти його значення і вживання. Особливо це стосується фразеологізмів значення яких зрозуміти просто переклавши окремі слова неможливо, наприклад:



1. *los establos de Augías* (дослівно: Авгієві стайні) – дуже забруднене місце, занедбане приміщення. В образній мові: що-небудь завалене паперами, книгами, зайвими речами, непотрібними для роботи;

2. *mirlo blanco* (дослівно: біла ворона) – людина, різко відрізняється від тих людей, що її оточують, не така, як усі;

3. *ser uña y carne* (дослівно: бути як ніготь та плоть) – дуже дружні, нерозлучні, завжди разом;

4. *caer de pie como los gatos* (дослівно: падати на лапки як коти) – діючи обманним шляхом, залишатися не покараним;

5. *cocerse en su propia salsa* (дослівно: варитися у власному соусі) – жити чи працювати не використовуючи чужого досвіду;

6. *pescar en río revuelto* (дослівно: ловити рибу у неспокійній річці) – з вигодою для себе використовувати чийсь труднощі, негаразди;

7. *nacer de pies* (дослівно: народитися ногами) – мати гарну вдачу;

8. *uno come la fruta aceda, y otro tiene la dentera* (дослівно: хтось їсть кислий фрукт, а в когось болять зуби) – несправедлива ситуація, коли хтось покараний через провину іншої людини.

Четвертий етап роботи – це пошук антонімів і синонімів серед запропонованих фразеологізмів. Набагато легше запам'ятати фразеологізм знаючи його синонім або антонім. Наприклад:

Синоніми:

1. *al otro confín del mundo, donde Cristo dio las tres voces* – дуже далеко;

2. *son lobos de la misma (de una) camada, frutos del mismo árbol* – схожі один з одним;

3. *cuando lluevan habas, cuando las ranas críen pelo* – невідомо коли, у невизначеному часі в майбутньому;

4. *todo salió patas arriba, todo se fue al carajo* – марно витрачені зусилля;

5. *entre dos luces, levantarse al primer canto del gallo* – дуже рано.

Антоніми:

1. *vivir a partir un piñón* (жити дружно, у злагоді) – *están como el perro y el gato* (постійно сваритися);

2. *estar en la flor de la vida* (бути у розквіті сил) – *en el declive de la vida* (упадок сил, старість);

3. *suavizar las asperezas* (залагодити розбіжності, заспокоїти когось, залагодити ситуацію) –  *echar leña al fuego* (підсилювати які-небудь почуття, переживання, суперечки);

4. *a tiro de piedra* (дуже близько) – *al otro confín del mundo* (дуже далеко);

5. *toro corrido* (досвідчена людина) – *tener la leche en los labios* (недосвідчена людина).

Останнім етапом роботи є виконання вправ на засвоєння та закріплення матеріалу. Для цього можна запропонувати студентам широкий вибір різноманітних вправ:

1. знайти в тексті фразеологізми і замінити їх відповідними за змістом словами;  
2. визначити фразеологізми за картинками та пояснити їх значення;  
3. заповнити пропуски в реченні відповідними за змістом фразеологічними одиницями;

4. доповнити початок ФО та пояснити їх значення;

5. виправити помилки у вживанні фразеологізмів в тексті;

6. дописати фразеологізм, вибравши з дужок потрібне слово або форму;

7. прочитати діалог з пропущеними словами, доповнити його, спираючись на запропоновані ФО;

8. скласти речення зі слів з використанням фразеологізмів (слова даються в довільній послідовності);

9. скласти діалог, використовуючи запропоновані фразеологізми.

Таким чином, оволодіння фразеологією є важливим аспектом іспанської мови як іноземної. Робота з вивчення фразеологізмів є ефективною, оскільки вона поглиблює знання студентів, збагачує їх мову, знайомить з культурою мови, що вивчається. Формування фразеологічної компетентності – один з найцікавіших, але досить складних

аспектів у вивченні іспанської мови студентами, тому до цього завдання потрібно підходити добре підготовленим та з чітким планом дій. Правильне розуміння змісту текстів, розмови людей в різних життєвих ситуаціях неможливо без знання найбільш уживаних ідіом іспанської мови, тому формування фразеологічної компетентності є невід'ємною частиною вивчення іспанської мови.

### ***3.2. Проблеми та типові помилки при перекладі фразеологізмів з іспанської мови на українську***

Переклад – це процес перетворення оригінального тексту однієї мови в ідентичний текст на іншій мові. Л. С. Бархударов визначає переклад як “процес перетворення твору (тексту) однієї мови в твір іншої мови, який відбувається при зберігаючи незмінний плану змісту” [7, с. 174]. Однак переклад виходить за рамки простої заміни одиниць однієї мови одиницями іншої. У процесі перекладу взаємодіють різні культури, традиції і звичаї. Переклад є великим джерелом інформації про мови, що беруть участь в процесі перекладу, і про культури до яких ці мови належать. Велика кількість фразеологічних зворотів нагадує про події далекого минулого, про які сучасні люди могли лише чути, але ніяк не бачити на власні очі. При цьому новий текст повинен легко тлумачитися і відповідати всім нормам мови, на яку він переведений. Таким чином, перекладач відіграє важливу роль провідника між культурами. За словами А. Д. Швейцера, “Переклад – це не тільки взаємодія мов, але і взаємодія культур. Процес перекладу “перетинає” не тільки кордони мов, а й межі культур” [46, с. 8].

Дослідники фразеології різних мов відзначають, що в процесі функціонування в мовленні ФО дуже часто піддаються різним трансформаціям. Ці перетворення завжди цілеспрямовані і здійснюються з певним комунікативним і стилістичним завданням. Ш. Баллі писав: “Якщо вчений або інженер змінюють мову для того, щоб «знеособити» її і зробити більш логічною, розсудливою, то письменник перетворює її, щоб зробити придатною для вираження суто індивідуальної думки, тобто ефективного та естетичного

змісту” [4, с. 280].

У лінгвістичній літературі неодноразово згадувалося про те, що переклад фразеологічних одиниць представляє собою значні труднощі, оскільки одиниці фразеологічного рівня характеризуються ускладненою семантикою, вони часто являються емоційно насиченими зворотами та нерідко мають яскраво виражений культурно-національний колорит.

Фразеологізми вважаються лексичної категорією, яку найбільш важко перекладати, що пояснюється рядом причин. По-перше, стаючи компонентами фразеологізму, слова з вільним значенням втрачають свою семантику і набувають нового, пов'язаного значення. З цієї причини для перекладу фразеологізмів недостатньо просто підібрати словникову відповідність для кожного компонента.

По-друге, перекладачеві, погано знайомому з фразеологією мови оригіналу, може бути важко розпізнати фразеологізм в тексті перекладу, що призведе до послівного або буквального перекладу, а це, в свою чергу, до спотворення сенсу і подальшого неправильного сприйняття інформації цільовою аудиторією. Тут же варто відзначити, що у перекладача, який погано розбирається у фразеології мови на яку здійснюється переклад, також неминуче виникнуть труднощі. Вони будуть пов'язані з пошуком еквіваленту оригінального фразеологізму в мові перекладу або підбором аналогу.

По-третє, іноді навіть при наявності еквівалентного фразеологізму в мові перекладу перекладачеві необхідно шукати інші способи передачі значення через те, що цей фразеологізм не відповідає контексту. У зв'язку з цим також варто враховувати, що аналогічні фразеологізми іспанської та української мов можуть мати різну оцінну конотацію.

Тож, якого роду помилки роблять перекладачі, зіткнувшись з подібними труднощами? Чи завжди причини помилок носять лінгвістичний характер чи можливо проблема зовсім в іншому?

Велика кількість вчених досить слушно зауважує, що причини помилок слід шукати, перш за все, в недостатній освіченості перекладача, яка проявляється в слабкому

та недостатньому володінні мовою оригіналу і, як результат, в нерозумінні того, про що йде мова в тексті.

Питання про компетентність перекладача, але з іншого ракурсу, було розглянуто в роботі Ерли Гальштайнсдоттір “Розуміння ідіоматичних фразеологізмів в німецькій мові”[49]. Авторка неодноразово наголошує на тому, що якість перекладу безпосередньо залежить не тільки від знання іноземної мови, а й від знання рідної мови, на яку здійснюється переказ.

Однак навіть досконале знання мови оригіналу і рідної мови не являють собою запоруку успіху. При перекладі художнього тексту необхідно бачити не тільки верхівку айсберга (текст, його пряме значення), але і те, що криється під водою (підтекст, глибинний сенс). Ступінь сприйняття внутрішнього сенсу залежить не тільки від ерудованості перекладача, але й від особливої інтуїції, чуйності до кожного елементу тексту. Крім цього, будь-який переклад повинен розглядатися зі стилістичної та прагматичної точок зору (як сказано те, що сказано, чому сказано те, що сказано, ким сказано, те що сказано і так далі).

Отже, розглянемо основні випадки, коли перекладач допускає помилки під час перекладу іспаномовних ФО на українську мову.

#### 1. Подібність фразеологізмів до вільних словосполучень.

Розглядаючи фразеологізм як звичайне вільне словосполучення, перекладач може допустити помилку при перекладі. Наприклад, речення “¿*Lo que le sucedió? Él está como una cabra!*” перекладач перекладає наступним чином: “Що з ним сталося? Поводить себе як коза!”. В даному випадку, іспанський фразеологізм *estar como una cabra*, що означає “поводити себе як божевільний” був прийнятий за вільне словосполучення і була допущена груба помилка.

Тому, перш за все, необхідно вміти розпізнати фразеологізми в тексті. У книзі “Неперекладне в перекладі» автор С.І. Влахов зазначає, що значна частина невдач в перекладі фразеологізмів обумовлена саме «невмінням впізнати фразеологізм в обличчя»: перекладач приймає фразеологічні одиниці за вільні словосполучення, і

це призводить до перекладу фразеологічної одиниці на рівні звичайного словосполучення [42, с.181].

## 2. Асоціативна схожість фразеологізмів.

Досить часто при повному або частковому збігу форми фразеологізму мови оригіналу та мови перекладу їх значення можуть не збігатися. Наприклад, фразеологізм “*ser un cerebro gris*” при буквальному перекладі звучить як “бути сірим мозком”, тому його легко сплутати з подібним українським фразеологізмом “бути сірою мишкою”, що означає “не мати власної думки”, хоч насправді даний фразеологізм використовується для характеристики особи, яка відіграє важливу роль, але залишається в тіні, так званий “сірий кардинал”.

Також існують випадки, коли два фразеологізми дуже схожі за своїм значенням, в результаті чого виникає асоціативна схожість, але, в той же час, вони наділені різною конотацією. Наприклад, іспанський фразеологізм “*ir de punta en blanco*”, що означає “причепуритися, гарно вбратися” дуже схожий за значенням на український фразеологізм “як на весілля вбрався”. Однак, якщо у випадку іспанського фразеологізму прослідковується позитивна конотація, то у випадку українського – нейтрально-негативна (цей фразеологізм зазвичай вживають, щоб висміяти когось за те, як він святково одягнувся без вагомої на те причини).

Отож, певна фразеологічна одиниця може бути невірно витлумачена через її асоціативну схожість з відповідним фразеологізмом мови перекладу. Тому при перекладі завжди слід враховувати, що багато фразеологізмів, не дивлячись на їх схожість в мові, можуть мати абсолютно різні, іноді протилежні значення.

## 3. Авторство фразеологізму.

Як правило, авторство фразеологізму не впливає на вибір перекладацького методу, оскільки більшість фразеологізмів розглядаються як мовні одиниці без урахування їх авторства. Але якщо мова йде про переведення крилатих виразів, афоризмів, які відносяться до певного літературного або історичного джерела, доводиться більшою мірою враховувати важливість збереження їх форми при перекладі.

В українській мові прикладом можуть служити крилаті вирази з поеми-послання “І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнєє посланіє” Тараса Шевченка («хто матір забуває, того Бог карає», «в своїй хаті своя й правда, і сила, і воля» тощо).

#### 4. Національно-культурне забарвлення фразеологізмів.

Важливу роль відіграють культурні реалії, що відображають ті чи інші особливості народів. У різних мовах і в різних народів виникають власні образно-поняттєві асоціації. Наочним прикладом може служити наступний фразеологізм іспанської мови: “*toro corrido*”, що буквально означає “бик, що брав участь в кориді”. Якщо дослівно перекласти цей фразеологізм, то середньостатистичний читач не зрозуміє його значення, оскільки для українського читача корида є чимось далеким та не зрозумілим. Тому дослівний переклад в цьому випадку буде грубою помилкою. В даному фразеологізмі йдеться про мудру людину, яка має неабиякий життєвий досвід і яку важко обдурити. В українській мові існує чудовий аналог цього фразеологізму – “стріляний горобець”. І, знову ж таки, якщо перевести дослівно на іспанську мову цей український фразеологізм – читач не зрозуміє до чого тут взагалі горобець, оскільки не знає походження цього фразеологізму (предком фразеологізму “стріляний горобець” стало прислів'я “Старого горобця на полові не проведеш”, що утворилося шляхом тривалих спостережень. Помічено, що досвідчені горобці, на відміну від молодих, легко відрізняють відходи, що утворилися при обмолоті зерна (полову) від самого зерна).

Від наявності або відсутності національного забарвлення фразеологізму багато в чому залежить вибір методу перекладу. Національний колорит фразеологічної одиниці може бути обумовлений, по-перше, специфічним забарвленням окремого компонента: реалія, власна назва, тощо. По-друге, характером самого фразеологізму, пов'язаного тим чи іншим шляхом з національними особливостями відповідного народу.

Основні труднощі перекладу таких одиниць полягають в неможливості використання еквівалентів при перекладі, оскільки даний прийом передбачає ідентичність всіх показників. Однак в більшості випадків виникає необхідність

пожертвувати невеликою часткою колориту, переводячи фразеологізм з допомогою фразеологічного аналога.

##### 5. Іспанська мова – рідна мова в багатьох країнах.

Проблеми перекладу фразеології іспанської мови також пов'язані з тим, що іспанська мова є рідною в ряді різних країн, тому фразеологізми з однаковим значенням можуть відрізнятися за формою, що треба враховувати під час перекладу.

Наприклад, іспанський фразеологізм *cara o cruz* – орел чи решка (дослівний переклад – лице чи хрест). Даний фразеологізм має багато варіантів. Так, наприклад, в Колумбії, Чилі, Перу, Панамі та Венесуелі вказаний фразеологізм має наступну форму: *cara o sello* (дослівний переклад – лице або печатка). В Еквадорі – *sello o cruz* (печатка або хрест). У Коста-Ріці – *cara o escudo* (лице або герб). На Кубі – *escudo o estrella* (герб або зірка). У Мексиці – *águila o sol* (орел або сонце). В Аргентині – *cara o ceca* (лице або станок для карбування монет). У Нікарагуа – *cara o sol* (лице або сонце).

У всіх цих фразеологічних одиниць однакове значення – випадковість. Використання різних компонентів в складі даних одиниць пояснюється різницею в зображеннях на монетах цих країн. Дослівний переклад на українську мову буде вважатися помилкою, оскільки буде незрозумілим для читача. Еквівалент даного фразеологізму в українській мові "орел чи решка" (запозичення з російської мови) або ж інколи використовують фразеологізм "чіт чи лишка" (походить від гри, що полягає в угадуванні, яке число – парне чи непарне).

Також подібним яскравим прикладом є фразеологізми, які містять географічні назви. Так, наприклад, фразеологічна одиниця іспанської мови "*Quien se fue a Sevilla perdió su silla*" має різноманітні варіації в країнах Латинської Америки. У Колумбії – не Севілья, а Баранкілья: *Quien se fue para Barranquilla perdió su silla*. В Мексиці – Вілья: *Quien se fue para la Villa perdió su silla*. Тобто структура фразеологізму залежить від топонімії конкретної іспаномовної країни, але всі ці фразеологізми мають одне значення: втратити свою чергу, шанс, місце. Знову ж таки, дослівний переклад на українську мову буде вважатися грубою помилкою, оскільки жодне з цих міст, зазвичай, не є відомим



українському читачу. В даному випадку найкраще використати фразеологічний аналог присутній в українській мові – “курочка встала – місце пропало”, який хоч і не передає національного колориту, але досить точно відображає комунікативну інтенцію автора.

Отже, переклад ФО часто викликає проблеми у перекладачів-практиків. Помилки перекладачів можуть бути обумовлені наступними факторами: подібність фразеологізмів до вільних словосполучень, асоціативна схожість фразеологізмів, авторство фразеологізму, національно-культурне забарвлення фразеологізмів та варіативність іспанської мови в залежності від регіону чи країни. Причини типових помилок, що допускаються при передачі ФО з іспанської мови на українську, в більшій мірі, екстралінгвістичні, наприклад, недостатня компетентність перекладача (як в лінгвістиці та фразеології іноземної мови, так і в лінгвістиці та фразеології рідної мови), місце і час перекладу, невміння розпізнавати ФО в тексті, відсутність достатнього часу для пошуку фразеологічних еквівалентів чи аналогів тощо. Перекладачу слід пам'ятати про ці проблеми та типові помилки, коли він здійснює переклад фразеологізмів, оскільки це допоможе йому прийняти правильне рішення та підібрати найбільш точний варіант перекладу.

### ***3.3. Переклад іспанських фразеологізмів зі значенням кольору на українську мову***

Як зазначалося у попередньому підрозділі, переклад фразеологічних одиниць з однієї мови на іншу передбачає значні труднощі. Це пов'язано з тим, що фразеологізми є яскравими, образними, лаконічними, а дуже часто ще й багатозначними одиницями мови. При перекладі потрібно не тільки передати сенс фразеологізму, а також відобразити його образність, не втративши при цьому його стилістичну функцію.

Основною особливістю фразеологізмів, на думку багатьох сучасних дослідників, є часткова або повна невідповідність плану змісту до плану вираження, що визначає

специфіку фразеологічної одиниці [20, с.127], і це, безумовно, впливатиме на вибір прийомів та способів їх перекладу.

Також важливо знати походження фразеологічної одиниці, щоб зуміти якнайкраще передати її сенс в мові перекладу. Історичне фон на якому виник той чи інший фразеологізм, його автор та, навіть, історія життя його автора можуть допомогти краще зрозуміти сенс та конотативний відтінок фразеологізму, що в свою чергу допоможе здійснити більший точний переклад.

Крім того, оскільки мова йде про переклад фразеологізмів зі значенням кольору, то варто брати до уваги, здавалося б такі дрібні речі як ставлення народу до певного кольору, історія того чи іншого кольору, значення кольору в семантиці обох мов. Без цього часто неможливо зрозуміти значення фразеологізму, зуміти віднайти його в тексті і правильно передати його зміст.

Оптимальне перекладацьке рішення при перекладі фразеологізмів – це пошук ідентичної фразеологічної одиниці в мові перекладу. Саме за допомогою фразеологічного еквіваленту можна якнайкраще передати зміст фразеологізму і відобразити його образність, при цьому не втративши стилістичну функцію фразеологізму. Проте варто зауважити, що кількість таких безпосередніх еквівалентів між українською та іспанською мовами вельми обмежена, оскільки ці два народи та їх культури не досить часто перетиналися в своїй багатовіковій історії.

Варто нагадати, що фразеологічні еквіваленти поділяються на повні та часткові. Під повним еквівалентом розуміється ФО в мові-реципієнті, яка заснована на подібному образі і має таке ж саме значення, що і ФО мови-рецептора [22, с.8]. До часткових еквівалентів науковці відносять фразеологізми, що мають деякі незначні лексичні та граматичні розбіжності, які, при цьому, не змінюють зміст виразу.

В ході аналізу було виділено такі фразеологічні еквіваленти.

Повні еквіваленти:

*blanco como la nieve* – білий як сніг;

*blanco como el papel* – білий як папір;

*blanco como un fantasma* – білий як привид;  
*negro como el carbon* – чорний, як вугілля;  
*el día negro* – чорний день;  
*más negro que la muerte* – чорніший за смерть;  
*mercado negro* – чорний ринок;  
*viuda negra* – чорна вдова;  
*rojo como sangre* – червоний, як кров;  
*más rojo que el fuego* – червоніший за вогонь;  
*más rojo que el sol* – червоніший за сонце;  
*más rojo que un tomate* – червоніший за помідор;  
*ponerse rojo* – почервоніти;  
*rojo como un cangrejo* – червоний, як рак;  
*estar verde* – бути зеленим;  
*ponerse verde de envidia* – позеленіти від заздрощів;  
*prensa amarilla* – жовта, скандальна преса (Існує кілька версій щодо походження цього виразу. Згідно з однією з них, назва походить від кольору газет, що друкувалися на дешевому папері. За іншою версією, виникнення пов'язане з суперечками між газетами через американський комікс “Жовтий малюк” в 1896 році. Ервін Уордмен, редактор “New York Press”, надрукував у своєму журналі статтю, в якій презирливо назвав обидві конкуруючі газети “жовтою пресою”. З тих пір вислів став крилатим.);  
*tener un corazón de oro* – мати золоте серце;  
*tener sangre azul* – мати блакитну кров (Цей вислів з'явився в середовищі іспанської аристократії в Кастилії. Аристократи пишалися тим, що їхні предки ніколи не вступали в шлюби з маврами, і про це свідчила їх світла шкіра з блакитними венами);  
*verlo todo de color de rosa* – бачити все в рожевому кольорі.

Часткові еквіваленти:

*mentira blanca* – брехня на благо;  
*delito de guante blanco* – білокомірцева злочинність (Такі злочини скоюють не

забруднюючи руки (звідси посилання на колір рукавички), без погроз, використання сили або зброї. Прикладом таких злочинів є крадіжки, фальшивомонетництво або розкрадання бюджету);

*ser un mirlo blanco* – бути білою вороною;

*suerte negra* – гірка доля;

*dinero negro* – брудні гроші;

*ser la oveja negra* – бути паршивою вівцею;

*años verdes* – молоді роки;

*valer su peso en oro* – на вагу золота;

*de noche todos los gatos son pardos* – вночі всі коти сірі (У сутінках людина слабо розрізняє кольори, бурий колір виглядає більш яскраво і буде виглядати, наприклад, так само, як і сірий колір);

*ser una persona gris* – бути сірою мишкою.

При відсутності безпосередніх еквівалентів фразеологізм можна перекласти шляхом пошуку фразеологічного аналога, що має таке ж значення, але оснований на іншому словесному образі. При цьому слід пам'ятати про те, що нерідко подібні за значенням, але різні за формою фразеологізми в різних мовах мають різне емоційно-асоціативне забарвлення і не завжди є взаємозамінними.

Фразеологічні аналоги:

*dar en el blanco* – влучити в ціль, потрапити в яблучко;

*tener la negra* – чорна смуга;

*en blanco y negro* – чорним по білому;

*a pintar la ciudad de rojo* – пити-гуляти;

*venía el villano vestido de verde* – потрапити на гачок (Даний фразеологізм приписують Ізабеллі Кастильській. Відповідно до історії, Ізабелла не любила часник, який дуже любив її чоловік, і який їй одного раз подали в тарілці, а зверху прикрасили зеленню петрушки. Побачивши це, королева сказала знамениту фразу, презирливо відгукуючись про часник: “Приходить простолудин, одягнений в зелене”);

*viejo verde* – пристарілий ловелас;

*príncipe azul* – принц на білому коні;

*irse de picos pardos* – гуляти як в останній раз;

*pasar la noche en blanco* – не зімкнути очей (Цей вираз пов'язаний з ритуалом деяких лицарських орденів, в яких було потрібно, щоб кандидат “в білому” провів ніч в церкві або каплиці і не спав. “У білому” – тому, що майбутні лицарі були одягнені в білі туніки, символ духовної чистоти);

*ser un lila* – Іванко-дурник;

*pasar de castaño oscuro* – за рамками розумного;

*media naranja* – друга половинка.

Дуже часто бувають випадки коли в українській мові відсутні ідентичні або аналогічні фразеологічні одиниці, і їх неможливо перекласти дослівно. В такому випадку застосовується переклад-пояснення переносного значення фразеологізму, тобто за допомогою трансформації стійкого словосполучення у вільне. При такому перекладі фразеологізми втрачають свої образно-асоціативні властивості (описовий переклад):

*estar sin blanca* – не мати грошей (Історія цього виразу пов'язана з монетою “*la blanca*” (біла), яка була виготовлена з срібла і міді. Вона називалася “*Blanca del Agnus Dei*” і виготовлялася в 1386 році за часів царювання Хуана I Кастильського. З плином часу монета була знецінена і її почали викарбовувати лише з міді, через що вона стала дуже дешевою);

*ir de punta en blanco* – причепуритися; вирядитися; гарно вбратися;

*dar carta blanca* – давати повну свободу дій;

*un elefante blanco* – дорога дрібничка, дорога річ, яка не приносить користі (Раніше в Таїланді священні слони були символом справжньої влади. Чим більше слонів мав король, тим вищим був його статус. Королям часто дарували білих слонів, погашаючи борги. Це був чудовий подарунок, але незабаром з'ясувалося, що витрати на їх прожиток були дуже високими. Звідси і виник цей вислів);

*quedarse en blanco* – забувати;

*las cosas se están poniendo negras* – стан справ погіршується;

*estar de un humor negro* – перебувати в поганому настрої;

*verse las negras* – зазнати нещастя (Історія цієї ідіоми сягає давніх часів. Жителям Стародавньої Греції випадала нагода зайняти державну посаду, довіряючи долі, граючи всліпу. Це було жеребкування, система витягування куль. Білі кулі означали удачу, а чорні – невезіння. Таке магичне тлумачення існувало якийсь час, в результаті чого з'явився вираз “*verse las negras*”, тобто доторкання людиною до чорної кулі. У розмовній мові ця фраза вказує на нещастя кого-небудь в якихось речах, якого людина зазнає випадково);

*ponerse negro* – розсердитися;

*novela negra* – детективний роман;

*hace un frío negro/hace un calor negro* – екстремальний холод/спека;

*poner negro a uno* – побити когось до напівсмерті;

*al rojo vivo* – розпечений, розжарений;

*estar al rojo* – розсердитися;

*operar con números rojos* – працювати зі збитками (Італійські бухгалтери використовували червоні чорнила, щоб вказувати людям на їхні борги. В наші дні банківські менеджери червоним чорнилом повідомляють про те, що перевищено кредит);

*estar en números rojos* – мати заборгованість;

*chiste verde* – вульгарний жарт;

*cuento verde* – непристойна розповідь;

*a buenas horas, mangas verdes* – допомога з запізненням, яка вже не принесе користі (Цей вираз прийшов до нас з середніх віків. Він означає допомогу із запізненням, коли вона марна і вже не потрібна. Цей фразеологізм має наступну історію. В середні віки існував суд “*Santa Hermandad*” – “Святе Братство”, функція якого полягала в засудженні і покаранні за злочини, що здійснюються під відкритим небом, поза селами та містами. Королева Ізабелла I налагодила систему даної установи в 1476 році для того, щоб

привести в порядок країну, роздроблену війнами і грабежами неконтрольованих найманих солдатів, які бродили по країні. Члени “Святого Братства” носили уніформу – шкіряна куртка з зеленими рукавами. Дана армія заробила репутацію “непунктуальної”, так як вона приїжджала на місце, коли злочин уже було скоєно. Народ дорікав їй, кажучи: “У хороші часи, зелені рукава!”, тим самим пустивши в обіг дану фразу.);

*poner verde a alguien* – поширювати погані думки про когось;

*estar verde en algo* – бути недосвідченим в чомусь;

*ser un pico de oro* – дуже гарно говорити;

*el cerebro gris* – особа, яка відіграє важливу роль, але залишається в тіні;

*estar morado* – напиться;

*pasarlas moradas* – важкі обставини, які доводиться долати;

*ponerse morado* – об’їстися, обжертися;

*erudite a la violeta* – бути невігласом;

*el peso de la púrpura* – велика відповідальність;

*sepulcro blanquead* – лицемірний, помилковий (Цей фразеологізм пов’язують з наступною традицією. У євреїв, які жили в Іспанії здавна, була звичка білити могили в знак чистоти, щоб їх було добре видно, і ніхто на них не наступав);

*estar color de hormiga* – неприємний (про ситуацію);

*no pasa naranja* – все в порядку;

*prensa rosa* – періодичні видання, що публікують інформацію про особисте життя відомих людей;

*un marrón* – проблема.

Також допустимим прийомом при перекладі фразеологізмів, хоча і менш ефективним, є калькування, послівний переклад. Іноді таким чином вдається впровадити в мову перекладу і навіть в культуру новий фразеологічний вираз:

*vivir en la torre de marfil* – жити в башті кольору слонової кістки;

*cuento de color de rosa* – розповідь рожевого кольору;

*la bestia negra* – чорний звір (Так називають постійного ворога або людину, яка створює

проблеми і перешкоди, або підбурює інших людей до поганих вчинків. Можливо, відноситься до образу диявола в середньовічних склепіннях, в яких з'являлася істота, схожа на вовка або дракона чорного кольору).

Таким чином, в ході виконання практичної частини дослідження було з'ясовано, що найбільш часто використовуваними способами перекладу фразеологізмів зі значенням кольору є пошук фразеологічних еквівалентів та фразеологічних аналогів, калькування та описовий переклад, якому відводиться особлива роль, оскільки, фразеологічний склад досліджуваних мов сильно відрізняється, що приводить до унеможливлення використання еквівалентів чи аналогів, а калькування не завжди може передати правильну конотацію фразеологічних одиниць. Також, особливу роль під час перекладу варто уділяти історії та походженню ФО, так як, інколи, без цього просто неможливо правильно передати переносне значення фразеологізмів.

### **Висновки до розділу 3**

Оволодіння фразеологією є важливим аспектом у вивченні іноземної мови. Формування фразеологічної компетентності – досить складний аспект у вивченні іспанської мови, тому до цього завдання потрібно підходити добре підготовленим. Правильне розуміння та трактування ФО є невід'ємною частиною вивчення іспанської мови, без якої неможливо уявити повноцінне використання даної іноземної мови.

Переклад ФО є одним з найбільш важких завдань для перекладача. Помилки перекладачів можуть бути обумовлені різноманітними факторами: подібність фразеологізмів до вільних словосполучень, асоціативна схожість фразеологізмів, авторство фразеологізму, національно-культурне забарвлення фразеологізмів та варіативність іспанської мови в залежності від регіону чи країни. Причини типових помилок, що допускаються при такому перекладі бувають різними: недостатня компетентність перекладача, невміння розпізнавати ФО в тексті, відсутність



достатнього часу для пошуку фразеологічних еквівалентів чи аналогів тощо.

Також, було з'ясовано, що найбільш доречними способами перекладу фразеологізмів зі значенням кольору є: пошук фразеологічних еквівалентів, фразеологічних аналогів, калькування та описовий переклад. Крім того, важливу роль під час перекладу відіграє історія та походженню ФО, тому на них слід звертати особливу увагу.

## ВИСНОВКИ

Отже, в процесі написання даної роботи було поставлено та вирішено низку завдань. Зокрема, було проаналізовано, що собою являє ФО та якими особливими ознаками та характеристиками вона володіє. Серед таких основних ознак можна виділити:

1. структурну розчленованість;
2. стійкість граматичної структури;
3. семантичну еквівалентність слову;
4. відтворюваність.

Далі було розглянуто різні класифікації фразеологізмів у досліджуваних мовах, зокрема семантичну, генетичну, граматичну та функціональну класифікації. Потім було визначено головні способи перекладу ФО та, власне, особливості, що впливають на вибір того чи іншого методу перекладу. Особливу увагу варто приділяти лексичним, граматичним та національним особливостям ФО.

Важливими етапом роботи став аналіз кольору як об'єкта лінгвістичних досліджень та подальший детальний аналіз значення кольорів в історії людства і, як наслідок, їх впливу на семантику фразеологізмів. Виявилось, що кожен колір протягом історії не раз змінював своє конотативне забарвлення, постійно вбираючи в себе нові значення та втрачаючи попередні, що в результаті призвело до створення великої кількості фразеологізмів, які містять компонент кольору.

Крім того, було досліджено формування фразеологічної компетентності студентів при вивченні іспанської мови, розроблено головні етапи такого формування та наведено приклади вправ, які викладачі можуть використати при виконанні цього нелегкого завдання.

Завершальний та ключовий етап даної роботи було присвячено перекладу іспанських фразеологізмів зі значенням кольору на українську мову, а також дослідження типових помилок при перекладі фразеологізмів в цілому. Було визначено,

що найбільш доречними та часто використовуваними методами є пошук фразеологічних еквівалентів та фразеологічних аналогів, калькування та описовий переклад. Останньому виділяється виняткова роль, оскільки, фразеологічний склад іспанської та української мов дуже сильний відрізняється, що призводить до відсутності фразеологічних аналогів та еквівалентів у мові перекладу, а калькування може спотворити конотацію фразеологізму. До того ж, варто приділяти особливу увагу походженню фразеологізму, щоб зуміти підібрати правильний переклад. Серед типових помилок при перекладі фразеологізмів варто виділити наступні:

1. Невміння відрізнити ФО від вільного сполучення і, як наслідок, дослівний переклад фразеологізму, який буде вважатися помилкою.

2. Асоціативна схожість фразеологізмів, що призводить до того, що перекладач неправильно розуміє значення одного із фразеологізмів.

3. Не врахування перекладачем авторства та національно-культурного забарвлення фразеологізму, що спричиняє спотворення значення ФО і нерозуміння читачем перекладеного тексту.

4. Фразеологізми з однаковим значенням можуть відрізнитися за формою в залежності від регіону в якому розмовляють іспанською мову. Дуже часто перекладачі забувають про той факт, що іспанська мова є рідною не лише в Іспанії.

Результати досліджень можна використати при викладанні студентам таких предметів як лексикографія, загальна теорія перекладу та зіставне мовознавство. Етапи та вправи на формування фразеологічної компетентності, які були розроблені під час дослідження, можна застосувати при вивченні такого спецкурсу як фразеологія іспанської мови. Крім того, матеріали аналізу перекладу фразеологізмів зі значенням кольору можуть бути використані при складанні навчального посібника з фразеології двох мов.

Останнім часом з'явилося чимало книг та брошур, тематичних збірників, безліч статей, в яких, так чи інакше, висвітлюється проблематика фразеології, зокрема проблема перекладу фразеологізмів. Інтенсивна праця привела до появи відчутних

результатів. Якщо на початку розвитку даної науки дослідники нерідко обмежувалися чисто інтуїтивними критеріями, то в більш пізніх роботах відчутно прагнення дослідити дану проблему якомога чіткіше та детальніше. Однак, проблема перекладу ФО, а особливо фразеологізмів зі значенням кольору, все ще залишається відкритою для вивчення. Подальше дослідження перекладу фразеологізмів зі значенням кольору допоможе перекладачам у майбутньому краще передавати зміст текстів різноманітного спрямування і, як то кажуть: “Не сісти в калюжу, а бути на коні”.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авербух, К. Я. & Карпова О. М. (2009). *Лексические и фразеологические аспекты перевода: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений*. Москва: Издательский центр «Академия»
2. Алимбиева, Р. В. (2014). *Семантическая структура слова «белый»*. Санкт-Петербург
3. Архангельский, А. В. (1985). *Фразеология*. Москва: Высшая школа.
4. Балли, Ш. (2001). *Французская стилистика*. Москва: Эдиториал.
5. Баран, Я. А. & Зимомря М. І. (1999). *Теоретичні основи фразеології*. Ужгород
6. Баранник, Д. Х. (1958). *Фразеологія в усному монологічному мовленні. Питання мовної культури*. Київ
7. Бархударов, Л. С. (1975). *Язык и перевод*. Москва: Международные отношения
8. Булаховский, Л. А. (1952). *Введение в языкознание*. Москва: Учпедгиз
9. Василевич, А. П. (2015). *Исследование лексики в психолингвистическом эксперименте*. Москва: Наука
10. Вендина, Т. И. (2015). *Введение в языкознание: учебник для академического бакалавриата*. Москва: Юрайт
11. Верещагин, Е. М. & Костомаров В. Г. (1983). *Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного*
12. Виноградов, В. В. (2001). *Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы)*. Москва: Изд-во ин-та общего среднего образования РАО
13. Виноградов, В. В. (2011). *Об основных типах фразеологических единиц в русском языке*. Москва
14. Виноградов, В. С. (2003). *Лексикология испанского языка: Учебник* Москва: Высш. школа
15. Воропай, О. І. (1993). *Звичаї нашого народу: Етнографічний нарис* – К.: Оберіг
16. Добрыднева, Е. А. (2000). *Коммуникативно-прагматическая парадигма*

*русской фразеологии*. Волгоград

17. Єрмоленко, С. Я. (1999). *Нариси з української словесності (стилістика та культура мови)*. Київ: Довіра

18. (2005). *Загальноєвропейські компетенції володіння іноземною мовою: Вивчення, навчання, оцінка*. Департамент з мовної політики, Страсбург. Москва, МГЛУ. Режим доступу до ресурсу: <https://dereksiz.org/obsheevropejskie-kompetencii-vladeniya-inostrannim-yazikom-izu.html>

19. Зацепина, К. Д. (2015). *Изучение глагольных фразеологизмов на занятиях по русскому языку как иностранному*. Гуманитарный вестник, 5, 20.

20. Казакова, Т. А. (2006). *Практические основы перевода: English = Russian: учебное пособие*. Санкт-Петербург: Союз

21. Крисаченко, В.С. (1996). *Екологічна культура: теорія і практика: навч. посібник*. К.: Заповіт

22. Кунин, А.В. (2005). *Курс фразеологии современного английского языка: учеб. пособие*. Дубна: Феникс+

23. Кунин, А. В. (1964). *О переводе английских фразеологизмов в англо-русском фразеологическом словаре*. Тетради переводчика, 2, 3–19

24. Курчаткина, Н. Н. & Супрун А. В. (1981). *Фразеология испанского языка: Учеб. пособие для институтов и факультетов иностр. яз.* Москва: Высш. Школа

25. Ларин, Б. А. (1956). *Очерки по фразеологии. Очерки по лексикологии, фразеологии и стилистике*. Ученые записки, 198, 5–37.

26. Лекант, П. А. (1968). *К проблеме разграничения фразеологизма и нефразеологизма. Проблема устойчивости и вариативности фразеологических единиц*. Тула, 1, 112

27. Миронова, Л. Н. (1984). *Цветоведение*. Минск: Высшая школа

28. Поливанов, Е. Д. (1928). *Введение в языкознание для востоковедных вузов*. Л.: Восточный институт.

29. Поливанов, Е. Д. (1928). *Русский язык сегодняшнего дня. Книга четвертая*.

Л.: Государственное издательство

30. Прохоров, Ю. Е. (1995). Лингвострановедение. Культуроведение. Страноведение. Теория и практика обучения русскому языку как иностранному. М.: ИРЯП

31. Рецкер, Я. (1974). *Теория перевода и переводческая практика*. М.: Международные отношения

32. Серебрянников, Б. А. & Кубрякова Е. С. & Постовалов В. И. (1988). *Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира*. М: Наука

33. Скрипник, Л. Г. (1973) *Фразеологія української мови*. К.: Наукова Думка

34. Солодуб, Ю. П. (2012). *К проблеме сопоставительного исследования фразеологической картины мира различных народов: фразеологическая модель, образно мотивирующая на основе ирреальности ситуации семантику невозможности*. ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2, 359 с.

35. Сорохан, Г. (2010). *Колоратив чорний у фразеології як вияв ментальності нації*. Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/5\\_PNW\\_2010/Philologia/59231.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Philologia/59231.doc.htm).

36. Ставицька, Л. О. (2006). *Дискурс помаранчевої хвилі*. Дивослово, 1

37. Ставицька, Л. О. (2001). *Естетика слова в українській поезії 10–30 рр. ХХ ст.* К.: Правда Ярославичів

38. Телия, В. Н. (1988). *Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция*. М.: Наука

39. Телия, В. Н. (2003). *Фразеологизм. Русский язык: Энциклопедия*. М: Наука

40. Ужченко, В. Д. & Ужченко Д. В. (2005). *Фразеологія сучасної української мови: посібник*. Луганськ: Альма-матер

41. Уралова, Л. А. (2003). *Фразеологическая компетенция в условиях межкультурного общения. Полифония образования и англистика в мультикультурном мире*. М.: МГЛУ

42. Флорин, С. & Влахов, С. (1980). *Непереводимое в переводе*. М.:

## Международные отношения

43. Фрумкина, Р. М. (2011). *Цвет, смысл, сходство*. Москва: Наука
44. Цзан Вэньцзянь (2009). Лингводидактическая система формирования фразеологической компетенции китайских русистов: на материале русских соматических фразеологизмов. Москва. Режим доступа до ресурсу: <http://www.dslib.net/teoria-vospitania/lingvodidakticheskaja-sistema-formirovanija-frazeologicheskoi-kompetencii-kitajskih.html>
45. Шанский, М. М. (1996). *Фразеология современного русского языка: Учеб. пособие для вузов по спец. "Русский язык и литература"*. СПб.: Специальная Литература
46. Швейцер, А.Д. (1988). *Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты*. М.: Наука
47. Casares, J. (1950). *Introducción a la lexicografía española*. Madrid: CSIC
48. Goethe, J. (1992). *Teoría de los colores*. Madrid: Editorial Aguilar
49. Hallsteinsdóttir, E. (2001). *Das Verstehen idiomatischer Phraseologismen in der Fremdsprache Deutsch*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač
50. Heimendahl, E. (1961). *Licht Und Farbe: Ordnung Und Funktion Der*. Berlin: Walter de Gruyter.
51. Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili
52. Kay, P. & Berlin, B. (2010). *Basic color terms. Their Universality and Evolution*. Los Angeles.
53. Pastoureau, M. & Dominique, S. (2006). *Breve historia de los colores*. Buenos Aires: Ediciones Paidós
54. Pastor, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid : EditorialGredos
55. Portal, F. & Gutiérrez F (1996). *El simbolismo de los colores en la antigüedad, la edad media y los tiempos modernos*. Palma de Mallorca: José J. de Olañeta
56. Varichon, A. & Dominique S. (2009). *Breve historia de los colores. Historia de su significado y fabricación*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili



57. Whorf, B. (1933). *The Phonetic Value of Certain Characters in Maya Writing*. Cambridge
58. Zuluaga, A. (1980). *Introducción al estudio de las expresiones fijas*. Berna: Peter Lang
59. Zuffi, S. (2012). *Color in Art*. New York: Abrams.

### **СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

60. Азимов, Э. Г. & Щукин А. Н. (2009). *Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам)*. М: ИКАР
61. Прохоров, А. М. (2014). *Большая советская энциклопедия*. Москва: Советская энциклопедия

## RESUMEN

El tema de la tesis es “Unidades fraseológicas con el significado del color en el aspecto de la traducción”.

La relevancia del estudio de este tema se debe a que el uso de unidades fraseológicas (UF), en particular aquellas que contienen el significado del color, es un medio bastante común de expresión de diversas imágenes, especialmente cuando se trata de literatura. Al reflejar las peculiaridades nacionales y culturales, las UF ayudan a percibir la información de otra manera, afectan la imaginación humana. Hacen que el texto sea más interesante y expresivo. Sin embargo, estas unidades suelen ser una trampa para los traductores. Su significado es claro para los hablantes nativos, pero es posible que no se registre en los diccionarios y que las personas para quienes el idioma no es nativo no lo entiendan. Por tanto es muy importante poder reconocer las UF en el texto y encontrar la solución de traducción óptima, así como tener en cuenta los matices de la traducción de unidades fraseológicas para evitar errores, pues incluso un pequeño error en la traducción puede llevar a la pérdida de la idea escrita por el autor.

El objetivo del trabajo es analizar la fraseología con el significado del color en el aspecto de la traducción. Según el propósito del trabajo, se siguen las siguientes tareas:

1. definir el concepto de UF, identificar las principales características y considerar diferentes clasificaciones de UF;
2. indicar los principales métodos de traducción de UF;
3. investigar los diferentes significados de los colores y su influencia en la UF;
4. analizar el aspecto práctico de la traducción de UF con el significado del color del español al ucraniano;
5. identificar errores típicos en la traducción de UF.

El material ilustrativo para la parte práctica fue la fraseología española con el significado del color tomado de varias fuentes de Internet, entre ellas: [quetal.com.ua](http://quetal.com.ua), [profedeele.es](http://profedeele.es), [tlcdenia.es](http://tlcdenia.es), etc., se estudiaron un total de 80 fraseologismos.

El primer capítulo de la tesis examina los aspectos teóricos del estudio de las unidades fraseológicas, en particular sus rasgos diferenciales, clasificaciones en español y ucraniano, así como las características y métodos básicos de su traducción. El segundo capítulo está dedicado al estudio del color y la influencia de su significado en la semántica de las unidades fraseológicas. La tercera y principal etapa de este trabajo estuvo dedicada a la traducción de unidades fraseológicas del español con el significado de color al ucraniano, así como al estudio de errores típicos en la traducción de unidades fraseológicas en general.

Se concluyó que los métodos más apropiados y utilizados en la traducción de fraseología con el significado de color son la búsqueda de equivalentes fraseológicos y análogos fraseológicos, el calco y la traducción descriptiva. Este último tiene un papel excepcional, porque las composiciones fraseológicas de los lenguajes comparados son muy diferentes, lo que a menudo conduce a la ausencia de analogías y equivalentes fraseológicos, y el rastreo puede distorsionar la connotación de fraseología. Además, los traductores deben prestar especial atención al origen de la fraseología para poder elegir la traducción correcta.

Los resultados obtenidos en el estudio son una contribución al desarrollo de disciplinas como la lexicografía, la teoría general de la traducción y la lingüística comparada. Por otro lado, estos resultados pueden ser utilizados en el desarrollo de un curso especial de fraseología española, en la enseñanza de un curso práctico de traducción en la universidad, así como en la elaboración de un manual sobre fraseología de dos idiomas.