Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської філології і філософії мови

Курсова робота

Дослідження фразеологізмів з компонентом-колоронімом у психолінгвістичному аспекті

Жеми Олександри Юріївни
студентки групи Па 03-21
факультету германської філології і перекладу
денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія

Науковий керівник
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри
Терехова Діана Іванівна

Національна шкала зараховано
Кількість балів 76
Оцінка ЄКТС C

Київ – 2024

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Department of English Philology and Philosophy of Language

Course Paper

The study of phraseological units with a coloronym component in the psycholinguistic aspect

Oleksandra Zhema
Group Pa 03-21
The Faculty of Germanic Philology and Translation
Full-Time Study
Speciality 035 Philology

Research Adviser
Assoc. Prof. Diana Terekhova
PhD (Linguistics)

Kyiv – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП..... 4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРОНІМОМ..... 7

1.1.Концепція кольору в англійській та українській мовах..... 7

1.2. Типологія колорономінацій.....9

1.3. Специфіка перекладу англійських фразеологізмів..... 10

Висновок до розділу 1.....11

РОЗДІЛ 2. ЕТНОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА СПРИЙНЯТТЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРОНІМОМ.....13

2.1. Характеристика асоціативних полів української та англійської мов у зіставному аспекті..... 13

2.2 Дослідження концепції кольору ЧОРНИЙ у сприйнятті українців та американців.....16

Висновки до розділу 2.....20

ВИСНОВКИ.....22

SUMMARY.....24

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....25

ДОДАТКИ.....27

ВСТУП

Актуальність теми. В усьому світі мова відображає особливості та унікальні риси світогляду народу. Фразеологічні одиниці є немалою частиною впливу на загальне формування концептів мови та її сприйняття. Особливо, якщо йдеться про колороніми, адже колір є базовою основою сприйняття навколишнього світу, що породив незліченну кількість асоціативних концептів мови, вплинувши на мову загалом. Мова як засіб спілкування не може існувати окремо від виміру кольору в ній, деякі науковці, найвідомішим прикладом є Платон, вважав колір окремим відчуттям, виміром. Він намагався дослідити колір з урахуванням концептуальної складової і його вплив на наше сприйняття, тому згрупував свої дослідження в окрему теорію. Безумовно, науковці віками намагалися пояснити природу кольору, ми спробуємо дослідити концепцію і феномен кольору в мові і його вплив на сприйняття та психіку людини. Проте не зайвим буде наголосити, що колір – це якісний показник, він притаманний усім матеріальним об′єктам, показник, який прив′язаний до концепту. Концепт кольору присутній у мові, проте парадоксальним є той факт, що без зорового сприйняття його неможливо пояснити за допомогою інструментарію мови. Саме тому люди з вадами зору не можуть зрозуміти різницю між назвами кольорів, які вони не здатні візуально сприймати, бо в них відсутня характеристика об’єкту, за якою в ланцюжку співвідношення мав сформуватися образ відповідно до концепту кольору. Кольорові знаки, символи та компоненти відповідають за відображення концепту кольору у мові і його закріплення у сприйнятті мовців. Проте хоча концепт кольору єдиний і колективний, у кожного етнічного представника певної мовної групи сприйняття відрізняється і варіюється. Тому немає єдино правильно і абсолютно еквівалентного перекладу компоненту кольору у мовних конструкціях різних мов, є лише подібні за значенням відповідники, адже

формування мовних одиниць з компонентом колоронімом у різних культурах відбувалося по-різному.

Дослідження базується на доробку науковців із зазначеної проблематики, до прикладу: на методології та типології Г. Яворської щодо кольоро-назв та семантичному підході до аналізу запропонованої теми; на роботах Т. Лисенко стосовно культурологічного аспекту впливу колоронімії на різні етноси. Варто зазначити роботу О. Пустовіт, яка містить влучні приклади фразеологізмів, де компонент кольору втратив своє денотативне значення, та ін. Аналіз робіт попередників доповнений розширеним оглядом проблематики теми та окресленням саме психолінгвістичного аспекту колоронімії у фразеологізмах.

Мета роботи – це психолінгвістичний аналіз фразеологізмів з компонентом-колоронімом.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких взаємопов′язаних **завдань**:

- охарактеризувати стан вивчення проблеми у працях лінгвістів та визначити теоретичні основи дослідження;
- охарактеризувати специфіку концепту кольору в англійській та українській мовах;
- здійснити аналіз особливостей структури, значення та вживання досліджуваних фразеологізмів;
- охарактеризувати особливості перекладу фразеологізмів з компонентом колоронімом;

– з'ясувати специфіку сприйняття чорного кольору та фразеологізмів з відповідним компонентом-колоронімом мовцями різних етносів;

– зіставити експериментальний матеріал в українській та англійській мовах для виявлення спільного й відмінного.

Об’єктом дослідження виступають фразеологізми, що містять компонент-колоронім.

Предметом дослідження є етноспецифіка мовної свідомості, вербалізованої у фразеологізмах з компонентом-колоронімом в українській та англійській мовах.

Матеріалом дослідження слугують англійські та українські фразеологізми, що містять у своєму складі компоненти-колороніми, та експериментальні дані, які було отримано під час проведення вільного та спрямованого асоціативних експериментів в Україні та США, дані яких становлять: 104 анкети та 104 українськомовних респондентів, термін проведення експерименту: березень – квітень 2024 р., 28 анкет та 28 англійськомовних респондентів, термін проведення експерименту: квітень – травень 2024 р.

До **методів дослідження** належать такі: дедукція, формалізація, аналіз, синтез, порівняння, індукція, експеримент, гіпотеза, моделювання, спостереження тощо. Також зіставний метод дослідження фразеологізмів з компонентом-колоронімом у різних мовах з метою виявлення спільних та відмінних семантичних і когнітивних властивостей; асоціативний експеримент та інші.

Наукова новизна полягає у використанні оригінального експериментального матеріалу для дослідження теми.

Практичне значення: результати дослідження можна використати у курсах з теорії і практики письмового/усного перекладу з англійської та української мов, загального мовознавства та психолінгвістики.

Структура курсової роботи обумовлена обраною темою, визначеними завданнями і логікою дослідження, складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (20 робіт, у тому числі 9 англійською мовою) та додатків (таблиці).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРОНІМОМ

1.1.Концепція кольору в англійській та українській мовах.

Колір – це унікальна складова сприйняття світу людиною, адже це якісна характеристика об’єктів. Базуючись на характеристиці кольору, можна оцінити психолінгвістичну складову сприйняття кольору людиною. Ставлення мовця до об’єктів та понять може змінюватись залежно від асоціативної складової кольору. Різна перцепція кольору прослідковується в різних мовах залежно від культурологічного аспекту кольору та його уособлення в кожній із культур.

Колір є однією з констант або одним із принципів культури, що може служити своєрідною моделлю розвитку, що відображає шляхи формування, освоєння, закріплення в культурній пам’яті не тільки загальних, але й національно забарвлених культурно-значимих концептів (Лисенко, 2015: 126)

Завдяки словам кольору ми можемо передавати найбільш емоційно-забарвлені, глибокі почуття та наводити приклади порівняння, зрозумілі на первинному асоціативному рівні. Адже початкова мета кольору – це уособлювати поняття, що групує об’єкти за якісною фізичною характеристикою та переносити дану характеристику на інші мовні структури, наділяючи їх додатковим значенням. Без кольору не є можливими більшість художніх порівнянь та епітетів, адже головна мета цих засобів полягає у стилістичному забарвленні. Загалом стилістичний та лінгвістичний аспекти слів-колоронімів є неоціненним внеском у культурологічне надбання світу. Саме через варіативність та різноманітність кольорів та їхньої перцепції в різних культурах важливо вивчати міжкультурну складову цих понять для покращення міжкультурних комунікацій та розширення мовної картини світу, базуючись на різному трактуванні концептів кольору в різних мовах та культурах.

Концепт – це результат нагромадження відомостей про об’єкти та їх властивості та поєднання цих відомостей з особистими припущеннями, судженнями, уявленнями мовця про об’єкти світу (Довга, 2022: 2).

Як зазначає філологиня Г. Яворська, назви кольорів у різних мовах грають важливу роль через зазначені вище причини, а також:

1) назви кольорів у різних мовах світу класифікуються та вивчаються як у аспекті семантичної типології, так і з точки зору мовних та культурологічних універсалій;

2) процеси концептуалізації світу напряму залежать від мовної картини світу, що у свою чергу включає аналітичне вивчення назв кольорів та зіставлене порівняння їх у різних мовах світу задля окреслення національно-специфічних моделей етносів та країн світу (Лисенко, 2015: 125).

Отже, сприйняття кольору та використання колоронімів мовцем напряму залежить від асоціативних зав’язків, що є сталими у мові та на яких базується сприйняття кольору мовцем, що є носієм концепту, ілюстрацією зазначеного вище є такі приклади сталих асоціативних зав’язків та прототипів концепту кольору у більшості мов світу: для зеленого кольору таким прототипом є рослинність, для блакитного – небо, для червоного – кров та вогонь тощо. Проте варто враховувати, що сталі концепції та їх співвідношення до зазначених прототипів є лише тенденцією уподібнення у загальній картині мов світу, але така тенденція не може бути правилом, оскільки з лінгвокультурологічної точки зору сприйняття кольору пов’язане з зазначеними нижче факторами:

1) особистий досвід мовця як носія культури та концепції сприйняття кольору в окремому мовному контексті, що впливає на загальну мовну картину світу, і є рушійною силою змін та, або, розширення трактування колоронімічного елементу, а також первинного об’єкту прототипу.

2) різноманіття лінгвокультур, що формувалися під дією різних лінгвістичних процесів, що повпливали на уособлення кольору та подальше утворення концептуально пов'язаних колоронімів у різних мовах.

1.2. Типологія колорономінацій

Лінгвістична типологія кольорів базується на виокремленні кольорів основного спектру та похідного спектру за критерієм хроматичності, тобто кольорової складової колоративу та його якісної характеристики.

Колоративи, тобто складові фразеологізму-колороніму, втілюють порівняння з певним кольором: *білий як сметана* або метафоричне значення, яким наділено конкретний колір у сприйнятті мовця: *блакитна кров*.

Колорономінації – це якісна характеристика колоративу, вона базується на спектральній характеристиці кольору, що втілює певний колоратив. Інакше кажучи, існує дві категорії колоративів: хроматичні та ахроматичні, або безбарвні. До хроматичних належать усі кольори на позначення сонячного спектру: червоний, фіолетовий, помаранчевий, жовтий, зелений, блакитний, синій. Основними кольорами спектру вибірки кольорів є червоний, жовтий і синій. Хроматичні кольори можуть поділятися на теплі та холодні. До теплих належать яскраві кольори, які втілюють концепти асоційовані з теплом і сонцем – червоний, помаранчевий, жовтий, а також зелені, коричневі, бордові, кольори з відтінками перших трьох (жовто-зелені, помаранчево-коричневі, бордово-червоні); до холодних – синій, зелений, фіолетовий та блакитний. Проте також існують лексеми для вираження ахроматичних кольорів – вони відрізняються один від одного лише здатністю відбивати сонячне світло (показник альбедо), а саме: білий, чорний та усі проміжні відтінки сірого. (Печенюк, 2009: 191)

Вжиті на початку приклади фразеологізмів з компонентом-колоронімом можна також класифікувати за наведеною типологією:

- *білий як сметана* - ахроматичний компонент колоратив
- *блакитна кров* - хроматичний компонент колоратив (холодний)

Проте варто зазначити, що в різних мовах хроматична типологія колорономінацій може відрізнятися від загальної лінгвістичної теорії, до прикладу, в українській мові виділяють сім основних хроматичних кольорів (жовтий, червоний, помаранчевий, блакитний, синій, зелений та фіолетовий) і три ахроматичних (сірий, білий та чорний), а в англійській мові до основних належить лише шість кольорів: червоний (red), жовтий (yellow), зелений (green), блакитний та синій (blue), чорний (black), білий (white).

Так само як сприйняття кольорів різниться поміж культурних та мовних груп, ставлення до ахроматичних та хроматичних колоративів набуває різних значень: до прикладу, в більшості культур з хроматичними колоративами пов'язана асоціація з природними компонентами та явищами: *блакитне небо, синє море, зелений мов трава* і т. п. Водночас як за ахроматичними закріпились нематеріальні поняття: *білий світ, срібний вік, золотий грааль*.

1.3. Специфіка перекладу англійських фразеологізмів

Переклад фразеологічних одиниць ускладнюється тим, що їх компоненти втратили свою семантику в межах цих сполучень. Саме тому переклад фразеологізмів, зокрема фразеологізмів з компонентом-колоронімом, має на меті знайти еквівалент, або у випадку його відсутності використати потрібні трансформації та лінгвістичні методи, що якомога точніше передають значення цільного фразеологізму як лексично, так і стилістично не змінюючи контексту.

У сучасному перекладознавстві виокремлюють два види перекладу фразеологізмів:

1) фразеологічний підхід, метою якого є пошук еквіваленту або аналогу, що якомога краще передає лексичне значення фразеологічної одиниці;

2) нефразеологічний підхід, метою якого є використання калькування та експлікації під час перекладу фразеологізму (Карабан, 2004; Корунець, 2017; Ткачик, 2014).

Значення фразеологізму неможливо збагнути без попереднього вивчення або усвідомлення значення як його компонентів, так і етимології, адже саме етимологічне підґрунтя використання фразеологічної одиниці дає нам змогу зрозуміти причину її функціонування в певному контексті. Особливу увагу акцентуємо на фразеологізмах з компонентом-колоронімом, що є об'єктом дослідження. Без розуміння та відслідковування асоціативних зв’язків між первинним концептом-прототипом та накладеним конотативним значенням осягнути розуміння причини використання фразеологічної одиниці з компонентом-колоронімом неможливо, до прикладу: український фразеологізм *молодий да зелений*, де *зелений* має первинне значення пов’язане з концептом-прототипом рослини, тобто *зелений немов трава на весні*; той, що ще не має достатньо досвіду, а отже *молодий*. Первинне значення колоронім зелений (green) має також у фразеологізмі англійського походження *green wound*, що перекладається як *свіжа рана*, або ж колоронім коричневий (brown) у фразеологізмі *as brown as a berry* означає *зовсім темний, загорілий, неприродньо темний* (Пустовіт, 2000: 174)

Висновок до розділу 1

У цьому розділі розглянуто особливості фразеологізмів, зокрема фразеологічних одиниць з компонентом-колоронімом, також особливості їхнього перекладу. Наведено типологічну класифікацію колоронімів за якісними характеристиками в українській та англійській мовах. Визначено прагматичні та семантичні аспекти, що впливають на психолінгвістичний аналіз колорономінацій.

Мета роботи – психолінгвістичний аналіз фразеологізмів з компонентом-колоронімом – передбачає вивченні їхніх лінгвокультурологічних особливостей у різних мовах, що надає змогу науковцям оперувати ширшим спектром знань у міжкультурній комунікації, окреслити специфіку національно-мовної картини світу етносів.

Основні труднощі у перекладі фразеологізмів з компонентом-колоронімом полягають у тому, їх складники втратили свою семантику

повністю або частково відповідно до виду фразеологічних одиниць і ступеня злютованості компонентів. Для коректного перекладу фразеологізму з компонентом-колоронімом використовують такі види: фразеологічний, нефразеологічний, а також перекладацькі трансформації та перекладацький збіг.

РОЗДІЛ 2. ЕТНОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА СПРИЙНЯТТЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРОНІМОМ

2.1. Характеристика асоціативних полів української та англійської мов у зіставному аспекті

Як зазначено вище, матеріалом дослідження є результати психолінгвістичних експериментів: вільного асоціативного експерименту зі стимулами ЧОРНИЙ / BLACK; спрямованого асоціативного експерименту із завданням записати фразеологізм зі словом ЧОРНИЙ – для українських респондентів, аналогічне – для американських респондентів. Експерименти проведено серед українців (104) та американців (28) у період з березня до травня 2024 року, що зазначено в додатках А і Б.

Про асоціації в мові вперше почав говорити В. Гумбольдт. Проаналізувавши діалектику суб'єктивності та об'єктивності, він зазначав, що розуміння виникає тому, що люди "... торкаються тих самих клавіш своїх розумових інструментів, так що відповідні, але не ідентичні значення спадають на думку кожного (Гумбольдт, 1984, с. 166).

Слова-стимули, що були задіяні у вільному асоціативному експерименті, а саме ЧОРНИЙ / BLACK, мають одне денотативне значення в українській та англійській мовах, проте конотації, накладені за допомогою сталих концептів та пов'язаних асоціацій, різняться залежно від соціокультурного аспекту. Мовна картина світу та соціокультурне середовище постійно змінюються, а отже надзвичайно важливо оновлювати та відслідковувати, як концепти кольорів, так і самі колороніми, адже вони можуть набувати нових відтінків та конотативних значень. Фразеологізм може почати використовуватись мовцями в новому контексті, або навпаки поступово втрачати одне зі своїх значень, тим самим активно змінюючи контекст використання. Найкращий спосіб отримати найактуальніші дані та проаналізувати сприйняття колоронімів мовцями – це проведення вільного асоціативного експерименту.

Для слів-стимулів асоціативних полів фразеологізмів з компонентом-колоронімом ЧОРНИЙ/BLACK була підрахована частотність їхнього вживання. Найбільш частотні реакції стали ядерними, менш частотні – периферійними. Розглянемо результати спрямованого асоціативного експерименту щодо фразеологізмів з компонентом-колоронімом ЧОРНИЙ/BLACK в асоціативному полі української та англійської мов, структуру яких наведено в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Ядра та близька периферія асоціативних полів стимулів ЧОРНИЙ / BLACK до фразеологізмів з компонентом-колоронімом

№ з/п	Ядро асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ до фразеологізмів з компонентом-колоронімом	Ядро асоціативного поля стимулу BLACK до фразеологізмів з компонентом-колоронімом
1.	*Чорний, як смола/смоль (16)*	*Black sheep (7)*
2.	*Чорна кішка пробігла/чорний кіт пробіг між ними (10)*	*black as night (3)*
3.	*Чорний як ворон (6)*	-
4.	*Відкласти на чорний день (5)*	-
5.	*Чорний як ніч (5)*	-
6.	*Чорним по білому (5)*	-
7.	*Видавати біле за чорне (3)*	-

У таблиці наведено найчастотніші показники реакцій українських та американських респондентів.

Для асоціативного поля компонента-колороніма ЧОРНИЙ найчастотнішою ядерною реакцією є фразеологізм *Чорний, як смола/смоль*, а для поля компонента-колороніма BLACK найчастотнішою ядерною реакцією є ідіома *Black sheep*

Задля коректного зіставлення асоціативних полів здійснено підрахунок у відсотковому співвідношенні.

Найбільш розповсюджена ядерна реакція в українськомовному опитуванні – *чорний, як смола/смоль* – перш за все має значення *дуже чорний*, тобто це ступінь порівняння певного об'єкта за ознакою кольору. Можна зробити висновок, що українські респонденти сприймають колоронім чорний як компонент фразеологізму лише з практичного боку у використанні для порівняння якісної характеристики об'єктів. З точки зору емоційного забарвлення цей фразеологізм дає більш негативну характеристику, ніж позитивну, наприклад: *оце ти забруднився, чорний, як смола!*

З іншого боку, маємо найбільш розповсюджену ядерну реакцію в англійській мові – *black sheep*, що має значення: той, хто ставить у незручне становище групу або сім'ю через те, що відрізняється від інших або потрапив/ла в халепу, аутсайдер, чужий серед своїх. Отже, можемо зробити висновок, що англійськомовні респонденти (США) сприймають колоронім BLACK як компонент фразеологізму, на відміну від українських респондентів, не лише з практичної точки зору використання задля оцінки кольору, а з емоційним забарвленням, а саме, з емоцією недовіри та острахом, що окреслюють негативне забарвлення цього фразеологізму.

В асоціативному полі стимулу ЧОРНИЙ до фразеологізмів з компонентом-колоронімом зафіксовано реакцію близької периферії, а саме: *Видавати біле за чорне (3)*, а також реакції дальньої периферії: *Наганяти чорну хмару (2); Чорна вівця у стаді білих (2); Чорна злість (2); Чорне серце (2); Чорний квадрат (2); Чорний колір (2); Костюм (1); Пуста місцевість (1); Птах (1); Хліб (1); Скільки вовка не корми все одно в чорний ліс дивиться (1); Чорніше чорної землі (1); Чорний список (1); Чорна вдова (1); Чорна людина*

(1); Чорна невдячність (1); Чорна рада (1); Чорноброва дівчина (1); Чорний дельфін(1); Чорний жук (1); Чорний гумор (1); Чорний як вугілля (1); Чорний як нафта (1); Чорний, як сім галок (1); Чорний лебідь (1); Чорний рот (1). Проаналізувавши ядерні реакції та реакції периферії полів стимулів фразеологізмів з компонентом-колоронімом ЧОРНИЙ, було виявлено фразеологізми, що мають негативне емоційне забарвлення, вони складають 11%.

У полі стимулу BLACK до фразеологізмів з компонентом-колоронімом BLACK було зафіксовано реакції дальньої та ближньої периферії: *IDK (4); Dark (2); A splash of color (1); BBC (1); Black day (1); Black don't crack (1); Black out (1); Black reputation (1); Black tie (1); My dog (1); Sirius (1); Trump's heart is black (1); White (1).* У процесі аналізу ядерних реакцій та реакції периферії асоціативних полів стимулу BLACK до фразеологізмів з компонентом-колоронімом виявлено 18 %. фразеологізмів, що мають негативне емоційне забарвлення.

2.2 Дослідження концепції кольору ЧОРНИЙ у сприйнятті українців та американців.

У результаті дослідження та порівняння ядерних реакцій та реакцій периферії асоціативних полів української та англійської мов помічено декілька еквівалентів, що слугують прикладами інтернаціональних фразеологічних одиниць, концепти яких будувалися на якісному параметрі опису – кольорі:

- *чорна кішка /чорний кіт (10) – Black cat (1)* – (символ злих прикмет)
- *чорний день (5) – Black day (1)* – (випадок крайньої скрути)
- *Чорний як ніч (5) – black as night (3)* – (насуплений, перетривожений)

Оскільки етимологія фразеологізму будується на первинній асоціації та концепті сприйняття кольору, було проведено, як зазначалося, вільний

асоціативний експеримент у вигляді анкетування американських та українських респондентів з метою дослідження концепції чорного кольору у їх свідомості. Розглянемо результати дослідження асоціативних полів стимулів ЧОРНИЙ / BLACK в українській та англійській мовах, які наведено в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

Ядра та близька периферія асоціативних полів стимулів ЧОРНИЙ / BLACK

№ з/п	Ядро асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ	Ядро асоціативного поля стимулу BLACK
1.	*Колір (19)*	*Color (6)*
2.	*Білий (15)*	*White (5)*
3.	*Ніч (7)*	*Dark(ness) (3)*
4.	*Кіт (4)*	-
5.	*Чорний Квадрат (4)*	-
6.	*Темний/темрява (3)*	-
7.	*Смерть (3)*	-
8.	*Афроамериканець (3)*	

У таблиці наведено найчастотніші показники реакцій українських та американських респондентів (ядра полів).

Для слова-стимула ЧОРНИЙ найчастотнішою ядерною реакцією є *колір (19)*, аналогічно для слова-стимула BLACK найчастотнішою ядерною реакцією є *Color (6)*. Цікаво, що співпадіння виявлено у других за частотою реакціях в обох полях та в реакції ближньої периферії: для слова-стимула BLACK – *White (5)*, а для слова-стимула ЧОРНИЙ – *Білий (15)*, а також для слова-стимула BLACK – *Dark(ness) (3)*, а для слова-стимула ЧОРНИЙ – *Темний/темрява (3)*.

Отже, можна зробити висновки, що перцепція кольору та сприйняття концепту ЧОРНИЙ в українців і американців подібне, саме тому в

попередньому підрозділі вдалось знайти еквівалентні фразеологізми у порівнюваних полях, адже з подібності сприйняття концепції кольору у досліджуваних лінгвокультурах випливає і еквівалентність фразеологізмів як результат.

Для слова-стимула ЧОРНИЙ було зафіксовано такі ядерні реакції: *Колір (19), Білий (15), Ніч (7).* Ядерні реакції слова-стимула ЧОРНИЙ нейтральні за емоційним забарвленням, так само як і для слова-стимула BLACK*: Color (6), White (5), Dark(ness) (3)*. Можна зробити висновок, що перша асоціація з кольором ЧОРНИЙ в обох досліджуваних лінгвокультурах є подібною і менш емоційно забарвленою. Що навпаки не можна сказати про ближню і дальню периферію.

Для асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ було зафіксовано такі реакції ближньої периферії: *Кіт (4); Чорний Квадрат (4); Афроамериканець (3); Смерть (3); Темний/темрява (3)*, а для асоціативного поля стимулу BLACK зафіксовано лише одну реакцію ближньої периферії: *Dark(ness) (3)*.

Також було зафіксовано такі реакції дальньої периферії для асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ: *Класика (2); Не знаю (2); Прізвище (2); Светр (2); Бархат (1); Брови (1); Війна (1); Ворон (1); Впевненість (1); Грунт (1); Гумор (1); Діра (1); Дім (1); Журба (1); Інь (1); Кішка (1); Костюм (1); Край (1); Лебідь (1); Мустанг (1); Ненависть (1); Непрозорий (1); нитка (1); Перець (1); Птах (1); Прапор (1); Практичний (1); Принц (1); Спокій (1); Стрічка (1); Строгість (1); Траур (1); Фарба (1); Хліб (1); Чай (1); Цікавий (1); голуб (1); Море (1).*

Проаналізувавши ядерні реакції та реакції периферії для асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ, можна зазначити, що більшість реакцій є нейтральними, проте зустрічаються дуже негативно емоційно-забарвлені відповіді, такі як: *Смерть (3), Журба (1), Ненависть (1)* та *Траур (1)*, що становлять всього 3% від загальної картини, що набагато менше, ніж аналогічний показник у фразеологізмах (11%). Отже, можна зробити висновок, що у сприйнятті українців та повсякденному використанні

фразеологізмів з негативним забарвленням більше, ніж негативних асоціацій з кольором ЧОРНИЙ.

Для асоціативного поля стимулу BLACK було зафіксовано такі реакції дальньої периферії: *IDK (2); African-American (1); Balance (1); Cat (1); Classic (1); Dress (1); Future (1); My dog (1); Shade (1); Sheep (1); Sirius (1); Sky (1); Whisky (1).*

Проаналізувавши ядерні реакції та реакції периферії для асоціативного поля стимулу BLACK, можна зазначити, що більшість реакцій є нейтральними, проте виявлено негативно емоційно-забарвлені відповіді, такі як *Sheep (1), Future (1), Cat (1), Dark(ness) (3)*, що становлять всього 14%. Отже, можна зробити висновок, що у сприйнятті американців та повсякденному використанні фразеологізмів з негативним забарвленням більше, ніж негативних асоціацій з кольором ЧОРНИЙ, так само як і у випадку з результатами українськомовного дослідження.

Варто зазначити, що в обох полях присутня реакція: *Афроамериканець (3) та African-American (1)*, що ілюструє історичний контекст, у якому перебувають респонденти обох лінгвокультур. Оскільки було проаналізовано асоціативні поля концепту кольору ЧОРНИЙ, можна зауважити, що респонденти, які надали вище зазначені реакції, асоціюють колір з расою, що може характеризувати сенс вкладений респондентами у ці реакції. Безумовно, американські респонденти вкладають у цю асоціацію історичні події, пов'язані з відстоюванням прав афро-американців на території США, однак українські респонденти не мають такого історичного контексту у своїй культурі, тому асоціація побудована переважно на досвіді комунікації з іноземцями. Можна прослідкувати кількість, вищезазначених реакцій асоціативного поля стимулу BLACK, що становить 3,5% та кількість реакцій асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ, що становить 3%.

Повертаючись до підрозділу 1.3, де було охарактеризовано особливості перекладу фразеологізмів з компонентом-колоронімом, варто зауважити, що попри те, що в асоціативних полях стимулів ЧОРНИЙ/BLACK до

фразеологізмів з компонентами-колоронімами зустрічались фразеологічні одиниці, що є відповідниками одне одному в українській та англійській мовах, вони можуть бути перекладені згідно з зазначеними нормами, спираючись на контекст, до прикладу *чорний як ніч – black as night* – (насуплений, перетривожений) може бути перекладений не дослівно, залежно від контексту: *why do you act as you are black as night, what happened? – чому ти такий насуплений сьогодні, як глуха ніч, що сталося?*

Висновки до розділу 2

У другому розділі було презентовано результати аналізу вільного та спрямованого асоціативних експериментів серед українськомовної та англійськомовної спільнот. Опрацювавши реакції респондентів, представників української та американської лінгвокультур, можна помітити подібності у сприйнятті концепту ЧОРНИЙ, що базуються на наявності загальних асоціацій щодо кольору ЧОРНИЙ, побудованих за схожим принципом, прикладом таких подібностей у сприйнятті концепту ЧОРНИЙ є ядерні реакції асоціативних полів ЧОРНИЙ – *Колір (19)* і BLACK – *Color (6)*, а також ядерні реакції, які за базуються на принципі протиставлення, а саме у ядерних реакціях асоціативних полів ЧОРНИЙ – *Білий (15)* і BLACK – *White (5).*

Засвідчити подібність під час аналізу результатів дослідження також вдалося у відсотковому співвідношенні кількості фразеологізмів з негативним емоційно-забарвленим значенням до концептів в обох групах мовців, адже прослідковується тенденція, що в ядерних реакціях та реакціях периферії для асоціативного поля стимулу ЧОРНИЙ негативно емоційно-забарвлені відповіді становлять всього 3% від загальної картини, що набагато менше, ніж аналогічний показник у асоціативному полі стимулу ЧОРНИЙ до фразеологзмів (11%).

Отже, можна зробити висновок, що у сприйнятті українців та повсякденному використанні фразеологізмів з негативним забарвленням

більше, ніж негативних асоціацій з кольором ЧОРНИЙ. Так само як і у ядерних реакціях та реакціях периферії для асоціативного поля стимулу BLACK, адже негативно емоційно-забарвлені відповіді становлять 14%, порівняно менше ніж аналогічний показник у фразеологізмах (18%). Отже, можна зробити висновок, що у сприйнятті американців та повсякденному використанні фразеологізмів з негативним забарвленням більше, ніж негативних асоціацій з кольором BLACK, так само як і у випадку з результатами україномовного дослідження.

Якщо розглядати розбіжності, то можна виокремити найбільш розповсюджену ядерну реакцію в українськомовному опитуванні – *"Чорний, як смола/смоль"* та найбільш розповсюджену ядерну реакцію в англійськомовному опитувані – *"Black sheep"*, що вказує на розбіжності у сприйнятті фразеологізмів з компонентом колоронімом на емоційному рівні, що співвідносяться з емоційним сприйняттям англійськомовних респондентів та менш емоційним сприйняттям українськомовних респондентів з точки зору негативізму концепту ЧОРНИЙ.

ВИСНОВКИ

Упродовж багатьох десятків і, навіть, сотень років науковці намагались дослідити мову, а також її вплив на процес мислення та формування нашого ставлення до речей, зараз є окрема прикладна наука – психолінгвістика, яка спеціалізується на вивченні впливів мови на когнітивні здібності людини. Концепція кольору є масивною складовою нашого сприйняття світу, а тому процеси, пов'язані з описом кольору та використання мовних структур з компонентами кольору, є неймовірно важливими у психолінгвістиці, лінгвокультурології, психосемантиці та багатьох інших прикладних науках.

У роботі представлено результати аналізу матеріалів асоціативних експериментів, проведених у двох спільнотах з різним мовним та культурним факторами.

Українські респонденти показали результат більш практичного та менш емоційно-забарвленого використання фразеологізмів з компонентом-колоронімом ЧОРНИЙ.

Основні асоціати до слова-стимулу ЧОРНИЙ до фразеологізмів з компонентом-колоронімом

- Чорний, як смола/смоль – 16%
- Чорна кішка пробігла/чорний кіт пробіг між ними – 10%
- Чорний як ворон – 6%
- Чорним по білому – 5%

Основні асоціати до слова-стимулу ЧОРНИЙ

- Колір – 19%
- Білий – 15%
- Ніч – 7%

Американські респонденти навпаки мають більш емоційно мотивований підхід до використання фразеологізмів з компонентом-колоронімом

Основні асоціати до слова-стимулу BLACK до фразеологізмів з компонентом-колоронімом

- Black sheep – 25%
- black as night – 11%
- Black day – 3,5%
- Black reputation – 3,5%

Основні асоціати до стимулу BLACK

- Dark(ness) – 11%
- Sky – 3,5%
- Classic – 3,5%

Однак тенденції подібності між двома досліджуваними мовними картинами світу присутні, до прикладу, співпадіння перших двох найчастотніших реакцій при зіставленні асоціативних полів стимулів ЧОРНИЙ/BLACK (Колір – 19% та Color – 21%; Білий – 15% та White – 18%)

Дослідження ілюструє закономірність, яка часто прослідковується в аналізі між різними на перший погляд культурами. Завжди можна знайти у мовній картині досліджуваних етносів подібності, як і відмінності, і саме ці ознаки характеризують унікальність сприйняття кожного з них.

SUMMARY

The aim of this research is to perform a psycholinguistic analysis of phraseological units with a coloronym component.

The main goals of this work are as stated:

- characterize the state of study of the problem in the works of linguists and determine the theoretical foundations of the research;
- to characterize the specifics of the concept of color in English and Ukrainian;
- to analyze the peculiarities of the structure, meaning and use of the studied phraseological units;
- to characterize the peculiarities of translation of phraseological units with a coloronym component;
- to find out the specifics of the perception of the black color and phraseological units with the corresponding coloronim component by speakers of different ethnic groups;
- to compare the experimental material in Ukrainian and English to identify the similarities and differences.

The object of the research is phraseological units containing a coloronym component.

The material of the study is English and Ukrainian phraseological units containing colloquialisms, which were gathered during a directed association experiment, which had: 104 Ukrainian-speaking respondents, whose questionnaires were collected March - April 2024, 28 English-speaking respondents, whose questionnaires were collected April- May 2024.

The term paper consists of an introduction, two chapters, conclusion, bibliography, an appendix and it includes two tables.

Key words: analysis, experiment, color, coloronym, phraseological units.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Довга, В. М. (2022). *Когнітивний аспект перекладу ідіом з антропонімами*, 2,

Калмикова, Л.О., Калмиков, Г.В., Лапшина, І.М., Харченко, Л.О. (2008) *Психологія мовлення і психолінгвістика*, 34-43. https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/05/Kalmykova_Psykholohiia-movlennia-i-psykholinhvistyka.pdf

Карабан, В. І. (2004) Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця: Нова книга. https://nmetau.edu.ua/file/karaban_posibnik_dovidnik_z_perekladu_nauk_tehn_lit.pdf

Коломієць, М. П., Регушевський, Є. С., Винник, В. О. (1988) Словник фразеологічних синонімів. http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001519

Корунець, І. В. (2017) Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник 5-те вид., виправ. і допов. Вінниця: Нова Книга.

Лисенко, Л. О. (2015) Концепт колір в англомовній фразеологічній картині світу як прояв національної специфіки. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна. №59*. 125-128.

Нагайська, Д. І. (2020) Структурно-семантичні та функціональні особливості фразеологізмів з колоративним компонентом в сучасній англійській мові 27-37

Панченко, О. І. (2011) Специфіка концепту кольору у сучасній англійській мові. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія: Сучасні тенденції розвитку мов. №6.* 167-170.

Печенюк, Т. Г. (2009) *Кольорознавство*. 191.

Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт та ін. К.: Довіра, 2000. 1018.

Ткачик, О. В., Ляпіна О. В. (2014) Прагматико-стилістичні особливості перекладу англомовних фразеологізмів-колоронімів українською мовою

в художніх творах. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер.: Філологічні науки. Вип. 3*. 186–193.

Терехова, Д. І. (2000) *Особливості сприйняття лексичної семантики слів (психолінгвістичний аспект).* Київ: Вид. центр КНЛУ.

Шевцова, О. В. (2013) Психолнгвістичні особливості семантичного наповнення фразеологізмів з компонентом-колоронімом «чорний», «синій» в англійській мові.

Carla, N. (1977) Daughtry Greenness in the Field // *Michigan Today.* Michigan. 34–46, 32.

Cohen, R. (1977) *Negotiating Across Cultures. Communications Obstacles in International Diplomacy.* Washington DC: U.S. Institute of Peace Press. 564.

Danny D. Steinberg and Natalia V. Sciarini (2006) An introduction to Psycholinguistics P. 177-194.

Fitzgerald, E. What's color? / *Business Spotlight. (2007). L., № 7.* P. 51.

Halder, G., Callaerts P., Gehring W.J. (2005) New perspectives on eye evolution // *View. Curr. Opin. Genet. NY. № 5.* 602–609.

Lakoff, G., Johnson M. (2008) *Metaphors We Live.* Chicago: University of Chicago Press. 486.

The American Heritage Dictionary of Idioms by Christine Ammer. (2010) NY: The Christine Ammer Copyright. 688.

ДОДАТКИ

Додаток А

Щоденник експериментатора

№ п/п	Перелік відомостей	Відомості експериментатора	Примітки
1.	ПІБ експериментатора, посада, місце роботи	кандидатка філологічних наук, професорка Терехова Діана Іванівна, студентка факультету германської філології і перекладу Жема Олександра Юріївна	виконано
2.	Місце проведення (країна, місто, навчальний заклад тощо)	Бельгія: Брюссель; с. Дмитрів; Одеса; Вінниця; Гостомель; Київ; Кривий Ріг; Луцьк; Львів; м. Буча; Немирів; Нідерланди; Переяслав; Подільськ; Прага; Рівне; с. Гущинці; с. Нові Обиходи; с. Печера; с. Підгірці; с. Веселе; Тальне; Умань; Хмельницький; Чернівці; Чернігів; Київський національний лінгвістичний університет.	виконано
3.	Дата проведення	Березень – квітень 2024 р.	виконано
4.	Форма проведення	інтернет-анкета	виконано
5.	Кількість респондентів	104 респонденти	виконано
6.	Мова анкетування	українська мова	виконано

Щоденник експериментатора

№ п/п	Перелік відомостей	Відомості експериментатора	Примітки
1.	ПІБ експериментатора, посада, місце роботи	кандидатка філологічних наук, професорка Терехова Діана Іванівна, студентка факультету германської філології і перекладу Жема Олександра Юріївна	виконано
2.	Місце проведення (країна, місто, навчальний заклад тощо)	Америка: Buffalo, Colorado, Dallas, Denver, Illinois, Kentucky, Novi, Pennsylvania, Peoria, Pittsfield, Warren, Williamsport, New York	виконано
3.	Дата проведення	квітень – травень 2024 р.	виконано
4.	Форма проведення	інтернет-анкета	виконано
5.	Кількість респондентів	28 респондентів	виконано
6.	Мова анкетування	англійська мова	виконано

Приклад анкети для проведення вільного асоціативного експерименту

Анкета

Це дослідження проводиться співробітниками КНЛУ. Результати будуть подані лише в узагальненому вигляді. Укажіть, будь ласка Вашу стать _____, вік _____, місце постійного проживання (місто / селище) _____ .

Напроти слова напишіть, будь ласка, інше слово, що спало Вам на думку у зв'язку з побаченим.

ЧОРНИЙ_____.

Дякуємо Вам за співпрацю!

Questionnaire

This study is conducted by employees of Kyiv National Linguistic University (Ukraine). The results will be presented in a generalized form. Please specify your sex _____, age _____, place of residence (city / village) _____, mother language _____.

Please write the first word that comes to your mind when you think about these concepts! Thank you!

BLACK_____.

Додаток Б

Обробка даних експерименту

Фразеологізми з компонентом-колоронімом ЧОРНИЙ		
Рідна мова	Місце проживання	Відповіді
українська мова	Київ (39); Рівне (13); Подільськ (5); Чернігів (4); Вінниця; Одеса (3); Нідерланди; Хмельницький; Тальне (2); Бельгія: Брюссель; Бровари; Долина; Житомир; Гостомель; Кривий Ріг; Луцьк; Львів; м. Буча; Немирів; Німеччина; Переяслав; с. Дмитрів; с. Гущинці; с. Нові Обиходи; с. Печера; с. Підгірці; с. Веселе; Умань; Чернівці; Чехія: Прага (1).	Чорний, як смола/смоль (16); Чорна кішка пробігла/чорний кіт пробіг між ними (10); Чорний як ворон (6); Відкласти на чорний день; Чорний як ніч; Чорним по білому (5); Видавати біле за чорне (3); Наганяти чорну хмару; Чорна вівця у стаді білих; Чорна злість; Чорне серце; Чорний колір; Чорний квадрат (2); Чорна вдова; скільки вовка не корми все одно в чорний ліс дивиться; Чорний як вугілля; Чорний дельфін; Чорний жук; Птах; Чорний; як сім галок; чорний список; Пуста місцевість; Костюм; Хліб; Чорний гумор;

		Чорний як нафта; чорніше чорної землі; Чорний рот; Чорноброва дівчина; Чорний лебідь; чорна невдячність; Чорна людина; Чорна рада (1).
Слово-стимул **ЧОРНИЙ**		
Рідна мова	Місце проживання	Відповіді
українська мова	Київ (39); Рівне (13); Подільськ (5); Чернігів (4); Вінниця; Одеса (3); Нідерланди; Хмельницький; Тальне (2); Бельгія: Брюссель; Бровари; Долина; Житомир; Гостомель; Кривий Ріг; Луцьк; Львів; м. Буча; Немирів; Німеччина; Переяслав; с. Дмитрів; с. Гущинці; с. Нові Обиходи; с. Печера; с. Підгірці; с. Веселе; Умань; Чернівці; Чехія: Прага (1).	Колір (19); Білий (15); Ніч (7); Кіт; Чорний Квадрат (4); Афроамериканець; Темний/темрява; Смерть (3); Класика, Не знаю; Прізвище; Светр (2); Брови; Війна; Впевненість; Грунт; Гумор; Діра; Журба; Кішка; Костюм; Лебідь; Море; Мустанг; Ненависть; Непрозорий; Перець; Практичний; Птах; Спокій; Стрічка; Хліб (1)

Фразеологізми з компонентом-колоронімом BLACK		
Рідна мова	Місце проживання	Відповіді
англійська мова	Warren (6), PA (5), IL (4), New York (3), Buffalo, Colorado, Dallas, Denver, Kentucky, Novi, Peoria, Pennsylvania, Pittsfield, Williamsport (1).	Black sheep (7); IDK (4); black as night (3); Dark (2); A splash of color; BBC; Black day; Black don't crack; Black out; Black reputation; Black tie; My dog; Sirius; Trump’s heart is black; White (1).
Слово-стимул BLACK		
Рідна мова	Місце проживання	Відповіді
англійська мова	Warren (6), PA (5), IL (4), New York (3), Buffalo, Colorado, Dallas, Denver, Kentucky, Novi, Peoria, Pennsylvania, Pittsfield, Williamsport (1).	Color (6); White (5); Dark(ness) (3); IDK (2); African-American; Balance; Cat; Classic; Dress; Future; My dog; Shade; Sheep; Sirius; Sky; Whisky (1).

Додаток В

Зіставна таблиця асоціативних полів досліджуваних стимулів

Українська мова	Англійська мова
Фразеологізми з компонентом-колоронімом ЧОРНИЙ – Чорний, як смола/смоль (16); Чорна кішка пробігла/чорний кіт пробіг між ними (10); Чорний як ворон (6); Відкласти на чорний день; Чорний як ніч; Чорним по білому (5); Видавати біле за чорне (3); Наганяти чорну хмару; Чорна вівця у стаді білих; Чорна злість; Чорне серце; Чорний колір; Чорний квадрат (2); Чорна вдова; скільки вовка не корми все одно в чорний ліс дивиться; Чорний як вугілля; Чорний дельфін; Чорний жук; Птах; Чорний; як сім галок; чорний список; Пуста місцевість; Костюм; Хліб; Чорний гумор; Чорний як нафта; чорніше чорної землі; Чорний рот; Чорноброва дівчина; Чорний лебідь; чорна невдячність; Чорна людина; Чорна рада (1).	**Фразеологізми з компонентом-колоронімом BLACK** – Black sheep (7); IDK (4); black as night (3); Dark (2); A splash of color; BBC; Black day; Black don't crack; Black out; Black reputation; Black tie; My dog; Sirius; Trump’s heart is black; White (1).
Слово-стимул ЧОРНИЙ – Колір (19); Білий (15); Ніч (7); Кіт; Чорний	**Слово-стимул BLACK** – Col Dark(ness) (3); IDK (Classic; Dress;

Квадрат (4); Афроамериканець; Темний/темрява; Смерть (3); Класика, Не знаю; Прізвище; Светр (2); Брови; Війна; Впевненість; Грунт; Гумор; Діра; Журба; Кішка; Костюм; Лебідь; Море; Мустанг; Ненависть; Непрозорий; Перець; Практичний; Птах; Спокій; Стрічка; Хліб (1).	Future; My dog;ade; Sheep; Sirius; Sky; Whisky (1).