

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра китайської філології

Курсова робота з китайської філології

на тему:

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З
КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРУ В КИТАЙСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ**

Студентки групи Пкит 07-20

факультету східної і слов'янської філології

денної форми навчання

Освітньої програми

Китайська мова і література та переклад,

західноєвропейська мова

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.065 Східні мови

та літератури (переклад включно),

перша - китайська

Турчановської Дарини Олегівни

Науковий керівник:

к. ф. н., доц. Беля В. В.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ВИРАЗІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ ЛІНГВІСТИЦІ	5
1.1. Підходи до визначення терміну “фразеологізм” у сучасному мовознавстві.....	5
1.2. Компонент кольору у складі фразеологізму: сутність та структурні властивості	10
Висновки до Розділу 1	15
РОЗДІЛ 2. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ВИРАЗІВ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРУ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА КИТАЙСЬКОЇ МОВ.....	17
2.1. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом кольору в китайській мові	17
2.2. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом кольору в англійській мові	25
Висновки до Розділу 2	31
ВИСНОВКИ	33
АНОТАЦІЯ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37

ВСТУП

Кожна мова світу має свої особливості. Фразеологія, безумовно, є скарбницею народу, яка відображає його мудрість, культуру, світосприйняття, історію, традиції, звичаї, сподівання та ідеали. Фразеологізми – це не тільки окремі слова чи вирази, але й складові частини мовної культури. Фразеологізми використовуються в мовленні повсякденно і безпосередньо впливають на зміст та емоційний настрій висловлювання. Тому вивчення фразеологізмів є важливим кроком у збагаченні мовленнєвого доробку, розумінні культурних традицій та поглибленні знань про мову.

Основні теорії фразеології були розроблені такими вченими, як Ш. Баллі, Ма Гофань, Ши Ши, Ні Баоюань, Шао Цзінмін, Чжан Цзін, Ян Чжун, Ге Пенї. Також цю галузь мовознавства активно досліджували і продовжують досліджувати вітчизняні мовознавці такі як Г. Рабош, В. В. Денисюк, О. М. Шевченко, О. Потебня, Д. Ганич, І. Олійник, В. М. Білоноженко

Вивчення фразеологічних зворотів із компонентом кольору свідчить, що розвиток значення понять зумовлений не тільки лінгвістичними чинниками. Існують і екстралінгвістичні чинники, що вплинули тією чи іншою мірою. Значення слів із компонентом кольору у фразеологізмах розвивалися від конкретного до абстрактного, причому, у будь-якому разі необхідно враховувати конотацію, яка іноді не збігається зі значенням того чи іншого кольору. Відповідно, будь-яке слово, що позначає колір, має символізм, якщо воно вживається у фразеологізмі.

Актуальність нашого дослідження обумовлена відсутністю наукових досліджень в контексті порівняння двох культур: Заходу і Сходу. Ці культури розвивали окремо одна від одної, вони мають різні духовні та матеріальні цінності. Саме тому важливо дослідити відображення світогляду носіїв китайської та англійської мови через призму порівняльного аналізу фразеологічних одиниць з компонентом кольору.

Метою роботи є порівняльний аналіз фразеологізмів з компонентом кольору у китайській та англійській мовах.

Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань:

- встановити сутність поняття “фразеологізм” та підходи до визначення цього поняття;
- дослідити місце колоративного компонента у складі фразеологізму;
- розглянути структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом кольору в китайській та англійській мовах;
- здійснити порівняльний аналіз структурно-семантичних відмінностей фразеологізмів з компонентом кольору у китайській та англійських мовах.

Об’єкт дослідження – китайські та англійські фразеологізми з компонентом – колоронімом.

Предмет дослідження – структурно–семантичні особливості китайських та англійських фразеологізмів з колоративним компонентом

Фактичний матеріал роботи становлять фразеологічні вирази з компонентом кольору укладені шляхом суцільної вибірки зі словників китайської та англійської мов.

Специфіка теми, завдань і матеріалу роботи зумовили комплексний підхід до вибору методів і прийомів дослідження, а саме: метод суцільної вибірки, описово–аналітичний метод, порівняльний метод, контекстуально–інтерпретаційний метод , метод компонентного аналізу.

Наукова новизна нашого дослідження на тему полягає в тому, що був проведений порівняльний аналіз фразеологічних виразів з компонентом кольору в англійській та китайській мовах, що не було досліджено раніше.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їхнього використання при розробці курсів лекцій та семінарів з лінгвістики. Крім того, порівняльний аналіз фразеологічних виразів може допомогти розумінню культурних особливостей та способів мислення в різних країнах, що є надзвичайно цінним для студентів нашого університету.

Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи – 40 сторінок, використаних джерел – 34 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ВИРАЗІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Підходи до визначення терміну “фразеологізм” у сучасному мовознавстві.

Фразеологізм є своєрідним мовним знаком, що становить основу національного обличчя будь-якої мови. Це пояснюється тим, що на відміну від інших мовних одиниць у ньому виявляється специфічний національний колорит, особливості образного народного мислення, національне сприйняття “мовного образу світу”, віддзеркалення характерних особливостей культури і побуту, народних звичаїв, історичного минулого тощо.

У сфері мовознавства існує багато різних підходів до визначення терміна “фразеологізм”. Дане поняття має безліч різноманітних визначень, і жодне з них не вважається єдиним правильним. Лінгвісти використовують різні терміни, такі як “ідіома”, “фразеологічний зворот”, “фразеологічна одиниця”, “фразема” та інші, для опису фразеологізмів. Ця розбіжність у термінах свідчить про складність установаження однозначного та загальновизнаного визначення фразеологічної одиниці. (Арделян, 2015)

В “Словнику фразеологізмів української мови” В. М. Білоноженко (2003) концепція фразеологічної одиниці ґрунтується на розумінні її як стійкого словосполучення з постійним складом компонентів, яке втрачає лексичну самостійність і має цілісне фразеологічне значення, що формується переважно шляхом переосмислення вільного словосполучення та функціонує як частина речення.

В енциклопедії української мови подається наступне визначення: “Фразеологізм, фразеологічна одиниця, фразеологічний зворот, фразема – нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, який своїм виникненням і функціонуванням зобов’язаний фраземотворчій взаємодії

одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів. Наприклад: “Не за горами (швидко, незабаром), лебедина пісня (останній вияв таланту)”.

Д. Ганич та І. Олійник (1985) у своєму “Словнику мовних термінів” зазначають, що “фразеологічна одиниця (фразеологізм) – це лексико-граматична єдність, яка відноситься до складних виразів, що включає в себе два або більше компонентів, які мають граматичну організацію, подібну до словосполучення або речення, є лексично неподільними, стійкими у своєму складі та структурі, і мають цілісне значення, що передається у мовленні”.

В. Д. Ужченко та Д. В. Ужченко (2005) у своєму посібнику зазначають, що О. Потебня зробив значний внесок у розвиток фразеології. Його дослідження вважаються невід’ємною частиною сучасної фразеологічної науки. Він розглядав приповідки як фразеологізми, аналізуючи їх як образні мовні одиниці, зокрема, у контексті походження та відображення народного життя. Сьогоднішні терміни, такі як “фразеологізм”, “ідіома”, “фразеологічна одиниця” використовуються для позначення його понять, які він називав “приповідками”, “приказками” або “постійними сполученнями слів”. В. В. Денисюк (2015) звертає увагу на те, що цей науковець визначав приповідку як “елемент байки чи прислів’я, що почасти походить із прислів’я та байки як рештка, їх недорозвинена форма”.

О. М. Шевченко (2010) визначає фразеологічний зворот як стійке зв’язне поєднання слів, де окремі слова втрачають свої індивідуальні лексичні значення і утворюють нове смислове ціле. Такі фразеологізми, наприклад, “накивати п’ятами”, “сушити весла”, відрізняються від вільних словосполучень, які ми утворюємо у мовленні за необхідності, де кожне слово зберігає своє самостійне значення, наприклад, “читати журнал”, “дивитися відео” тощо.

Слово “ідіома” походить від давньогрецького слова “idiom”, що означає “своєрідність, особливість, особливий вираз”. В англо-китайському Оксфордському словнику термін “ідіома” описується як фраза або речення, чиє значення не можна зрозуміти з окремих слів і яке потребує вивчення як єдиної цілості. (Kleeman, 2010)

У своїй статті Г. Рабош (2015) описує дослідження фразеології швейцарського вченого Ш. Баллі, який одним із перших намагався знайти наукове пояснення

важливості системного та спеціального вивчення фразеологізмів, як виняткових стійких словосполучень у мові, зосереджувався на важливих питаннях мовознавства, які були дуже важливими для фразеології як науки та залишаються актуальними й нині.

У своїй роботі Ш. Балі (1935) вивчає фразеологізми як стійкі комбінації слів з різним рівнем граматичної та лексичної зв'язності. Він розрізняє зовнішні та внутрішні ознаки фразеологізмів, де зовнішні ознаки відносяться до структурних особливостей фразеологічних виразів, а внутрішні ознаки стосуються семантичних особливостей. При цьому він зазначає, що лише внутрішні ознаки мають вагоме значення і відіграють домінуючу роль, тоді як зовнішні навпаки, і саме на цій основі науковець здійснював свої дослідження.

Незважаючи на велику кількість двомовних та тлумачних фразеологічних словників в Китаї, місце фразеології в китайській лінгвістичній науці залишається недостатньо вивченим. У китайській фразеології існує “широке” та “вузьке” розуміння фразеологічної одиниці. У 1950-60-х роках у китайському мовознавстві для позначення фразеології у “широкому” значенні використовувався термін 成语 chéng yǔ – ченьюй. З кінця 1970-х років у лінгвістичних дослідженнях з лексикології китайської мови почав зустрічатися термін 熟语 shú yǔ – шуюй, що набув статусу загальноприйнятної назви різних фразеологізмів у широкому значенні, особливо як розділ китайського мовознавства, орієнтований на вивчення стійких мовних зворотів, а термін “ченьюй” все більше почав позначати фразеологізми у вузькому значенні, як одну з груп вивчення фразеології. (Борон, Сюдун, 2017)

Провівши ретельне дослідження китайських теоретичних матеріалів, ми виділили найбільш точні, на нашу думку, визначення поняття “фразеологізм” у китайських наукових працях та монографіях.

1. Визначення фразеологізму у китайських авторитетних словниках

Словник сучасної китайської мови (2012) визначає ідіоми наступним чином: “Широковживані стійкі словосполучення або фрази з глибокими сенсами”.

У словнику “Цзи Юань” (2015) фразеологізм визначається як широковживана стародавня мова зі стійкими словосполученнями або фразами, що виражають повне

значення. Обидва словники підкреслюють, що фразеологічні вирази можуть бути фразами, але насправді їх слід розглядати як єдине ціле з фіксованими значеннями, а отже, краще називати їх фіксованими виразами.

У “Словнику китайської лінгвістики” (1956) наводиться наступне визначення: “Фразеологічна одиниця є значущим, лаконічним, стійким та широковживаним словосполученням, яке належить до готового виразу”. Ідіома нерідко виникає з узагальнення змісту певної притчі чи історичної розповіді, а також шляхом використання та перетворення народних та застарілих висловів з вираженим національним характером.

2. Визначення фразеологізму у фразеологічних монографіях

Згідно з монографією “Ідіоми” Ма Гофаня (1983), фразеологізмом є стійке словосполучення, що має історичні та національні характеристики та зазвичай складається з чотирьох складів. У свою чергу вчений Ши Ши (1979) у своїй роботі “Вивчення китайських фразеологічних одиниць” вважає, що фразеологічні одиниці є стійкими словосполученнями або виразами, які широко застосовуються в мовленні та служать засобами образності, складаються зі стійких конструкцій та компонентів з монолітною семантичною єдністю, що мають узагальнено-переносне значення. Зазвичай, ці фразеологізми функціонують в реченні як єдине слово.

Відомий лінгвіст Ні Баюань (1990) у “Дев'яти розділах про ідіоми” вважає, що фразеологічні одиниці часто вживаються в повсякденному житті, мають цілісний зміст, чітку та стійку структуру, просту форму. Автор також зазначає, що ідіома є невід'ємною частиною китайської культури та допомагає зберегти та передати її наступним поколінням.

У монографії “Теорія сучасної китайської мови” Шао Цзінмін (2001) пропонує таке визначення: “Ідіома – це судження, що формується протягом історичного розвитку кожного народу і набуває фіксованої форми короткого висловлювання з певним значенням. Фразеологічні одиниці становлять прихований запас слів китайської лексики, що має давні історичні витоки, користується широкою популярністю серед народних мас та часто використовується у мові”.

Відповідно до китайської традиції, коли людина вживає фразеологізми – це означає, що вона досить освічена. В Україні фразеологізми використовуються переважно в усному мовленні, але іноді вони зустрічаються і у писемній формі, зокрема у зміненому вигляді, особливо у засобах масової інформації.

3. Визначення фразеологізмів у підручниках сучасної китайської мови

У провідних університетах Китаю, в лінгвістичних та сучасних підручниках з китайської мови, особлива увага приділяється ідіомам як важливій складовій лексики сучасного китайського мовлення, і надаються більш точні визначення фразеологізмів.

Тут ми здебільшого розглянули визначення фразеологічних одиниць із кількох широко визнаних у лінгвістичних колах підручників.

Згідно з книгою “Сучасна китайська мова” під редакцією Хуан Борона і Ляо Сюйдуна (2017), фразеологізми є фіксованими фразами в стилі літературної мови, які мають безліч значень і широко використовуються в суспільстві вже тривалий час.

У навчальному посібнику “Вступ до мовознавства” (2006) під редакцією Ян Чжуна подається наступне визначення: “ідіоми – це фіксовані фрази, що передаються з покоління в покоління і широко вживаються з влучними значеннями та лаконічною формою. В підручнику також зазначається три основні характеристики фразеологічної одиниці: стійкість структури, цілісність значення, загальноприйнятність використання.

Ге Пенї (2004) у “Лексикології сучасної китайської мови” відзначає, що ідіоми є стійкими словосполученнями з фіксованою структурною формою та повним значенням.

Китайські ідіоми, переважно, складаються з чотирьох складів, і, як правило, їх склад та порядок слів не можуть бути змінені за бажанням, а значення ідіом є концентрованими та стислими, тому вони відносно повні та абстрактні.

З вищезгаданих трьох відомих китайських підручників стає зрозуміло, що визначення фразеологічної одиниці у підручниках більш конкретне та докладне, ніж у словниках і дає глибоке розуміння, характеристики та джерела ідіом.

Грунтуючись на вищезгаданому дослідженні, визначення китайських ідіом переважно відповідає наступним умовам: формується та використовується протягом

тривалого часу; має лаконічну форму, фіксовану і, переважно, чотирискладову структуру, абстрактне значення.

Отже, фразеологізм вживається як деяке ціле, що не підлягає подальшому розкладанню і зазвичай не допускає всередині себе перестановки своїх частин. Семантична злитість фразеологічних одиниць може варіювати в досить широких межах: від не виводимості значення фразеологічних одиниць зі слів, що його складають у фразеологічних зрощеннях (ідіомах) до фразеологічних сполучень зі смислом, що впливає зі значень, які складають поєднання.

Порівнюючи визначення китайських та англійських фразеологічних одиниць, ми можемо побачити як спільні так і відмінні риси. Щодо спільних – фіксована комбінація в мовній формі, що є узагальненням і спрощенням досвіду, отриманого з історії, культури та повсякденних звичок.

Однак, є і відмінності між китайськими та англійськими фразеологізмами. Основна відмінність полягає в тому, що китайські фразеологізми зазвичай складаються з чотирьох символів, в той час як англійські фразеологізми зазвичай не мають фіксованої кількості слів.

1.2. Компонент кольору у складі фразеологізму: сутність та структурні властивості.

Колір є однією з властивостей матеріальних об'єктів, яка сприймається як свідоме візуальне відчуття (Кнодель, 2019). Людина “присвоює” об'єктам колір у процесі їхнього зорового сприйняття. Колір відіграє важливу роль в житті та діяльності кожної окремої особи та суспільства в цілому, наприклад у промисловості, транспорті, мистецтві, сучасній технології передачі інформації тощо.

Феномен кольору займає центральне місце у дослідженнях та є важливою складовою багатьох фундаментальних наук. Кольорове сприйняття світу відображається у системах фразеології та лексики мов. Взаємодія кольору з когнітивними та емоційними процесами може призвести до використання кольору як символу певних концепцій у визначених контекстах.

Термін “колоронім” (або “колоратив”, “компонент кольору”, “кольороназва”) вживається в мові для позначення назви колірної відтінку. Це слово походить від латинського “color” (колір) та грецького “chroma” (ім’я), і визначається як лексема, яка має денотативне значення ознаки кольору (Ковальська, 2001).

Науково-технічна революція, зокрема розвиток ткацької та фарбувальної промисловості, внесла значний вплив на збагачення системи кольороназв та їх класифікації. У цей період було створено велику кількість нових відтінків, що призвело до розширення розмаїття кольорів (Кнодель, 2019).

Усталеними є погляди про поділ колоронімів на дві групи:

1) основні, тобто колоративи, які позначають ахроматичні кольори: англ. *black, gray, white*; кит. 白 *bái* – білий, 灰 *huī* – сірий, 黑 *hēi* – чорний.

2) неосновні, тобто колоративи, які позначають хроматичні кольори: англ. *red, yellow, blue*; кит. 赤 *chì* – червоний, 黄 *huáng* – жовтий, 蓝 *lán* – синій.

Ахроматичні кольори в мистецтві відомі як відтінки, що не мають насиченості чи холодності, а їх відмінність полягає лише у рівні світлості. З іншого боку, хроматичними вважаються кольори сонячного спектра та всі проміжні відтінки, зокрема синтез жовтого, червоного та синього кольорів (Іншаков, 2013).

В. І. Мельник та О. Ю. Качан (2012) досліджували працю Й. В. Гете, в якій він класифікував кольори на “позитивні” (жовтий, оранжевий, жовто-червоний), що викликають відчуття бадьорості, та “негативні” (синій, червоно-синій), що викликають відчуття напруженості. Окремо науковець виділив зелений колір, що є комбінацією синього та жовтого, і тому, у проміжному положенні викликає відчуття спокою.

Вперше колоронім як лінгвістичну реалію було розглянуто антропологом Б. Берліном та лінгвістом П. Кеєм (1969), в результаті чого було обґрунтовано розподіл колірної лексики на основні та похідні.

Вони провели дослідження за участю носіїв 22 неспоріднених мов, під час якого спочатку визначили назви всіх базових категорій кольору, наявних у кожній мові. Їхнє дослідження привело до важливого відкриття – було встановлено, що, незважаючи на кількість категорій кольору між мовами, прототипи цих категорій є

однаковими у всіх мовах (Wu, 2011). Таких прототипів, тобто основних кольоропозначень, за твердженням дослідників, одинадцять: білий (кит. 白 bái; англ. white), чорний (кит. 黑 hēi; англ. black), червоний (кит. 红 hóng/赤 chī; англ. red), зелений (кит. 绿 lǜ; англ. green), жовтий (кит. 黄 huáng; англ. yellow), синій (кит. 蓝 lán; англ. blue), коричневий (кит. 褐色 hèsè; англ. brown), фіолетовий (кит. 紫色 zǐsè; англ. purple), рожевий (кит. 粉色 fěnsè; англ. pink), помаранчевий (кит. 橙色 chéngsè; англ. orange) та сірий (кит. 灰色 huīsè; англ. grey).

Таким чином вони встановили правила, які визначають основні колороніми в мові:

1. Всі мови мають кольороназви для позначення “білого” та “чорного” кольорів.
2. У мовах з трьома основними кольороназвами, третьою неодмінно буде термін для “червоного” кольору.
3. У мовах з чотирма основними кольороназвами, четвертою неодмінно буде кольороназва для “жовтого” або “зеленого” кольору.
4. У мовах з п'ятьма основними кольороназвами, неминуче буде кольороназва для “жовтого” та “зеленого” кольорів.
5. У мовах з шістьма основними кольороназвами, безумовно буде кольороназва для “синього” кольору.
6. У мовах з сімома основними кольороназвами, за всіляких умов буде термін для “коричневого” кольору.
7. У мовах з вісьмома або більше основними кольороназвами, неодмінно будуть кольороназви для “фіолетового”, “рожевого”, “помаранчевого”, “сірого” кольорів (Berlin, Key, 1969).

Видатний внесок в галузі вивчення колоронімів китайської мови, на думку М. Е. Франк (2002), був зроблений Вільямом Бакстером. Спираючись на дослідження Б. Берліна та П. Кея, вчений розглядав основні колороніми у китайській мові за два періоди: 1) “ранній етап”, що охоплював династії Шан-Інь і Західна Чжоу (1500 – 771 рр. до н. е.); 2) “Пізній етап”, що включав час від Східного Чжоу до династії Хань (770

р. до н. е. – 220 р. н. е.). Протягом “раннього етапу”, за висновками В. Бакстера, існувало чотири основні колороніми: 白 bái – білий, 黃 huáng – жовтий, 朱 zhū/赤 chì – червоний, 玄 xuán – чорний (згодом 黑 hēi – чорний). В період “пізнього етапу” професор виділив вже п’ять основних колоронімів: 白 bái – білий, 黃 huáng – жовтий, 朱 zhū/赤 chì – червоний, 青 qīng – синьо-зелений, 黑 hēi – чорний (Franck, 2002).

Колірна лексика наочно відображає історію, звичаї та спосіб життя певного народу. Представлення світу через призму кольорів залежить від унікальних традицій, звичаїв, цінностей та історичних подій, що характерні для кожної культури. Таким чином, у кожному народі концепція кольору має свою специфічну систему сенсів та інтерпретацій, що відображається у фразеологічній картині світу (Ковальська, 2001).

Коли людина чує певний фразеологізм, вона відразу ж надає йому негативну або позитивну оцінку, що має прямий вплив на її емоційний стан. Колороніми не лише створюють в нашій уяві конкретні образи, але також надають живості мові, збагачуючи її різнобарв’ям. Це особливо стосується ідіом, в яких семантика кольору додатково поєднується з образами, що складають основу стійких висловлювань. Образи, викликані тим чи іншим фразеологізмом, що містить назви кольорів, як правило легко уявити і запам’ятати.

У фразеологізмах, що містять компонент кольору, спостерігаються різні варіанти трактування цього елемента, так як колоронім в деяких випадках може втрачати свою колірну природу. Одні ідіоми дозволяють нам розкрити значення окремого елемента, тоді як інші – ні, оскільки всіх всіх складових фразеологічної одиниці створює її нове загальне значення. Семантичне значення окремого компонента може проявлятися по-різному в різних типах фразеологізмів. О. Башманівський (2011) виділив наступні провідні типи фразеологічних одиниць: фразеологізми-порівняння, фразеологізми-метафори та фразеологізми-метонімії. Проаналізувавши дослідження О. Башманівського та Л. Карпяка, ми зробили певні висновки щодо семантичного значення кольоропозначень у вищезазначених типах фразеологічних одиниць: у порівняльних фразеологізмах компонент кольору

вживається в прямому значенні (as black as ink – дуже чорний; as red as blood – червоний як кров); у метонімічних фразеологізмах колоронім частіше за все відображає колір приналежності до певного місця, предмета тощо (black coat – священик (колір одягу)); у фразеологізмах-метафорах, через об'єднання колірної ознаки і значення другої складової, значення колороніму нерідко переосмислюється (red flag – червоний прапор, сигнал небезпеки).

Фразеологізми з компонентом кольору – це виразне відображення самосвідомості народу, виразності мовлення як засобу відтворення душевного стану людини (Alsultan, 2020).

Символіку кольору і процес наділення колоронімів символічним значенням простежується саме у фразеології, оскільки стійкість, відтворюваність, національно-культурна специфіка кольору створюють передумови для закріплення його символічного значення у фразеологізмах. Компонент кольору породжує цілу низку фразеологічних одиниць, причому в них нерідко зміщуються, переплітаються одночасно і “поверхневі” значення, і “глибинні” (буквальні та переносні) (Іншаков, 2013).

Фразеологічні одиниці, що мають в складі колірний компонент виражають унікальність кожної мови, посідають важливе місце в міжкультурній комунікації. Вони наочно відтворюють різноманітні аспекти людської діяльності, оточуючого світу та самої людини, віддзеркалюють соціальні, культурні, історичні та релігійні аспекти.

Отже, колороніми у фразеологічних одиницях можуть використовуватись як у прямому, так і у переносному значеннях. Метафоричне значення компонентів кольору у фразеологізмі може бути пов'язане із символікою певного кольору. Людська оцінка кольорів виявляється не лише в їхніх назвах, а й у метафоричному вживанні. Колоратив – справжня окраса мови й одне з невичерпних джерел образотворення, яке навіть сприяє покращенню пам'яті.

Висновки до Розділу 1

У першому розділі ми провели аналітичний огляд літератури, розглянули основні теоретичні положення за темою роботи, дослідили поняття фразеологічної одиниці, встановили різні підходи до визначення поняття фразеологічних одиниць фокусованих мов за науковими джерелами.

Фразеологічна одиниця є стійким зв'язним поєднанням слів, яке не можна поділити на частини і компоненти якого, здебільшого, втрачаючи свої індивідуальні лексичні значення, утворюють нове смислове ціле. Цей особливий знак мови, семантика якого містить культурну конотацію, образно відображає культурні, соціальні та національні особливості китайського та англійського народів. Порівнюючи визначення терміну “фразеологізм” в китайській та англійській мовах, ми з'ясували, що вони здебільшого ідентичні за визначенням, але, водночас, мають свої особливості та відмінності.

Під час дослідження колоронімів як складових фразеологізмів та їх семантичного та лінгвокультурного значення було встановлено, що кольори мають величезну вагу в житті людини, оскільки здатність розрізняти кольори є важливою складовою можливостей зорового сприйняття людини.

Віддавна кольори та їх найменування мали велике значення для кожного народу, відображаючи світ навколо нас та його образність. Кожен колір і відтінок впродовж віків були пов'язані з природою та її явищами, життєвими циклами людини та значущими історичними змінами у суспільстві. З плином часу, значення колірних і відтінкових символів змінювалися, але їх основні поняття та семантичні характеристики збереглися в культурі, побуті та звичаях будь-якого народу. Таким чином вони відобразились у мовних системах.

Системи кольорів англійської та китайської мов мають певні відмінності, адже кожна мова має свою власну історію становлення та розвитку. Так як кольори відтворюють створені у розбіжних історико-географічних умовах давні традиції та культуру народів, тому кожна мовна система зберігає своє унікальне сприйняття колірної палітри навколишнього світу.

Спираючись на дослідження західних та східних вчених можна зробити висновок, що в кожній мові існують основні колороніми. За теорією І. В. Гете, кольори можна розділити на “позитивні” та “негативні”, в залежності від того, який настрій вони викликають. За теорією дослідників Б. Берліна та П. Кея, в кожній мові існують однакові 11 прототипів, тобто основних колоронімів, які можна виявити за допомогою сімох, встановлених ними, правил.

Фразеологізми з компонентом кольору характеризуються культурною і національною неповторністю. Саме у фразеології простежується символіка кольорів кожного народу. У різних типах фразеологічних одиниць можуть проявлятися як буквальні, так і переносні значення кольору. Шляхом порівняння китайських та англійських фразеологізмів з компонентом кольору, ми можемо виявляти культурні, соціальні та національні особливості кожного народу.

РОЗДІЛ 2. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ВИРАЗІВ З КОМПОНЕНТОМ КОЛЬОРУ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА КИТАЙСЬКОЇ МОВ

2.1. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом кольору в китайській мові.

Матеріалом нашого дослідження є “Довідник китайських ідіом” (2007), “101 поширені китайські ідіоми та фрази” (2015) та “Посібник із китайських ідіом та алюзій” (2003). На основі результатів дослідження Б. Берліна і П. Кея ми обрали 4 основні колороніми, методом суцільної вибірки ми виокремили та проаналізували 12 китайських фразеологізмів з компонентом кольору.

1. 白 bái – білий

- 洁白无瑕 jié bái wú xiá – бездоганно білий, бездоганно чистий; ідеальний

Цей фразеологізм складається зі слів, які вказують на білоту, бездоганність та ідеальність: 洁 jié – чистий; 白 bái – білий (洁白 jié bái – абсолютно білий); 无瑕 wú xiá – без дефектів, ідеальний, без єдиної плямки. Разом ці два терміни, підсилюючи значення одне одного, створюють образ чогось абсолютно чистого та бездоганного. Даний чен'юй відрізняється своїм позитивним емоційно-експресивним значенням.

У цілому, 洁白无瑕 відображає ідею бездоганності та ідеальності, яку можна використовувати в різних контекстах: для опису людей, предметів, речей та ситуацій, які є ідеальними і не мають будь-яких недоліків. Наприклад, його можна використовувати для опису чоловіка з ідеальною репутацією, бездоганно виконаного завдання або для опису певного предмету, що має прекрасний вигляд.

Наприклад: 出嫁那天, 她仔细化了妆, 显得洁白无瑕。 – В день весілля вона ретельно нафарбувалася і виглядала бездоганно.

- 白发苍苍 bái fà cāng cāng – сивий

Фразеологізм має наступні складові: 白 bái – білий; 发 fà – волосся; 苍苍 cāng cāng – сивий. Загальне значення даної фразеологічної одиниці полягає в описі вигляду людини, яка дуже стара і має біле, сиве волосся. Вона може бути фізично втомленою,

надійшла до літніх років та пройшла через багато життєвих перешкод і випробувань. Ідіому можна вважати фразеологічним сполученням, адже у її складі є слова з обумовленим специфічним значенням, які вказують на ознаку. До складу чен'юй входять синоніми, за допомогою яких підкреслюється і підсилюється значення.

Для того щоб краще зрозуміти які саме складові слова входять у його структуру, знову звернімося до структурно-семантичного аналізу. У цьому випадку, 白 bái вказує на колір, тоді як 发 fà вказує на волосся. 苍苍 cāng cāng підкреслює сиве забарвлення волосся і додає відтінок пошани та поваги до людини, яка дожила до старості.

Таким чином, 白发苍苍 використовується для опису старої людини, яка відзначилася своїм довгим і складним життям. Використання фразеологізму може мати відтінок пошани та поваги до старій людині, або використовуватися для опису фізичного стану людини, особливо у контексті пізніх років життя.

Наприклад: 60年前的年轻人, 现在已经白发苍苍了。 – Ці люди, які були молодими шістдесят років тому, нині сиві.

- 白云苍狗 bái yún cāng gǒu – то білі хмари, то несподівано як сиві собаки; мінливість світу

Дана ідіома має у себе в складі 4 ієрогліфи: 白 bái – білий; 云 yún – хмари; 苍 cāng – сивий, холодний; 狗 gǒu – собака.

Загальне значення цього фразеологізму – мінливість життя, несподівані зміни. Суть у тому, що таке порівняння символізує те, що білі хмари можуть вмиг змінитись на дощові, які схожі до сірих собак. Що означає, що в житті все трапляється, як хороше, так і погане, та все змінюється.

Цей фразеологізм побудований за принципом порівняння, тобто значення однієї частини прямо протилежне іншій. Його також можна вважати фразеологічним виразом, адже він складається зі слів з вільним значенням. Структурно-семантичний аналіз фразеологізму також допомагає розібратися, які саме складові слова входять у фразеологізм і яке значення вони несуть. У цьому конкретному випадку 白 bái вказує на колір, тоді як 云 yún означає хмари. 苍 cāng підкреслює холодний відтінок хмар, а 狗 gǒu – низький і неприємний статус собаки в китайській культурі.

Таким чином, 白云苍狗 використовується для опису мінливості ситуацій і закликає змиритися з цим та продовжувати боротись. Незважаючи на те, що світ непостійний, а час обмежений, замість того, щоб марно журитися про плин часу і зміни в світі, краще жити сьогоднішнім, виходячи з реальності, і твердо хапатися за все, що перед тобою.

Наприклад: 这些年发生了多少事情, 唉, 世界真的白云苍狗了。 – Скільки всього сталося за ці роки, ах, світ справді змінився.

2. 黑 hēi – чорний

- 黑白分明 hēi bái fēn míng – чітко розрізняти де біле, а де чорне; чітко розрізняти; дуже чіткий; виразний

Складовими цього фразеологізму є: 黑 hēi – чорний; 白 bái – білий; 分明 fēn míng – чіткий, ясний. 黑白 hēi bái – буквально означає “чорний та білий”, і використовується, щоб вказати на протилежність і конкретизувати опозиційний аспект фразеологізму. 分明 fēn míng використовується у фразеологізмі, щоб підкреслити ясність, безсумнівність та недвозначність, доповнити та підсилити значення попередніх компонентів.

У фразеологізмі 黑白分明 кольори чорний та білий використовуються в опозиції, щоб підкреслити контрастність і розмежування між явищами або ідеями. Чорний символізує туманність, нечіткість і неясність, тоді як білий символізує ясність, чистоту та бездоганність.

Отже, 黑白分明 означає, що контраст між чорним та білим (добром і злом, правдою і брехнею) є досить чітким. Цей фразеологізм використовується для опису ситуацій, коли щось є очевидним або хтось чітко розрізняє правильне від неправильного, справедливе рішення від несправедливого, правду від брехні тощо.

Наприклад: 她一向都是黑白分明。 – Вона завжди чітко розрізняє добро і зло.

- 黑灯瞎火 hēidēng xiāhuǒ – непроглядна темрява; нічого не видно

Дана ідіома складається з: 黑 hēi – чорний; 灯 dēng – лампа, світильник; 瞎 xiā – сліпий; 火 huǒ – полум'я. Схема побудови чен'юю: означення + підмет + означення

+ підмет. Подібні за структурою елементи взаємодоповнюють один одного та підсилюють значення даного фразеологізму. 黑灯 hēidēng – буквально означає “чорний світильник” або “чорна лампа”, що може вказувати на темряву або погане освітлення. Тут 黑 hēi використовується, щоб підкреслити відсутність будь-якого світла. 瞎火 xiāhuǒ – означає “сліпе полум'я” або “безглузде світло”. У фразеологізмі 黑灯瞎火 воно використовується, щоб підкреслити темряву та безлад, які виникають при відсутності світла.

Так як чорний колір не надає світла і не дозволяє розрізнити об'єкти в темряві, у фразеологізмі він символізує відсутність світла та небезпеку, які можуть виникнути через поганий освітлення.

Отже, 黑灯瞎火 означає повну темряву або щось погано освітлене. Цей фразеологізм можна використовувати для опису ситуацій або місць, де немає достатньої кількості світла, що може бути небезпечним або призвести до певних незручностей.

Наприклад: 黑灯瞎火的, 他送你回家吧。 – Нічого не видно, він проводить тебе додому.

- 颠倒黑白 diāndǎo hēibái – видавати чорне за біле; спотворювати (перекручувати) істину; перекручувати факти

Даний фразеологізм має у складі наступні слова: 颠倒 diāndǎo – перевертати, ставити догори ногами, плутати; 黑 hēi – чорний; 白 bái – білий. В контексті фразеологізму слово 颠倒 diāndǎo використовується у переносному значенні для опису ситуації, коли щось втрачає свою нормальну порядковість, ставиться догори ногами або стає неправильним. 黑白 hēibái символізує правду та брехню, добро та зло, що-небудь правильне, але приховане, спотворене хитрощами. Використані у фразеологізмі протилежні один одному кольори 黑 hēi та 白 bái надають чен'юю виразний відтінок.

Отже, 颠倒黑白 має метафоричне значення, воно означає навмисне спотворення кимось фактів, коли хтось називає щось правильне неправильним та

навпаки. Цей фразеологізм використовується для опису ситуацій, коли правда змінюється на брехню, а добро на зло, коли людина намагається перекрутити факти з метою виправдати свої негативні дії або спотворити істину для своєї користі.

Наприклад: 他无视事实, 颠倒黑白, 对我们进行无端指责。 – Він проігнорував факти, спотворив істину та висунув безпідставні звинувачення проти нас.

3. 红 hóng/赤 chì – червоний

- 面红耳赤 miàn hóng ěr chì – почервоніти; залитися фарбою; почервоніти до вух; червоний як рак

Фразеологізм 面红耳赤 складається з чотирьох слів: 面 miàn – обличчя; 红 hóng – червоний; 耳 ěr – вуха; 赤 chì – червоний. Структурно ідіома складається з двох частин, які взаємодоповнюють один одного: червоне обличчя, червоні вуха. Даний чен'юй має прозоре мотивування, тобто достатньо легко зрозуміти його переносне значення. Цей вислів означає почервоніння обличчя внаслідок сорому, хвилювання, тривоги, гніву, надмірного навантаження чи навіть лихоманки.

Фразеологізм часто вживається, щоб описати ситуацію, коли людина знаходиться в емоційній напрузі, або коли вона відчуває великий сором. В таких випадках обличчя та вуха людини можуть забарвитися у червоний колір від сильного хвилювання. Цей фразеологізм також може вживатися в іронічному або саркастичному підтексті, щоб висловити сумнів у чесності чи правдивості сказаного або у вигляді гіперболи для підсилення враження наочної сором'язливості людини.

Наприклад: 当父母责骂儿子行为不端时, 他羞得面红耳赤。 – Син червоніє від сорому, коли батьки лають його за погану поведінку.

- 赤舌烧城 chì shé shāo chéng – червоний язик палить місто

Фразеологізм складається з чотирьох символів: 赤 chì – червоний; 舌 shé – язик; 烧 shāo – палити, горіти; 城 chéng – місто, фортеця. Даний вислів відноситься до ідіом, що побудовані за схемою “Означення + підмет + присудок + прямий додаток”. Фразеологізм має глухе мотивування, тобто його переносне значення досить важко зрозуміти.

Червоний колір пов'язується зі силою, енергією та вогнем, тому в даному фразеологізмі він символізує небезпечну та руйнівну силу. 赤舌 chī shé (червоний язик) в даному випадку позначає злу мову, наклеп. Його, як вогню, достатньо, щоб спалити ціле місто. 烧城 shāo chéng символізує тяжку шкоду та образу, яку завдають людські плітки, обмови та злісні нашіптування.

Отже, буквально цей фразеологізм означає “червоний язик палить місто”, або “наклеп спричиняє хаос та руйнування”. Метафорично фразеологічний зворот означає надзвичайно шкідливу силу наклепу. Зазвичай вживається в контексті наклепу, перекручення фактів або поширення шкідливих чуток, які можуть спричинити значні наслідки, наприклад на стосунки між людьми або на суспільне життя в цілому. Цей фразеологізм відображає вплив брехливих фактів та неправдивої інформації на оточуючих людей, який може бути настільки сильним, що спричиняє руйнування не тільки авторитету, репутації чи навіть життя одного індивідуума, але і всього міста.

Наприклад: 他们用赤舌烧城的手段攻击那个政治家, 企图让他失去选举中的竞争力。 – Вони атакують того політика наклепом, намагаючись зробити його неконкурентоспроможним на виборах.

- 见钱眼红 jiàn qián yǎn hóng – бути жадібним до грошей; побачивши гроші, червоніють очі

Ідіома включає в себе наступні складові: 见 jiàn – дієслово, що означає “бачити” або “зустрітися з”; 钱 qián – іменник, що має значення “гроші”; 眼 yǎn – іменник, що означає “очі”; 红 hóng – прикметник, що значить “червоний”. Перша частина фразеологізму 见钱 jiàn qián виражає причину, друга частина 眼红 yǎn hóng – результат. Значення червоного кольору в даній фразеологічній одиниці відображає емоційний стан заздрості, прагнення до багатства і бажання мати більше грошей.

Фразеологізм 见钱眼红 має досить прозоре мотивування, що дозволяє легко зрозуміти його переносне значення. Дослівно він означає “бачити гроші і червоніють очі”, але в його семантиці відображена жадібність до матеріальних цінностей та

багатства, бажання отримати більше грошей, заздрість до тих, у кого є статок, і необхідність бути в курсі всього, що стосується коштів. Таким чином, фразеологізм надає опис людини, яка, забуваючи про інші аспекти життя, цікавиться лише грошима, буває занадто зажерливою і заздрісною до інших більш заможних людей.

Наприклад: 下岗后, 他变得见钱眼开, 不顾及道德和良心去谋求利益。 –

Після звільнення, він став жадібним до грошей і нехтував мораллю та совістю заради прибутку.

4. 黄 huáng – жовтий

- 黄粱美梦 huáng liáng měi mèng – жовте просо у чудовому сні; марні мрії; нездійсненні бажання

Даний фразеологізм має наступну структуру: 黄 huáng – жовтий; 粱 liáng – просо; 黄 měi – гарний, приємний, чудовий; 梦 mèng – сон, мрія, фантазія. Схема побудови цієї ідіоми: “Означення + підмет + означення + підмет”. Переносне значення фразеологізму важко зрозуміти відразу, що говорить про його глухе мотивування.

黄粱 huáng liáng (жовте просо) у складі даного фразеологічного зрощення символізує красивий, яскравий, але недосяжний світ мрій та фантазій. Це пояснюється тим, що в давні часи жовте зерно, такі як рис та просо, вважались дуже цінними, які бідні родини могли дозволити собі лише в особливі дні, наприклад на Новий рік.

Дослівно фразеологізм можна перекласти як “жовте просо у чудовому сні”. Переносне значення фразеологізму полягає в тому, що він використовується для опису недосяжних, ілюзорних мрій та надій. Дана ідіома навчає нас, що бездіяльність та ілюзорні мрії не сприяють втіленню наших бажань у реальність. 黄粱美梦 використовується для позначення ситуацій, коли людина марить чимось, що є нереальним і не може здійснитися.

Наприклад: 他一直生活在自己的黄粱美梦中, 直到现实打破了他的幻想。 –

Він жив у своїй нездійсненній мрії, поки реальність не зруйнувала його ілюзію.

- 面黄肌瘦 miàn huáng jī shòu – ходячий мрець; мов жердина

Фразеологізм складається з: 面 miàn – обличчя; 黄 huáng – жовтий; 肌 jī – тіло, шкіра, м'язи; 瘦 shòu – худий.

Буквально він означає “жовте обличчя, худе тіло”. Значення 黄 huáng в даному фразеологізмі походить від того, що в народній китайській медицині жовтий колір шкіри вказує на проблеми з печінкою та нирками. Таким чином, жовтий колір тут символізує погане здоров'я та хворобливий стан людини. Переносне значення – мати виснажений, голодний та хворобливий вигляд.

Загальне значення фразеологізму 面黄肌瘦 описує фізичний стан людини, яка дуже схудла та шкіра якої має жовтий відтінок, що може бути зумовлено хворобою, недостатнім харчуванням, стресом або іншими факторами.

Наприклад: 他最近工作太忙了, 已经面黄肌瘦了。 – Останнім часом він був дуже зайнятий роботою, вже мов ходячий мрець.

- 黄口孺子 huáng kǒu rú zǐ – жовторотий молодик; незріла особа

Складовими даного фразеологізму є: 黄 huáng – червоний; 口 kǒu – рот, уста; 孺子 rú zǐ – дитина, немовля. Елементи ідіоми взаємодоповнюють один одного та підсилюють її значення. 黄口 huáng kǒu означає “жовтий рот” і використовується для опису дитини, в якої ще молочні жовтуваті зубки не змінились на постійні, що говорить про її незрілий вік. У даному випадку жовтий колір асоціюється з дитинством та недосвідченістю.

Фразеологізм 黄口孺子 вживається для позначення молодої людини, яка є несвідомою, незрілою, не має достатнього досвіду та знань в певній галузі або в житті загалом, отже може бути наївною та легковірною.

Наприклад: 在家里的时候, 这个黄口孺子是个乖孩子, 在学校里却总是调皮捣蛋。 – Удома цей жовторотий молодик слухняний хлопчик, але в школі він завжди пустотливий.

2.2. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом кольору в англійській мові.

Матеріалом нашого дослідження є “Словник американських ідіом і фразеологізмів Макгроу-Хілла” (2004) та “Оксфордський словник ідіом” (2004). На основі результатів дослідження Б. Берліна і П. Кея ми обрали 4 основні колороніми, методом суцільної вибірки ми виокремили та проаналізували 12 англійських фразеологізмів з компонентом кольору.

1. white – білий

- a white elephant – тягар; як валіза без ручки

Фразеологізм має наступну структуру: “a” + прикметник + іменник, де “a” – неозначений артикль, що використовується з обчислювальним іменником в однині та вказує на його загальне значення; white – прикметник “білий”, що описує колір; elephant – іменник “слон”. Дослівний переклад – білий слон.

У фразеологізмі “a white elephant” колоронім “білий” не має прямого фізичного значення, але виступає як символічний або метафоричний елемент. Білий слон (слон-альбінос) традиційно асоціюється з екзотикою, розкішшю та рідкістю. У давні часи ця тварина вважалась святою, тому вона високо цінувалась суспільством, але була надзвичайно дорогою в утриманні і зазвичай завдавала власнику лише збитків.

Дана ідіома використовується для позначення власності, які хоча і мають високу цінність або престиж, але одночасно є непрактичними, неефективними або в цілому непотрібними. Фразеологізм може позначати предмет, якого складно позбутись або який потребує значних витрат на утримання, але не приносить суттєвої користі чи задоволення.

Наприклад: This vintage car could be a beautiful decoration in a museum, but it needs so much money to maintain and repair that it has become a white elephant for its owner. – Цей старовинний автомобіль міг би бути прекрасною прикрасою музею, але він потребує так багато грошей на обслуговування та ремонт, що став білим слоном для свого власника.

- as white as a sheet – білий як простирadlo

“as white as a sheet” є фразеологізмом-порівнянням, побудований за схемою “as + прикметник + as + іменник”. “As” – порівняльний звороток, що вказує на подібність до іншого об'єкта; “white” – прикметник “білий”; “a sheet” – іменник зі значенням простирadlo, лист. В цій ідіомі перший основний компонент “as white” вживається в прямому значенні, тобто назва кольору в даному випадку відноситься до реальних слів.

Загальне значення фразеологізму “as white as a sheet” описує стан людини, коли вона стає дуже блідою через страх, шок, хворобу або будь-який інший стресовий фактор. Окрім того, вживання цієї ідіоми може іноді містити у собі імплікацію, тобто логічну зв'язку, що обличчя людини побіліло від переляку чи жаху, наприклад, через страшну новину або злочин, який вона побачила. Також цей фразеологізм може використовуватися в іронічному або жартівливому контексті, для опису блідого обличчя людини після деяких ситуацій, які можуть бути смішними або несподіваними.

Наприклад: The teacher asked the student a difficult question, and he went as white as a sheet, realizing he didn't know the answer. – Вчитель поставив учневі складне питання, і він побілів, як простирadlo, зрозумівши, що не знає відповіді.

- to show the white feather – проявити боягузтво; злякатися

Складовими даного метафоричного фразеологізму є: “show” – дієслово зі значенням “показати, демонструвати, проявити”; “the” – означений артикль; “white” – прикметник “білий”; “feather” – іменник, що позначає перо. Граматична структура: дієслово + артикль + прикметник + іменник. Буквальне значення фразеологізму – показати біле перо.

В даному випадку колоронім “white” не має свого самостійного семантичного значення, а вживається лише в поєднанні з лексемою “feather” для позначення переляку.

Фразеологізм “show the white feather” вказує на прояв слабкості, боягузтва, неспроможності протистояти труднощам або стресовим ситуаціям. Цей вираз використовується, щоб описати ситуацію, коли людина не виявляє необхідної

відваги, відмовляється взяти на себе ризик або не виконує свої обов'язки через страх чи небажання зіткнутися з негативними наслідками.

Наприклад: When the student was asked to speak in front of a large audience, he showed the white feather and refused at the last moment. – Коли студента попросили виступити перед великою аудиторією, він проявив боягузтво і відмовився в останній момент.

2. black – чорний

- not as black as you are painted – не такий поганий, як говорять

Фразеологізм має наступні складові частини: “not as” – заперечення або зменшення порівняльного ступеня; “black” – прикметник “чорний”; “as you are painted” – дієслівний зворот, що включає дію “paint” (малювати, зображати) у минулому часі і вказує на дію особи, до якої звертаються. Колоронім “black” в даному виразі вживається у переносному значенні і символізує щось негативне, погане або невдале. У цьому контексті, “black” описує сприйнятий негативний аспект або враження про щось або когось.

Цей фразеологізм використовується для вираження заперечення або зменшення негативного опису чогось або когось, підкреслюючи, що справжній стан речей не є настільки поганим або негативним, яким його зображують або сприймають.

Наприклад: The situation may seem dire, but it's not as black as you are painted. We still have options and opportunities to turn things around. – Ситуація може здатися жахливою, але все не так погано, як ти думаєш. У нас все ще є варіанти та можливості все змінити.

- in black and white – чорним по білому; цілком ясно; зрозуміло

Дана ідіома складається з: “in” – прийменник, що вказує на місце або спосіб; “black” – прикметник, що позначає чорний колір; “and” – сполучник, який використовується для з'єднання двох частин фрази; “white” – прикметник, позначає білий колір. Чорний та білий кольори символізують протилежності та контраст.

Фразеологізм має декілька значень: певна інформація, твердження у письмовій або друкованій формі, тобто є документально підтвердженою, що вважається більш надійною, ніж та, що передається з уст в уста; різкий контраст між двома

протилежними поглядами, ідеями або варіантами. У другому значенні “in black and white” вказує на те, що між протилежними точками зору, що обговорюються, немає проміжної позиції. Цей фразеологізм часто використовується в контексті прийняття рішень, коли людина або група людей стикається з вибором.

Наприклад: The newspaper article presented the two sides of the argument in black and white, allowing readers to form their own opinions. – Газетна стаття представила дві сторони суперечки чорним по білому, дозволяючи читачам сформувати власну думку.

- the black sheep – паршива вівця; біла ворона

Складовими цього фразеологічного звороту є: “the” – означений артикль; “black” – прикметник чорний; “sheep” – іменник, означає “вівця”. “the black sheep” є фразеологізмом-метафорою, адже найменування “чорна вівця” з реального предмета (вівці) переноситься на людину. Колоронім “чорний” використовується у переносному значенні і вказує на негативну або відмінну від інших характеристику особи.

Дана ідіома використовується для позначення людини, яка відхиляється від загальних норм або очікувань, має негативну репутацію або веде несхожий спосіб життя порівняно з іншими членами групи або родини. Таке метафоричне значення пов'язане з тим, що раніше чорні вівці вважались менш корисними для господарства саме через темний колір їхньої шерсті.

Наприклад: Among the successful businessmen in our family, Kate is considered the black sheep because she never held a stable job. – Серед успішних бізнесменів у нашій родині, Катя вважається білою вороною, оскільки вона ніколи не мала стабільної роботи.

3. red – червоний

- a red herring – оманливий хід; привід для замилювання очей

Фразеологізм “a red herring” має наступну структуру: неозначений артикль “a” + прикметник “red” (червоний) + іменник “herring” (оселедець). Значення червоного кольору у даній метафоричній ідіомі не має прямого зв'язку з його семантикою, а використовується як описове слово, що позначає “хибний” або “оманливий”.

Основне значення цього фразеологізму полягає в тому, що він використовується для позначення чогось, особливо підказки, що вводить в оману, приховує справжню причину або відволікає увагу від основного питання. Вираз часто вживається у контексті обговорення аргументів, доказів, вказівок або інформації, які спрямовані на замилювання очей або зміну уваги учасників дискусії.

Наприклад: The company's sudden announcement of a new product launch looked like a red herring to distract investors from their financial problems. – Несподіване оголошення компанії про запуск нового продукту виглядало як оманливий хід, щоб відволікти увагу інвесторів від їхніх фінансових проблем.

- paint the town red – веселитися як ніколи; яскраво провести час

Основними елементами цього фразеологізму є: “paint” – дієслово, що означає “фарбувати”; “the” – означений артикль; “town” – іменник, що вказує на місто або населений пункт; “red” – прикметник, що означає “червоний”. Значення червоного кольору у даному виразі є метафоричним – він символізує жвавість, енергію і святковий настрій.

Значення фразеологізму “paint the town red” полягає в описі жвавої, веселої, незвичайної та екстравагантної розваги або витівок, які зазвичай відбуваються у великому місті або нічному клубі. Він передає ідею безтурботної розваги, де люди відпускають всі проблеми та тривоги і насолоджуються життям, влаштовуючи незабутній вечір або ніч, наповнену розвагами та позитивними емоціями. Даний вираз зазвичай використовують, коли мова йде про вечірки, свята, розіграші та різноманітні веселі пригоди.

Наприклад: After winning the championship, the team decided to paint the town red and celebrate their victory all night long. – Після перемоги в чемпіонаті команда вирішила повеселитись як ніколи та святкувати свою перемогу протягом всієї ночі.

- (like) a red rag to a bull – (як) червона ганчірка для бика

Дана ідіома має наступні складові: “like” – складний сполучник, що означає “ніби, як” (слово, яке може бути пропущене у фразеологізмі без зміни його основного значення); “a” – неозначений артикль; “red” – прикметник “червоний”; “rag” – іменник “ганчірка”; “to a bull” – прийменникове словосполучення “для бика”.

Значення фразеологізму “(like) a red rag to a bull” є метафоричним – він використовується для опису ситуації, коли певна дія, річ або висловлювання надмірно роздратовує або провокує когось, як це може бути у випадку бика, коли йому показують червону ганчірку. Він може застосовуватись у різних контекстах, від опису міжособистісних конфліктів до опису реакції на провокаційні дії чи заяви.

Наприклад: Mentioning her ex-boyfriend's name is like a red rag to a bull for her. – Згадка імені її колишнього хлопця для неї – це як червона ганчірка для бика.

4. yellow – жовтий

- have a yellow streak down one's back – бути боягузливим

Структурний аналіз даного фразеологізму включає наступні компоненти: “have” – дієслово, що вказує на володіння або наявність чогось; “a yellow streak” – ідіоматичний вираз, що складається з прикметника “yellow” (жовтий) та іменника “streak” (смужка); “down one's back” – прийменникова фраза, що передає місцезнаходження чогось на тілі людини, в даному випадку “жовта смуга” знаходиться “вздовж спини” або “вниз по спині”. Вираз побудований за схемою: “дієслово + прикметник + іменник + прийменникова фраза”.

У складі фразеологізму “yellow streak” вказує на боязкий, слабкий характер особи, “down one's back” вказує на те, що ця боягузливість пронизує всю особистість людини і впливає на всі її дії та рішення. Буквальне значення даної ідіоми – мати жовту смужку на спині.

Фразеологізм “have a yellow streak down one's back” виражає ідею, що особа є боягузом, яка легко піддається страху, не може стати на захист себе або інших, і не проявляє рішучості або мужності в складних ситуаціях.

Наприклад: Don't count on him to stand up for you in a difficult situation. He's known to have a yellow streak down his back. – Не розраховуй на те, що він заступиться за тебе у важкій ситуації. Відомо, що він той ще боягуз.

- have a yellow belly – бути лякливим; боягуз

Дана метафорична ідіома має у складі наступні слова: “have” – дієслово “мати, володіти”; “a” – неозначений артикль; “yellow” – прикметник “жовтий”; “belly” – іменник “живіт, пузо, череві”. Граматична структура: дієслово + артикль +

прикметник + іменник. Дослівно фразеологізм можна перекласти як “мати жовтий живіт”. У складі виразу “yellow” несе переносне значення “полохливий”, “легкодухий”.

Переносне значення фразеологізму полягає в тому, що він використовується для опису лякливої людини. Цей вираз передає негативне ставлення до такої особи через її слабку волю та відсутність відваги.

Наприклад: When it comes to taking risks, she has a yellow belly and always chooses the safer option. – Коли справа доходить до ризику, вона лякається і завжди обирає безпечніший варіант.

- wear yellow hose – відчувати заздрість

Фразеологізм складається з таких компонентів: “wear” – носити, вдягати; “yellow hose” – метафоричний вираз, що складається з “yellow” – жовтий та “hose” – панчохи. Схема побудови даного виразу: “дієслово + прикметник + іменник”.

В ідіомі “wear yellow hose”, “yellow” має символічне значення. В даному випадку, вживання жовтого кольору вказує на заздрість, бажання мати те, що належить іншим. Пряме значення може використовуватись у реальному житті, як “носити жовті панчохи”, а в переносному значенні – для вираження недовіри, підозри та заздрості.

Наприклад: It seems that Diana is wearing yellow hose now that her friend went to Weekend’s concert. – Схоже, Діана заздрить подрузі за те, що вона пішла на концерт Вікенда.

Висновки до Розділу 2

У даному розділі ми здійснили порівняльний аналіз структурно-семантичних особливостей 24 фразеологічних виразів з компонентом кольору в китайській та англійській мовах на матеріалі посібників та словників обраних мов. Було проаналізовано символічне значення 4 основних кольоронімів (білий, чорний, червоний, жовтий) у складі кожного фразеологізму.

Розглянувши їх, ми зробили висновок, що деякі фразеологізми неможливо перекласти дослівно, адже сприйняття кольору через культурні особливості кожного народу дуже відрізняються.

У обох мовах колірний компонент використовується для створення ідіоматичних виразів, які мають власні, часто метафоричні значення. Колороніми допомагають створити виразні образи та передати різні емоції та стани.

Крім того, варто зазначити, що в англійській мові ідіоми з компонентом кольору частіше використовуються для передачі фіксованого значення, яке може бути віддалено пов'язане з самим кольором, у китайській ж мові вони часто використовуються для створення метафор та асоціацій, що передають певний образ або ідею.

Щодо семантики фразеологічних виразів, можна виділити деякі спільні риси. Наприклад, у фразеологізмах з чорним кольором в обох мовах часто містяться негативні значення, пов'язані зі злочинністю, поганою репутацією або загальним поняттям зла, а в ідіомах з білим кольором нерідко виражається поняття чистоти, невинності, бездоганності. В цілому, значення кольорів в складі фразеологізмів обох мов можуть варіюватися в залежності від конкретного фразеологізму та контексту використання.

Порівняльний аналіз фразеологічних виразів з компонентом кольору в англійській та китайській мовах свідчить про важливу роль кольору в лексико-семантичній системі кожної мови. Використання фразеологізмів з компонентами кольору доповнює мовлення емоційними й експресивними виразами, надаючи мові більшу виразність та стилістичну насиченість.

ВИСНОВКИ

Фразеологізми, як засіб мовного вираження, включають у себе зв'язки слів, які мають фіксоване значення та є незмінними в мові. Вони відіграють важливу роль у мовленні, допомагаючи нам точніше та емоційніше виразити наші думки та почуття. А використання кольорів у складі фразеологізмів вносить ще більше глибини та барвистості до нашої комунікації. Кольори є потужними символами, що мають свої власні асоціації та значення у різних культурах. Вони втілюють емоції, настрої, створюють образність, а також відображають культурні та історичні особливості кожного народу.

У даній роботі ми здійснили порівняльний аналіз фразеологізмів з компонентом кольору у китайській та англійській мовах.

В ході дослідження нами були виконані такі завдання:

1. Встановити сутність поняття “фразеологізм” та підходи до визначення цього поняття. Для початку ми представили визначення, які надають нам авторитетні українські, англійські та китайські словники, навели приклади монографій та робіт таких видатних мовознавців, вчених та лінгвістів. З усіх наведених визначень ми дійшли висновку, що вчені, які досліджують фразеологізми, не досягли єдиного визначення цього явища. Ми вважаємо, що фразеологічну одиницю варто розглядати як стійке, цілісне лексико-граматичне утворення, що не підлягає подальшому розкладанню і не допускає всередині себе перестановки своїх частин. Фразеологізми відрізняються від звичайних мовних одиниць своєю стійкістю, семантичною цілісністю, метафоричністю, стабільністю, відтворюваністю та специфічними граматичними властивостями.

2. Дослідити місце колоративного компоненту у складі фразеологізму. Ми проаналізували праці Й. Гете, Б. Берліна та П. Кея, В. Бакстера, що зосередили свої дослідження на визначенні та класифікації основних колоронімів, розглянули дослідження колоронімів у складі фразеологізму англійської мови науковця О. Башманівського та визначили, що в кожній культурі існують свої системи колірних символів, які відображаються в фразеологічних картинах світу народів. Компонент

кольору у фразеологічних одиницях можуть мати пряме і переносне значення. Символіка певного кольору визначає метафоричне значення фразеологізму. Саме тому фразеологізми з компонентом кольору посідають важливе місце в міжкультурній комунікації.

3. Розглянути структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом кольору в китайській та англійській мовах. Відповідно, нами було обрано та проаналізовано 24 китайські та англійські фразеологізми з компонентом кольору та виявлено, що дані ідіоми в англійській мові використовуються переважно для передачі характеру людини, її емоційного стану, поведінки, соціальних характеристик. В китайській мові спостерігається більш широке використання фразеологічних виразів з компонентом кольору, вони, в більшості випадках, стосуються різноманітних явищ, називають або характеризують абстрактні поняття. Більша частина ідіом в обох мовах є оцінною, тобто виражає позитивну, негативну, рідко – нейтральну, оцінку. У китайській мові часто спостерігається багатоскладовість фразеологізмів, де колірний компонент поєднується з іншими словами для створення нового значення, наприклад, 洁白无瑕 (ідеальний). В англійській мові, зазвичай, зустрічаються односкладові фразеологізми, де колірний компонент займає окреме місце в структурі виразу, наприклад “red herring”(оманливий хід).

4. Здійснити порівняльний аналіз структурно-семантичних відмінностей фразеологізмів з компонентом кольору у китайській та англійських мовах. Після детального структурно-семантичного аналізу вибраних фразеологізмів ми дійшли висновку, що китайські та англійські колірні фразеологізми мають як спільні так і відмінні риси. За семантикою деякі кольори, наприклад, чорний та білий, мають однакове або схоже значення залежно від контексту використання. Структура фразеологізмів з компонентом кольору в обраних мовах відрізняються через особливості системи писемності, культурні уявлення про кольори та специфіку мовленнєвих засобів кожної мови.

Дослідження фразеологізмів з компонентом кольору у майбутньому допоможуть розширити наше розуміння культурного контексту та мовної виразності в англійській та китайській мовах, сприятимуть поглибленому аналізу вживання колірних фразеологізмів в різних сферах, таких як література, мистецтво, реклама та міжкультурна комунікація. Дослідження можуть також знайти практичне застосування у вивченні мови, де вони можуть допомогти студентам розширити свої мовні навички та культурну грамотність. Крім того, вони можуть послужити як основа для подальшого порівняльного дослідження фразеологізмів з компонентом кольору в інших мовах, що сприятиме збагаченню нашого загального знання про фразеологію та міжкультурну лінгвістику.

АНОТАЦІЯ

成语是语言的一个重要组成部分，它是一个固定的短语或词组，有其独特的含义和文化内涵。颜色作为成语的一个组成部分，起着重要的作用，它不仅描述了视觉感受，还具有深刻的象征意义。对两种语言中带有颜色成分的成语的结构-语义特征的研究，可以让我们发现这些表达方式在使用和解释上的共同特征和差异。

我们的研究主题是带有颜色成分的成语在中文和英文中的结构-语义特征。

我们的目的是比较中文和英文中带有颜色成分的成语。

如今，有大量的成语定义，而这些定义往往彼此不同。在第一章中，我们分析了乌克兰语、汉语和英语词典，以及知名语言学家和学者的专著和作品。我们发现了现代语言学中对“成语”一词定义的不同方法，以及成语中颜色成分的含义。我们调查了颜色词的本质和结构属性以及对其进行分类的不同方法。

在第二部分，我们采用连续抽样的方法，选择并分析了24个带有颜色成分的成语，反映了中国和英国人民的世界观。根据所选的带有颜色成分的成语，我们确定了它们的结构和语义特征，这使我们能够揭示这些成语在英语和汉语中使用的特殊性。我们分析了颜色的含义和含有这些颜色的成语之间的关系，并确定了这两种语言系统中这些表达的结构和解释的共同和独特的特征。

未来对带有颜色成分的成语的研究将有助于拓宽我们对英语、汉语的文化背景和语言表现力的理解。它们将有助于深入分析带有颜色成分的成语在不同领域的使用，如文学、艺术、广告和跨文化交流。这项研究还可以在语言学习中找到实际应用，它将帮助学生拓展他们的语言技能和文化素养。

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арделян, О. (2015). Проблеми дослідження ідіоматики в сучасній лінгвістиці. Наукові записки (137), 40–44. Відновлено з <https://core.ac.uk/download/pdf/83099743.pdf>
2. Башманівський, О. Л. (2011). Лексико-семантичні та граматичні особливості прикметника white в англійській мові. Вісник Житомирського державного університету, (55), 136. Відновлено з http://eprints.zu.edu.ua/5204/1/vip55_28.pdf
3. Білоноженко, В. М., Гнатюк, І. С., Дятчук, В. В., Неровня, Н. М., & Федоренко, Т. О. (2003). Словник фразеологізмів української мови. Київ, Наукова думка. Відновлено з <http://kropivnitsky.maup.com.ua/assets/files/slov557.pdf>
4. Денисюк, В. В. (2015). Фразотворча концепція О.О.Потебні і проблеми фразотворення. Мовознавство, (6), 53–65. Відновлено з https://movoznavstvo.org.ua/index.php?option=com_attachments&task=download&id=872
5. Іншаков, А. Є. (2013). Теоретичні засади дослідження колірної лексики в мовознавстві. Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. Кривий Ріг, 188-195. Відновлено з <https://journal.kdpu.edu.ua/filstd/article/view/528/525>
6. Кнодель, Л. В. (2019). Англійська кольорова ідіоматика. Київ, 202-256. Відновлено з https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/15032/1/20200305_307.pdf
7. Ковальська, І. В. (2001). Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англомовних художніх текстів). Відновлено з https://revolution.allbest.ru/languages/00377138_0.htm
8. Мельник, В. І., Качан, О. Ю. (2012). Кольороназви “жовтий” та “синій” у семантиці фразеологічної одиниці в англійській та французькій мовах. Філологічні студії. Збірник наукових праць, 120-123. Відновлено з <http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi->

- bin/irbis_nbuvcgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=stfil_2012_1_25
9. Рабош, Г. (2015). Фразеологізми у французькій мові. Вісник Львівського університету, (16), 192–199. Відновлено з https://intrel.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/VLNU_Mv_2015_363_26.pdf
 10. Словник лінгвістичних термінів. (1985). Вища школа. Відновлено з http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=191796
 11. Ужченко, В. Д., Ужченко, Д. В. (2005). Фразеологія сучасної української мови, Луганськ, Альма-матер, 32. Відновлено з http://irbis-nbuvcgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001789
 12. Українська мова: Енциклопедія. (2000). Українська енциклопедія. Відновлено з <http://litopys.org.ua/ukrmova/um.htm>
 13. Шевченко, О. М. (2010). Проблема співвідношення термінології в галузі фразеології китайської та української мов. Сходознавство, (49), 230–241. Відновлено з http://www.irbis-nbuvcgi-bin/irbis_nbuvcgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Skhodoz_2010_49-50_21
 14. Alsultan, M. (2020). Colour idioms: phraseological units with the colour designation component. A Scientific Quarterly Refereed Journal Issued by Lebanese French University–Erbil, 821. Відновлено з <https://journal.lfu.edu.krd/ojs/index.php/qzj/article/view/73/69>
 15. Bally, C. (1935). Le langage et la vie. M. Niehans. Відновлено з https://books.google.ro/books/about/Le_langage_et_la_vie.html?id=9M84AAAAIAAJ&redir_esc=y

16. Berlin, B., Key, P. (1969). Universality and evolution of basic color terms. Working paper number 1, University of California Berkeley, 14-15. Відновлено з <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED019655.pdf>
17. Binyong, Y. (2015). 101 common chinese idioms and set phrases. Beijing: Sinolingua Press.
18. Fang, D., Lixin. L. (2007). Handbook of chinese idioms. (1st ed.). Peking University Press
19. Franck, M. E. (2002). Chinese color word evolution. University of Massachusetts Amherst, 10-11. Відновлено з <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2661&context=theses>
20. He, J., Wang, N., & Dong, K. (2015). 辞源 (第三版). The Commercial Press.
21. Kleeman, J. (2010). The Oxford Chinese dictionary: English–Chinese – Chinese English. New York, NY.
22. Siefring, J. (Ed.). (2004). The Oxford dictionary of idioms (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press. Відновлено з <http://ngoangu.vimaru.edu.vn/wp-content/uploads/documents/Oxford-Dictionary-of-Idioms-1.pdf>
23. Spears, R. A. (2004). McGraw-Hill's dictionary of American idioms and phrasal verbs. Chicago: McGraw-Hill. Відновлено з https://www.sausd.us/cms/lib/CA01000471/Centricity/domain/1835/dictionaries/Dictionary_of_American_Idioms_.pdf
24. Wu, J. (2011). “The evolution of basic color terms in Chinese”. Journal of Chinese Linguistics, 39 (1), 76-77. Відновлено з https://www.researchgate.net/publication/298894143_The_evolution_of_basic_color_terms_in_Chinese
25. 葛本仪. (2004). 现代汉语词汇学. 山东人民出版社. Відновлено з <https://www.scribd.com/document/357753914/%E8%91%9B%E6%9C%AC%E4%BB%AA-%E7%8E%B0%E4%BB%A3%E6%B1%89%E8%AF%AD%E8%AF%8D%E6%B1%87%E5%AD%A6#>

26. 黄伯荣, 廖序东. (2017). 现代汉语. 高等教育出版社. Відновлено 3
<https://www.scribd.com/document/592490725/%E7%8E%B0%E4%BB%A3%E6%B1%89%E8%AF%AD-%E5%A2%9E%E8%AE%A2%E5%85%AD%E7%89%88-%E4%B8%8B%E5%86%8C-%E9%BB%84%E4%BC%AF%E8%8D%A3-%E5%BB%96%E5%BA%8F%E4%B8%9C-z-lib-org>
27. 马国凡. (1983). 成语. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社. Відновлено 3
https://books.google.com.ua/books/about/%E6%88%90%E8%AF%AD.html?id=SXplAAAAIAAJ&redir_esc=y
28. 倪宝元. (1990). 成语九章. 杭州: 浙江教育出版社.
29. 邵敬敏. (2001). 现代汉语通论. 上海教育出版社. Відновлено 3
<https://www.scribd.com/document/515279616/%E7%8E%B0%E4%BB%A3%E6%B1%89%E8%AF%AD%E9%80%9A%E8%AE%BA-%E9%82%B5%E6%95%AC%E6%95%8F>
30. 史式著. (1979). 汉语成语研究. 四川人民出版社. Відновлено 3
https://books.google.com.ua/books/about/%E6%B1%89%E8%AF%AD%E6%88%90%E8%AF%AD%E7%A0%94%E7%A9%B6.html?id=ca9smwEACAAJ&redir_esc=y
31. 吴邦成. (2003). 中华成语典故通. (1-3册). 合肥: 黄山书社.
32. 现代汉语词典第八版. (2012). 北京: 商务印书馆.
33. 杨忠, & 林正军. (2006). 语言学概论. 东北师范大学. Відновлено 3
<https://www.academia.edu/8216172/%E8%AF%AD%E8%A8%80%E5%AD%A6%E6%A6%82%E8%AE%BA>
34. 俞敏, 黄智显. (1956) 语言学概论.