

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

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства

на тему:

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

Студентки групи ММлі 01-23

спеціальність 035 Філологія.

спеціалізація 035.051 Романські мови і літератури

(переклад включно), перша – іспанська

освітньо-професійна програма

Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії та
міжкультурна комунікація (іспанська мова і друга
іноземна мова)

Гавришової Катерини Володимирівни

Науковий керівник:

кандидат філологічних наук, доцент

Бохун Н.В.

Допущено до захисту

«__» _____ року

Завідувачка кафедри

_____ *Залєснова О.В.*

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2024

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

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

sobre el tema:

**“FRASEOLOGISMOS CON EL SIGNIFICADO DE COLOR EN EL
ASPECTO TRADUCTOLÓGICO”**

Kateryna Havryshova

Estudiante del grupo MMli 01-23

Facultad de Filología Románica y Traducción

Especialidad 035. 051 Filología

**Lenguas y literaturas románicas (traducción
inclusive), primera lengua – española**

programa educativo:

Tutora académica:

Ph.D en Filología,

Profesora Titular N. Bokhun

Kyiv – 2024

PLAN

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL ESTUDIO DE LOS FRASEOLOGISMOS.....	8
1.1 Definición de los fraseologismos en la lingüística.....	8
1.2 Clasificación de los fraseologismos en la lingüística.....	12
Conclusiones del primer capítulo.....	15
CAPÍTULO 2 LOS COLORES COMO UN PROBLEMA INTERDISCIPLINAR.....	17
2.1 El color como objeto de investigación lingüística.....	17
2.2 Colores, su significado y uso en diferentes campos.....	23
2.2.1 Blanco.....	23
2.2.2 Negro.....	27
2.2.3 Azul.....	29
2.2.4 Verde.....	32
2.2.5 Rojo.....	35
2.2.6 Amarillo.....	37
2.2.7 Marrón, morado, rosa, naranja y gris.....	41
Conclusiones del segundo capítulo.....	48
CAPÍTULO 3 PECULIARIDADES DE LA TRADUCCIÓN DE LOS FRASEOLOGISMOS CON EL SIGNIFICADO DE COLOR EN ESPAÑOL Y UCRANIANO.....	51
3.1 Principales métodos de traducción de unidades fraseológicas.....	51
3.2. Errores comunes en la traducción de los fraseologismos.....	55
3.3. Traducción de los fraseologismos ucranianos en los textos literarios.....	56
3.4. Traducción de los fraseologismos en español en textos literarios.....	63
Conclusiones del tercer capítulo.....	66
CONCLUSIONES GENERALES.....	69
BIBLIOGRAFÍA.....	73

INTRODUCCIÓN

Los nombres de colores constantemente funcionan tanto en el habla cotidiana como en la literatura científica nombrando los fenómenos conocidos por todos los hablantes. El uso de los lexemas que designan el color está determinado por las importantes posibilidades estéticas de estos lexemas, es decir, por su capacidad de crear diversas imágenes en el contexto de una obra artística. Desde hace varias décadas, el vocabulario para la designación de colores ha atraído la atención de investigadores de diversos campos científicos. Entre ellos cabe destacar a Floyd y a Luz Rello.

Las expresiones fraseológicas que contienen un rico contexto nacional y cultural son componentes extremadamente valiosos de cada idioma. Sin su comprensión, la comunicación exitosa con hablantes nativos se vuelve más difícil.

Los fraseologismos con significado de color son un objeto de investigación fascinante y relevante para traductores y lingüistas. Todo gracias a que el significado de los colores en muchos idiomas puede ser tanto similar como radicalmente diferente. Entonces, existen características similares y distintivas en el uso de colores en locuciones y modismos.

Es interesante investigar este aspecto tomando como ejemplo las lenguas española y ucraniana. Pertenecen a diferentes grupos lingüísticos: ucraniano – eslavo oriental, español – romance. La cultura y las tradiciones de los países donde se hablan estas lenguas también se difieren significativamente.

La relevancia del estudio de este tema está determinada por el hecho de que las unidades fraseológicas con el significado de color son un componente importante de cualquier idioma. Reflejan las características culturales e históricas de los pueblos y también nos ayudan a expresar nuestras emociones y sentimientos. Además, la traducción de dichas unidades puede causar dificultades. Muchos fraseologismos no tienen equivalentes directos en otros idiomas. También cabe añadir que el significado de uno u otro color puede variar según el país. Por lo tanto, el traductor también debe explorar el contexto cultural para encontrar el método de traducción óptimo.

Actualidad. El mundo moderno consiste en una comunicación intercultural constante. Por eso es importante no sólo comprender las construcciones gramaticales de un determinado idioma, sino también varios modismos. Constituyen una de las partes más

importantes y al mismo tiempo más complejas del idioma. Asimismo, fraseologismos con el significado del color son uno de los medios más vivos y emotivos del lenguaje. Permiten transmitir un pensamiento de forma más precisa e imaginativa, crear un determinado estado de ánimo emocional.

Base teórica. Muchos académicos han estudiado la cuestión de las unidades fraseológicas con significado de color. Han analizado diversos aspectos, como la semántica de los colores, los problemas de traducción.

Cabe mencionar a Anna Miansaryán [62] y su tesis doctoral, en la que analiza unidades fraseológicas con el significado del color no sólo en español, sino también en inglés, francés y armenio.

En cuanto a la fraseología de la lengua ucraniana, podemos decir que los científicos como I. Ohienko [32], O. Potebnia [29], I. Bilodid [4], P. Horetsky [16], M. Zhovtobriukh [14], V. Vashchenko [10], L. Palamarchuk [12], L. Skrypnyk [19], A. Koval [18], L. Bukhalovskyi [19] han dedicado más de una década al estudio de esta sección de la lingüística.

Los principales **métodos de investigación** son: descriptivo, comparativo, análisis de componentes, análisis contextual, análisis cognitivo.

1. El método descriptivo permite investigar con detalle la semántica de las unidades fraseológicas con significado de color, su ambigüedad y variabilidad.
2. El método comparativo ayuda a identificar los rasgos culturales y lingüísticos comunes de los distintos pueblos y permite rastrear cómo las unidades fraseológicas con el significado de color pueden pasarse de una lengua a otra.
3. El análisis de componentes permite analizar los componentes semánticos que conforman el significado de la fraseología y, en particular, cómo afecta el color al significado global.
4. El análisis contextual sirve para investigar cómo se utiliza un fraseologismo en distintos contextos y cómo cambia su significado en función de la situación.
5. El análisis cognitivo nos ayuda a comprender cómo el significado del color está relacionado con nuestros procesos cognitivos, cómo percibimos e interpretamos el color.

El meta de esta investigación es analizar las unidades fraseológicas con el significado de color en el aspecto traductológico.

El objeto de la investigación es el aspecto traductológico en el estudio de las unidades fraseológicas con el significado de color.

El sujeto de la investigación son los textos literarios ucranianos y españoles.

Esta investigación tiene como objetivo resolver siguientes **tareas**:

- a) definir el término *unidad fraseológica* y considerar sus diversas clasificaciones;
- b) investigar dificultades en la traducción de unidades fraseológicas;
- c) analizar el significado del color en los idiomas español y ucraniano;
- d) analizar el uso y el aspecto práctico de la traducción de las unidades fraseológicas con el significado de color en los textos literarios ucranianos y españoles.

Novedad académica. El estudio de los fraseologismos con significado de color desde un enfoque traductológico ha despertado un creciente interés en la academia debido a la complejidad y riqueza cultural de estas expresiones idiomáticas. Los fraseologismos que involucran colores son unidades lingüísticas que, al ser traducidas, plantean desafíos específicos, ya que no siempre tienen equivalentes directos en otras lenguas y suelen estar cargados de connotaciones culturales y emocionales.

Significado práctico. La traducción de fraseologismos con significado de color es un ejercicio complejo que requiere no solo competencia lingüística, sino también una comprensión profunda de las culturas implicadas. Este tipo de estudio es esencial para producir traducciones precisas y culturalmente adecuadas.

Los principales resultados prácticos han sido aprobados en la videoconferencia científica y práctica internacional “Ad orbem per linguas. До світу через мови” (16-17 del mayo del 2024) con el tema “Fraseologismos con el significado de color en el aspecto traductológico”.

Publicación. Havryshova K. V. Fraseologismos con el significado de color en el aspecto traductológico . “Ad orbem per linguas. До світу через мови”. Матеріали

міжнародної науково-практичної відеоконференції “Семіотика української незламності: мова - освіта ”, 16-17 травня 2024 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2024. Р. 417-419.

Estructura. El trabajo de máster consta de una introducción, tres partes (incluidas dos subcapítulos en la primera parte, dos en la segunda y cuatro en la tercera), conclusiones a cada parte, conclusiones generales, bibliografía.

CAPÍTULO 1.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL ESTUDIO DE LOS FRASEOLOGISMOS

1.1 Definición y clasificación de los fraseologismos en la lingüística

La fraseología no es sólo una rama de la lingüística que estudia las expresiones fijas. Es un verdadero tesoro léxico de cada lengua. La fraseología hace que la lengua sea más expresiva, imaginativa y emotiva. Refleja la historia de una nación, su cultura y su mentalidad. Por eso la fraseología se ha convertido en objeto de estudio de muchas generaciones de lingüistas. Y por eso existen muchas definiciones diferentes del término “fraseologismos”.

El proceso de la formación de la fraseología como disciplina lingüística independiente ha exacerbado aún más los desacuerdos entre fraseólogos sobre la interpretación de muchas cuestiones. Todavía hay voces discutibles en torno al propio objeto de estudio, la definición del ámbito de la fraseología y su comprensión en sentido amplio y estricto [3] .

Si hablamos del comienzo de la formación de la fraseología como ciencia, se puede argumentar que se sitúa a finales del siglo XVIII - principios del XIX. Como la rama independiente de la lexicología, la fraseología fue introducida por primera vez en la ciencia por el estilista suizo de origen francés Charles Balli, quien acuñó el término *fraseología* en el sentido de “sección de la estilística que estudia las frases relacionadas” [1]. Se le considera el fundador de la fraseología. Charles Balli desarrolló detalladamente su concepto fraseológico en sus obras fundamentales “Estilística francesa” y “Ensayo sobre estilística”. Las cuestiones que planteó siguen siendo pertinentes hoy en día, aunque algunas de sus disposiciones y planteamientos metodológicos han sido criticados repetidamente por los científicos.

El lingüista propuso cuatro tipos de frases como base de su clasificación:

1. combinaciones de palabras libres;
2. combinaciones familiares;
3. series fraseológicas;
4. unidad fraseológica.

Las unidades fraseológicas se diferencian de las combinaciones de palabras libres por

su indivisibilidad estructural. A diferencia de las frases libres, en las que las palabras pueden sustituirse fácilmente por sinónimos, en las unidades fraseológicas la composición léxica es fija. Esta inmutabilidad de la composición léxica es una de las principales diferencias entre estos dos tipos de unidades lingüísticas. Además, el significado individual de las palabras de una unidad fraseológica se nivela, y el significado general surge sólo como resultado de su combinación. Así pues, una fraseología puede definirse como una expresión estable.

También merece la pena mencionar a otras figuras importantes en el campo de la fraseología. Harold Edward Palmer y Albert Sidney Hornby son lingüistas que consideraron la fraseología desde un punto de vista pedagógico. Palmer fundamenta su opinión en la introducción del *Second Interim Report on English Compounds*. Distingue las frases como categoría general de lo que denominó frases libres o combinaciones libres que se combinan según las reglas generales de la gramática [60]. Insistió en que el estudio de la fraseología es un componente importante en el proceso de adquisición de la lengua, ya que las unidades fraseológicas se encuentran con frecuencia en la comunicación cotidiana.

Hornby, como alumno de Palmer, continuó su tradición e hizo una importante contribución al desarrollo de la fraseología y la enseñanza de la lengua inglesa, sobre todo en el contexto de la creación de diccionarios y guías gramaticales. El logro más importante de Hornby fue la publicación del *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* (OALD) en 1948. En este diccionario prestó especial atención a los phrasal verbs y otras unidades fraseológicas, lo que simplificó enormemente su aprendizaje para los estudiantes extranjeros. Hornby sistematizó el uso de expresiones fraseológicas en los materiales educativos y desarrolló enfoques contextuales para su estudio. Para él, las expresiones fraseológicas son la clave del habla natural y de la comprensión de los aspectos culturales de la lengua.

Las investigaciones de Palmer y Hornby ayudaron a entender la fraseología como un componente importante de la competencia lingüística. Hicieron hincapié en que las expresiones fraseológicas no son un mero adorno del discurso, sino unidades esenciales que reflejan características culturales y son importantes para una percepción y un uso adecuados de la lengua.

Y si hablamos de la propia definición del término “fraseología”, podemos mencionar

los siguientes:

1. Según el lingüista ucraniano I. Ohienko, “la fraseología es el estudio de las unidades fraseológicas o expresiones estables, es decir, aquellos giros de la frase que en su forma preparada transmiten ideas universales o ciertos hechos de la vida nacional” [19].
2. Según la Enciclopedia Literaria, editada y compilada por Y. Kovalev, “la fraseología es un conjunto de unidades fraseológicas estables inherentes a una lengua determinada, que se diferencian de las combinaciones de palabras libres por su recurrencia regular, la combinación de significados de sus componentes y su expresividad” [18].
3. El lingüista ucraniano I. Bilodid describió la fraseología como “una ciencia que estudia la compatibilidad léxica y semántica de las palabras, las frases estables, las unidades fraseológicas, una de cuyas propiedades más importantes es su reproducibilidad como unidades lingüísticas integrales” [4].

Teniendo en cuenta lo anterior, la fraseología puede definirse como una disciplina lingüística cuyo objeto de estudio son las combinaciones estables de palabras que reflejan las características culturales e históricas de una comunidad de habla.

Y ahora vale la pena considerar las diversas versiones de los científicos ucranianos y extranjeros sobre la propia definición del término “fraseologismo”:

1. De acuerdo con Rosemarie Gläser, una unidad fraseológica es un grupo bilexema o polilexema de palabras en uso común lexicalizado, el cual tiene estabilidad sintáctica y semántica relativas, puede ser idiomatizada, puede implicar connotaciones, y quizá tenga un función empática o fortalecedora en un texto [58].
2. El lingüista ucraniano O. Ponomariv definió las unidades fraseológicas como “unidades lingüísticas que constan de varios componentes formados por separado, se caracterizan por la estabilidad de la composición léxica y la estructura sintáctica y, al igual que las palabras individuales, denotan conceptos” [29].
3. M. Zhovtobryukha definió las unidades fraseológicas como combinaciones

estables de palabras que se perciben como un todo, como una expresión única o una frase del habla, indivisible en partes separadas sin pérdida de significado [14].

4. La “Enciclopedia de literature”, escrita y compilada por Y. Kovalev, define el fraseologismo como “léxicamente indivisible, estable en su composición, integral en el significado de la combinación de palabras reproducidas en el lenguaje” [18].
5. En sus escritos, el lingüista ucraniano I. Bilodid describió el fraseologismo como “una frase fija formada por dos o más palabras, que tiene un significado específico que no puede entenderse en función del significado de sus componentes” [4].
6. M. P. Kochergan señala que las unidades fraseológicas son combinaciones estables de palabras que no surgen en el discurso como las combinaciones de palabras libres, sino que se reproducen: si un hablante necesita utilizar una unidad fraseológica, la extrae, como una palabra, en su forma lista de su reserva fraseológica, y no la construye de nuevo [19].

Basándonos en las investigaciones de diversos científicos, podemos extraer algunas conclusiones sobre la definición del término “ fraseologismo” :

1. La definición del término “ *fraseologismo* ” es clave para comprender su lugar en la ciencia lingüística. Las conclusiones sobre este concepto se basan en la generalización de diversos enfoques y estudios en el ámbito de la fraseología.
2. Un fraseologismo es una expresión fija de palabras que tiene un significado indivisible. Las palabras individuales que componen una fraseología no conservan su significado original.
3. Una de las características fundamentales de la fraseología es su estabilidad. Esto significa que las unidades fraseológicas no permiten el libre desplazamiento o sustitución de sus componentes. Por ejemplo, en la frase *oveja negra*, no se puede sustituir la palabra *negro* por *blanco*, ya que esto cambiaría o destruiría el significado esencial.
4. Muchos fraseologismos son modismos, es decir, expresiones cuyo significado

no puede entenderse a partir de palabras sueltas. A menudo tienen un sentido figurado que viene determinado por factores culturales o históricos.

Así, podemos ver que no existe una única definición correcta del término “fraseologismo”. Todas las definiciones se complementan de un modo u otro, contribuyendo a crear una imagen más o menos clara de este concepto.

1.2 Clasificación de los fraseologismos en la lingüística

Lo mismo ocurre con la clasificación de las unidades fraseológicas. Es imposible encontrar una y decir que es la más correcta. Los lingüistas han desarrollado sus clasificaciones basándose en diferentes características. Por lo tanto, será útil familiarizarse con diferentes clasificaciones y compararlas.

La clasificación por principio genético, o por fuente, desarrollada por Leonid Bulakhovsky es una de las más interesantes. Leonid Bulakhovsky, un destacado lingüista ucraniano, realizó una importante contribución al desarrollo de la lingüística ucraniana, en particular al estudio de la fraseología. Sus obras se han convertido en clásicas y siguen siendo relevantes para los investigadores modernos.

Divide todas las unidades fraseológicas en ocho grupos:

1. Proverbios y refranes;
2. Profesionalismos: jerga, términos especializados;
3. Expresiones consagradas de anécdotas y chistes;
4. Citas e imágenes de la Biblia: refranes bíblicos, aforismos religiosos;
5. Reminiscencias de tiempos antiguos: refranes antiguos;
6. Traducciones de expresiones comunes en lenguas extranjeras;
7. Las expresiones populares de escritores: citas literarias, refranes de clásicos, aforismos literarios, perlas de la literatura;
8. Frases apropiadas de personas famosas: citas históricas, refranes de famosos, sabios pensamientos de personalidades destacadas.

Podemos decir que la clasificación de Leonid Bulakhovsky, basada en el origen o fuente de las unidades fraseológicas, ofrece una perspectiva amplia y detallada sobre la diversidad de estos elementos lingüísticos. Al dividir las unidades fraseológicas en ocho grupos, Bulakhovsky no solo las categoriza, sino que también revela sus conexiones con

diferentes aspectos de la cultura y la historia.

También cabe mencionar las investigaciones de O.V. Kunin. Oleksandr Viktorovych Kunin es un destacado lingüista, filólogo y traductor ucraniano que ha dedicado muchos años al estudio de la fraseología y al desarrollo de la lexicografía en Ucrania. Es autor de varias obras importantes, entre ellas un diccionario de fraseología ucraniana y estudios sobre los métodos de traducción de unidades fraseológicas.

Según las investigaciones de Kunin, la estabilidad de las unidades fraseológicas se debe a la presencia en ellas de distintos tipos de invariancia, es decir, componentes invariables que permanecen en su lugar ante cualquier variación normativa. El investigador identificó los siguientes tipos de invariancia, o microestabilidad:

1. Estabilidad de uso;
2. estabilidad estructural y semántica;
3. estabilidad semántica;
4. estabilidad léxica;
5. estabilidad sintáctica [1].

La clasificación de Oleksandr Kunin, por otro lado, se centra en las características internas de las unidades fraseológicas, es decir, en su estabilidad y en los factores que contribuyen a esta estabilidad. Al identificar diferentes tipos de invariancia, Kunin ofrece una explicación más profunda de por qué ciertas combinaciones de palabras se convierten en unidades fraseológicas fijas.

Si hablamos de las clasificaciones propuestas por los lingüistas españoles, debemos mencionar en primer lugar a Julio Casares. Su nombre se asocia con el inicio del estudio científico de la fraseología de la lengua española.

Gracias al enfoque gramatical de Julio Casares, las unidades fraseológicas del español se dividieron en grupos diferenciados. En su libro “Introducción a la lexicografía moderna”, el científico clasifica las frases estables en cuatro tipos principales: “locuciones”, “frases proverbiales”, “refranes” y “modismos”.

Casares utiliza el término “locución” como “sintagmas estables de dos o más palabras que funcionan como una parte de la lengua, cuyo significado no es la suma de sus componentes”, es decir, esta definición equivale a la interpretación de la UF [49].

1. Locuciones nominales: Equivalen a un sustantivo. Ejemplos: *punto de vista, árbol genealógico*.
2. Locuciones adjetivas: Equivalen a un adjetivo. Ejemplos: *a sangre fría, a todo trapo*.
3. Locuciones verbales: Equivalen a un verbo. Ejemplos: *echar de menos, poner los puntos sobre las íes*.
4. Locuciones adverbiales: Equivalen a un adverbio. Ejemplos: *de repente, a menudo*.

Las frases proverbiales pertenecen a la categoría de frases que tienen el carácter de proverbios o refranes. Son expresiones breves y concisas que contienen sabiduría o consejos, normalmente relacionados con situaciones de la vida. (*El hábito no hace al monje*). La frase significa que la apariencia de una persona no es un indicador de su carácter o cualidades morales.

Un refrán es una frase hecha, de origen popular y de uso común, que expresa una enseñanza, un consejo o una verdad generalmente aceptada. Los refranes suelen ser breves, ingeniosos y memorables, y se transmiten de generación en generación de forma oral. (*No por mucho madrugar amanece más temprano, Más vale prevenir que curar, Al que madruga, Dios le ayuda*) [56].

Modismo es una expresión idiomática, es decir, una frase hecha cuyo significado no se puede deducir de las palabras que la componen por separado. Los modismos son exclusivos de cada idioma y a menudo tienen un origen histórico o cultural particular. Su uso enriquece el lenguaje y le da un toque coloquial. (*Estar hasta las narices* - estar harto o cansado de algo, *ser pan comido* - significa que algo es muy fácil de hacer).

También cabe mencionar a otra investigadora española, Gloria Corpas Pastor, cuya clasificación de la fraseología española está reconocida como la mejor. Corpas Pastor clasifica las unidades fraseológicas jerárquicamente a través de círculos concéntricos. El centro del sistema fraseológico está formado por unidades que tienen una mayor fijación e idiomática y que son elementos oracionales, equivalentes a la palabra o al sintagma (colocaciones, expresiones idiomáticas), y la periferia por combinaciones de palabras que pueden estructurarse como un sintagma, una oración, o un texto (fórmulas de rutina,

refranes) [53].

El campo fraseológico se divide en tres tipos principales de unidades:

1. Colocaciones;
2. Locuciones;
3. Enunciados fraseológicos.

Las colocaciones son unidades sintagmáticas que no pueden funcionar como enunciados independientes. El autor las define como “una propiedad de las lenguas por la que los hablantes tienden a producir determinadas combinaciones de palabras entre un gran número de combinaciones teóricamente posibles” (*desempeñar un papel*) [63] .

Los locuciones son unidades fraseológicas del sistema lingüístico caracterizados por la fijación interna, la unidad de significado y la fijación pasiva interna. Estas unidades no constituyen enunciados completos y, en general, funcionan como elementos de una frase. Para distinguir entre los distintos tipos de expresiones, el autor se atiene al criterio tradicional, es decir, a la función que desempeñan. (*dársela a alguien con queso*)

Los enunciados fraseológicos, como unidades autosuficientes de la lengua, se caracterizan por su estabilidad y especificidad nacional. Las paremias incluidas en este grupo responden a los criterios de Arnaud, en particular, proverbios léxica y sintácticamente completos, que expresan verdades generalmente significativas y tienen orígenes anónimos (*el que se pica ajos come*) [54].

Por eso, podemos decir que ambas clasificaciones ofrecen una visión valiosa de la fraseología española, pero se centran en diferentes aspectos. Julio Casares propone una clasificación basada en la función sintáctica de las unidades fraseológicas. Gloria Corpas Pastor presenta una clasificación jerárquica y más detallada, centrada en la fijación y la idiomática.

Conclusiones del primer capítulo

Analizando diversos puntos de vista de los científicos, llegamos a la conclusión de que no existe un concepto único que dé una idea clara de lo que es una fraseología. Cada erudito, al dar su propia definición de fraseología, contribuye a formar una imagen general.

Lo mismo ocurre con la clasificación de las unidades fraseológicas. Cada erudito divide las unidades fraseológicas en grupos basándose en un criterio determinado. Leonid

Bulakhovsky clasificó las unidades fraseológicas según el principio genético, o según sus fuentes. Alexander Kunin insistió en que la estabilidad de las unidades fraseológicas se debe a diferentes tipos de invariancia.

Cabe añadir que Harold E. Palmer y Albert S. Hornby contribuyeron notablemente al desarrollo de la fraseología, especialmente en el ámbito de la enseñanza del inglés. Consideraban que las unidades fraseológicas eran unidades lingüísticas importantes que reflejaban rasgos culturales y lingüísticos, e insistieron en la necesidad de aprenderlas para adquirir la lengua con éxito.

Palmer fue pionero en un enfoque sistemático de las estructuras fraseológicas, argumentando que estas expresiones debían estudiarse como bloques semánticos unificados. Hornby continuó su labor, centrándose especialmente en la aplicación práctica de la fraseología en la enseñanza mediante la creación de diccionarios y material didáctico. Su enfoque hizo la fraseología más accesible a los estudiantes y contribuyó a un aprendizaje más eficaz de la lengua.

En cuanto a los lingüistas españoles, Julio Casares se basó en un enfoque gramatical, gracias al cual dividió las frases estables en cuatro tipos principales. Otra investigadora española, Gloria Corpas Pastor, dividió el campo fraseológico en tres tipos principales de unidades. Y es su clasificación la que se considera la mejor en la comunidad lingüística.

CAPÍTULO 2

LOS COLORES COMO UN PROBLEMA INTERDISCIPLINAR

2.1 El color como objeto de investigación lingüística

Los colores forman parte de nuestra vida. Nos rodean por todas partes. El color tiene un cierto efecto en el estado emocional de una persona: puede irritarla o calmarla. No es de extrañar que existan diversos tipos de terapia que utilizan los colores.

El color y su designación son objeto de estudio en muchas ciencias, como la lingüística, la psicología, la etnología y la filosofía. El vocabulario del color se ha estudiado desde distintas perspectivas en diferentes idiomas y en las obras de muchos escritores y poetas. Se ha prestado especial atención al impacto psicológico de los colores en el ser humano, a su uso en publicidad, psicología y política, así como al papel de los colores en la historia de diferentes naciones y estados, en las banderas y en la conciencia nacional. Todos estos estudios demuestran que el interés por el color y sus representaciones en el lenguaje sigue siendo elevado. Trabajos recientes e investigaciones contemporáneas confirman la relevancia de este tema en la etapa actual del desarrollo de la lengua y su importancia para los científicos.

En cuanto al color, es un concepto cultural clave en todas las lenguas. La percepción del color por los distintos pueblos y su interpretación son diferentes. Por lo tanto, la riqueza de colores del mundo que nos rodea se refleja en las distintas lenguas de forma única. Esto significa que la actitud ante los colores está totalmente determinada por las tradiciones y costumbres culturales e históricas de una nación concreta, es decir, su historia, cultura, modo de vida, etc. Desde entonces y hasta ahora se han propuesto muchas teorías e hipótesis diferentes sobre el número y la universalidad de los términos cromáticos en lingüística [13].

La ciencia del color es el estudio del color, sus propiedades, usos y efectos en el ser humano. Abarca diversos aspectos del color, como sus propiedades físicas, psicológicas, estéticas y culturales. La ciencia del color examina cómo perciben los colores el ojo y el cerebro, cómo afectan a las emociones y el comportamiento humanos, y su aplicación en diversos campos como el arte, el diseño, la lingüística, la publicidad, la moda y otras industrias.

La ciencia del color en lingüística es una rama de la lingüística que estudia la designación de los colores y el uso del vocabulario cromático (nombres de colores) en el lenguaje. Se centra en cómo se designan los distintos colores con palabras y qué significado y simbolismo adquieren en contextos culturales y lingüísticos.

La lingüística estudia diferentes aspectos de la ciencia del color:

1. El nivel léxico: Se estudian las palabras y unidades fraseológicas que denotan colores (por ejemplo, *rojo*, *negro*, *amarillo*, *ponerse morado*). Los investigadores analizan cómo se forman y utilizan estas palabras en las distintas lenguas.
2. Simbolismo de los colores: En el lenguaje, los colores suelen asociarse a determinadas emociones, estados de ánimo o tradiciones culturales. Por ejemplo, el rojo puede simbolizar la pasión o el peligro, mientras que el blanco puede simbolizar la pureza o la inocencia.
3. Semántica y metáfora: los colores se utilizan a menudo en el sentido metafórico. Por ejemplo, las frases *bandera blanca* o *luz verde* tienen un significado simbólico que no está directamente relacionado con el color.

Lily Simon sostiene que el color afecta a las personas a nivel subconsciente, es decir, sin tocar el nivel del pensamiento ordinario. Por eso políticos, empresarios y profesionales de la publicidad han aprendido a evocar la respuesta deseada mediante el lenguaje del color. El uso hábil del color puede engañar a la persona que lo ve o hacerle sacar una conclusión crítica espontánea. Por ejemplo, el amarillo estimula el sistema digestivo, así que las paredes amarillas de los restaurantes ayudan a animar el ambiente y fomentan la conversación informal [13].

El color tiene una larga e interesante historia. Desde la antigüedad, cada color ha tenido un significado determinado y se ha asociado a un fenómeno concreto. Más tarde, los colores empezaron a simbolizar una nación determinada, y la gente se aplicaba pinturas de ciertos colores en la cara y el cuerpo para indicar su pertenencia a un determinado grupo, para demostrar su talento guerrero o pacífico, o para asustar a un adversario. Más atrás en la historia de la humanidad, vemos que los colores se utilizaban en banderas, escudos de armas y contienen cierta información que se puede descifrar, pero no todos los pueblos y

naciones tienen la misma información “cromática”, porque cada color tiene un significado diferente para los distintos países [12]. La ciencia de color se constituyó finalmente como fenómeno lingüístico en el siglo XX. Cabe mencionar que los científicos empezaron a prestar atención al color ya desde Aristóteles. Analizaron las propiedades históricas, estéticas y poéticas de un color determinado.

Incluso hoy en día, muchos críticos literarios prestan gran atención a los colores a la hora de analizar los textos. Los colores desempeñan un papel importante en la literatura, ya que son una poderosa herramienta para crear imágenes, transmitir estados de ánimo, realizar el simbolismo y reflejar el mundo interior de los personajes. Mediante asociaciones cromáticas, los escritores pueden transmitir con mayor precisión el tono emocional de una obra o aportar un significado adicional que revele la esencia de la historia con mayor profundidad. Por ejemplo, N.V. Bokhun en su artículo “Los principios principales de la creación del retrato humano en la obra “La maja desnuda” de Vicente Blasco Ibáñez” analiza las imágenes verbales con un componente de color. Las imágenes verbales con componente cromático son formaciones de gran capacidad que combinan la información visual lógico-subjetiva con un complejo entramado de relaciones asociativas, significado simbólico y rasgos de la cosmovisión original del autor [8]. Adjetivos de color como *negro*, *azulado*, *carmesí* caracterizan en este caso al personaje por monoatributo. El artículo menciona también formas sustantivas que se forman por comparación con otra realidad que se asemeja a la descrita en cuanto al color. Los adjetivos *color de sangre*, *la tez de una palidez de camelia*, *la dentadura con un brillo, semejante al del nácar* subrayan las posibilidades dinámicas mediante las que se expresa el color [46].

El vocabulario del color, en particular, siempre ha atraído la atención de lingüistas e investigadores. Quizá uno de los primeros en intentar comprender y explicar la psicología del color en el siglo XVIII fue Johann Wolfgang von Goethe en su obra “La doctrina del color”. Dividió los colores en dos grandes grupos ...*los colores del lado positivo son el amarillo, el amarillo rojizo (naranja), el rojo amarillo, que “evocan un estado de ánimo alegre, vivo y activo” y los colores del lado negativo son el azul, el azul rojizo y el rojo azulado. Evocan sentimientos de inquietud, suavidad y aburrimiento* [25].

También cabe mencionar la hipótesis de Sepir-Whorf, también conocida como

hipótesis de la relatividad lingüística. Según los científicos, el lenguaje y la forma de pensar de las personas están interconectadas. Al dominar una lengua, su hablante nativo adquiere una determinada actitud ante el mundo que se refleja en las estructuras de la lengua materna. Puesto que las lenguas clasifican la realidad de distintas maneras, sus hablantes difieren en la forma de relacionarse con ella. Como señala el propio Whorf, “delimitamos la naturaleza en la dirección que nos sugiere nuestra lengua materna. Distinguimos ciertos fenómenos, ciertas categorías y tipos en el mundo no porque sean evidentes por sí mismos; al contrario, el mundo se nos aparece como una corriente caleidoscópica de impresiones que deben ser organizadas por nuestra conciencia, lo que significa principalmente por el sistema lingüístico almacenado en nuestras mentes” [68].

Así pues, la teoría de la relatividad lingüística afirma que las categorías lingüísticas, en particular los nombres de los colores, influyen en la forma en que las personas perciben la paleta de colores. Los estudios han demostrado que las distintas lenguas tienen sistemas diferentes para nombrar los colores. Por ejemplo, algunas lenguas sólo tienen unas pocas palabras para los colores (negro, blanco, rojo), mientras que otras tienen docenas de nombres para las tonalidades. Esto afecta a la forma en que los hablantes de estas lenguas perciben y distinguen los colores.

La investigación en los campos de la lingüística cognitiva y la psicolingüística confirma algunas de las proposiciones de la relatividad lingüística en relación con los colores. Por ejemplo, los experimentos han demostrado que los hablantes de distintas lenguas distinguen los colores más rápidamente si su lengua tiene nombres distintos para esos colores. Esto sugiere que la lengua puede influir en los procesos cognitivos de la percepción del color.

La ciencia del color también estudia las características culturales de la percepción de los colores. La teoría de la relatividad lingüística explica cómo la cultura, a través del lenguaje, puede influir en qué colores se consideran importantes o simbólicos en una sociedad determinada. Por ejemplo, el color rojo puede tener diferentes significados simbólicos en distintas culturas -desde el peligro hasta la buena suerte-, lo que también está relacionado con la representación léxica de los colores en el lenguaje.

Las distintas lenguas tienen diferentes categorías para los colores, y estas categorías

pueden diferir significativamente. Por ejemplo, en ucraniano hay dos palabras diferentes para designar el azul: *синій* (azul oscuro) y *блакитний* (azul claro), mientras que en inglés, ambos tonos se denominan con la misma palabra *blue*. Según la teoría de la desviación lingüística, esta diferencia en la categorización lingüística puede afectar a la forma en que los hablantes de estas lenguas perciben y distinguen los distintos tonos de azul.

Por eso, la teoría de la relatividad lingüística y los estudios lingüísticos sobre el color están estrechamente relacionados a través del estudio de la influencia del lenguaje en la percepción y categorización de los colores. Estos estudios subrayan la importancia del lenguaje como herramienta que configura nuestros procesos cognitivos, incluida la percepción del color, y demuestran cómo las diferencias lingüísticas y culturales afectan a nuestra comprensión del mundo que nos rodea.

Los científicos ingleses Berlin y Kay contribuyeron de forma significativa al desarrollo del campo lingüístico del estudio del significado del color. Describieron su trabajo sobre la etimología del color en el libro “Basic Colour Terms” [61].

Berlin y Kay sostienen en su trabajo que la mayoría de los nombres de colores están relacionados con los nombres de objetos concretos. Sólo una pequeña proporción de términos cromáticos tiene orígenes desconocidos. Los principales colores, según los científicos, son el blanco, el negro, el rojo, el verde, el amarillo, el azul, el marrón, el morado, el rosa, el naranja y el gris. Los autores del estudio creen que el proceso de aparición y desarrollo de los nombres de los colores en las distintas lenguas es el mismo y va desde los colores simples y básicos hasta los tonos más complejos.

Berlin y Kay identifican siete etapas en el desarrollo de los nombres básicos de los colores. En la primera etapa surgen dos categorías universales asociadas a las partes del día: el día, que se asocia a la luz (blanco), y la noche, que simboliza la oscuridad y la tranquilidad (negro). La segunda etapa refleja los elementos clave de la vida: la sangre y el fuego, que representan la vitalidad y la actividad (rojo). La tercera, cuarta y quinta etapas corresponden a los colores asociados a los fenómenos naturales: el cielo y el agua (azul), la vegetación (verde) y el sol y las estrellas (amarillo). La sexta etapa se refiere al color de la tierra (marrón). Por último, en la séptima etapa se introducen colores adicionales para reflejar fenómenos naturales como las flores, la niebla, los amaneceres y los atardeceres (rosa,

naranja, morado y gris).

También es interesante el enfoque de género de la denominación de los colores propuesto por el lingüista estadounidense Robin Tolmach Lakoff. Se centra en las diferencias de uso y percepción de los colores entre hombres y mujeres. Lakoff estudió los aspectos de género del lenguaje y llegó a la conclusión de que los estereotipos de género y los roles sociales influyen en la forma en que las personas de distinto sexo describen y perciben los colores.

Lakoff observó que las mujeres tienden a utilizar más términos para describir las tonalidades de los colores. Es más probable que utilicen nombres complejos o precisos como *turquesa, lavanda, melocotón*, en lugar de nombres básicos y sencillos como *azul o rojo*. Esto puede deberse a la expectativa cultural de que las mujeres prestan más atención a los detalles y matices estéticos [59].

Los hombres, observa, tienden a utilizar nombres genéricos para los colores y rara vez se explayan sobre sus matices. Tienden a describir los colores en términos de categorías básicas como *azul, rojo o verde*, lo que probablemente sea el resultado de una socialización que disuade a los hombres de prestar atención a los matices.

El uso y la descripción de los colores pueden reflejar estereotipos de género muy arraigados. A las mujeres se las asocia tradicionalmente con la emotividad, la estética y la preocupación por la apariencia, lo que da lugar a un repertorio léxico más diverso en el ámbito del color. A los hombres, en cambio, se les asocia más con la racionalidad y el sentido práctico, lo que se refleja en su tendencia a utilizar nombres de colores sencillos.

Lakoff subraya que la diferencia en la descripción de los colores no es innata ni está determinada biológicamente, sino que está moldeada por las condiciones sociales y la educación. En las distintas lenguas y culturas, estos factores pueden tener efectos diferentes en la percepción de los colores según el sexo.

La investigación de L. Stavytska está dedicada a la función estética de las designaciones cromáticas. La autora distingue los adjetivos de color como una capa de vocabulario que funciona activamente en el lenguaje poético, teniendo en cuenta las tradiciones y estilos artísticos y poéticos, en particular el simbolismo, el neorromanticismo y el impresionismo [36].

Sin embargo, puede decirse que la designación del color en las unidades fraseológicas no está tan estudiada como en otras unidades. Por eso es un buen campo para el trabajo lingüístico. El simbolismo del color puede derivarse de su descripción metafórica, ya que la generalidad de una palabra contribuye tanto al significado concreto (metafórico) como simbólico (generalizado-abstracto) de la palabra [4]. Esta es la cuestión en la que se centran científicos de diversos campos (G. Yavorska, L. Maffei, I. Kovalska).

Y por último, hay que decir que los rasgos coloristas de la conciencia lingüística popular de la nueva era derivan de un complejo proceso de metaforización del significado de la palabra, cuando se forma una valoración universal, que se expresa en forma de asociación positiva o negativa con un fenómeno: el mecanismo de intercambio de capital transparente y complejo, capital complejo y transparente, cadena de movimiento compleja y transparente, esquema de trabajo complejo y transparente, testimonios negativos y positivos, y otros atributos [22].

Por eso, los estudios lingüísticos del color ponen de relieve la compleja relación entre lengua, cultura y percepción. Demuestran que las etiquetas de color tienen características universales, pero su uso y significado simbólico dependen del contexto cultural y social. El lenguaje no sólo describe los colores, sino que también determina la forma en que los percibimos e influye en nuestro mundo.

2.2 Colores, su significado y uso en diferentes campos

2.2.1 Blanco

Ya hemos mencionado que los colores son de gran interés para los científicos de diversos campos, no sólo de la lingüística. Por lo tanto, merece la pena examinar más detenidamente el significado y el uso de los colores básicos en lingüística, especialmente en fraseología.

Las investigaciones de W.W. Turner han demostrado que, en las culturas primitivas, la percepción del color se basaba en la oposición entre luz y oscuridad, que más tarde se transformó en una tríada de colores primarios: negro, blanco y rojo. Estos colores no sólo denotaban tonalidades, sino que conllevaban un profundo significado simbólico asociado a rituales de transición y experiencias humanas fundamentales [64].

A finales de la Antigüedad, los colores tenían significados similares entre los distintos

pueblos, lo que puede indicar un origen común. Las civilizaciones antiguas distinguían entre dos colores principales: el blanco (símbolo de luz y bondad) y el negro (símbolo de oscuridad y maldad), de los que derivaban otros colores. En la Edad Media, los colores, sonidos y olores adquirieron significados simbólicos, y cada color influía en el estado emocional. Cuatro colores se asociaban con los elementos: el azul con el aire, el marrón con la tierra, el verde con el agua y el rojo con el fuego. El blanco, el rojo, el verde y el azul se consideraban positivos, mientras que el negro, el amarillo y el morado simbolizaban el luto.

Desde la antigüedad, las culturas de la India, China y Egipto han utilizado los colores en la curación. Por ejemplo, en los templos de Egipto e Irán, los colores se utilizaban para la curación y la purificación. Avicena también hizo hincapié en el papel del color en el diagnóstico y el tratamiento, utilizando diferentes colores para influir en el temperamento y el estado físico.

En la alquimia, los colores tenían un simbolismo especial. El verde se asociaba con el disolvente, el rojo y el blanco con el azufre y el mercurio. Los mayas tenían los siguientes colores para los puntos cardinales: Este — rojo, Norte — blanco, Oeste — negro, Sur — amarillo. En China, el Este se simbolizaba con el azul, el Sur con el rojo, el Oeste con el blanco, el Norte con el negro y el Centro con el amarillo [65].

En el Renacimiento, los colores tenían un complejo simbolismo asociado a planetas, metales y escudos de armas: Sol — amarillo y oro, Luna — blanco y plata, Marte — rojo y hierro, Júpiter — azul y estaño, Saturno — negro y plomo, Venus — verde y cobre, Mercurio — púrpura y mercurio.

En psicología, el simbolismo de los colores es el siguiente: el rojo se asocia con la sangre, las heridas, el sufrimiento mortal y la purificación; el naranja — con el fuego y la llama; el amarillo — con la luz del sol, la iluminación y la generalización; verde — con el crecimiento, pero también con la muerte y la palidez, combinando el mundo de los minerales (negro) con el de los animales (rojo), así como la vida con la decadencia y la muerte; azul — con el cielo, el día y el mar en calma; azul — con el cielo y la noche; marrón y ocre se asocian con la tierra, y negro — con un campo arado.

Cuando pensamos en el color blanco, no podemos evitar sentirnos un poco indecisos y preguntarnos si es realmente un color [45].

En muchas culturas, el blanco simboliza la luz y la eternidad. Es un color importante en la tradición china. Es el color de la vejez, el otoño, Occidente y la desgracia, pero también de la virginidad y la pureza.

También se considera el color del luto por los muertos. En sueños, un caballo blanco se interpreta como una premonición de muerte. En muchas culturas, los fantasmas o espectros aparecen como figuras blancas. También es importante en la alquimia: el color blanco (albedo) es señal de que, tras el negro (nigredo), la materia prima está en camino hacia la piedra filosofal.

El blanco se asocia tradicionalmente con la belleza, la compasión y los sentimientos más tiernos. La asociación de la palabra cromatismo con el blanco es semántica e implica una conexión con un estado de ánimo tranquilo, esta asociación se ve reforzada por la plena comprensión de la metáfora visual o epíteto. Se asocia al concepto de inocencia y masculinidad. Representa el aspecto objetivo del color blanco y la experiencia subjetiva de verlo [23].

En la cultura ucraniana contemporánea, el blanco suele significar castidad, pureza y pensamientos elevados. A menudo se puede encontrar, por ejemplo, la frase *luz blanca*, donde *blanco* significa *esto* (en contraposición a “aquello”). En este caso, podemos ver una fuerte asociación con la luz y, por tanto, con el cielo y el sol. En concreto, A. Golan cree que originalmente el blanco era el color de la Gran Diosa, a la que se sacrificaban trozos de tela blanca, la diosa del cielo y del sol [26].

Para los ucranianos, al igual que para muchos otros pueblos, el blanco ha desempeñado durante mucho tiempo un papel importante en los rituales mágicos, asociándose a las fuerzas del bien y la vida o actuando como protección contra los espíritus y deidades malignos. Atraía a los dioses buenos y ahuyentaba a los malos. El blanco se utilizaba en rituales ceremoniales relacionados con el nacimiento, la iniciación, el matrimonio y la muerte. También servía como medio de protección contra el mal de ojo, ya que se creía que las fuerzas malignas no podían dañar a una persona, animal o casa si estaban marcados con blanco o tenían amuletos blancos. El blanco también era importante en los rituales de sacrificio.

El blanco, destacando otros tonos, simboliza la armonía y la unidad. Se asocia a la

pureza, la inocencia, la espiritualidad y la paz. El blanco es parte integrante de muchos rituales culturales (bodas, bautizos). Sin embargo, su simbolismo puede variar de una cultura a otra. Por ejemplo, en la India, el blanco tiene connotaciones negativas.

En política, el color blanco se asocia a menudo con la rendición. Quienes izan la bandera blanca demuestran su falta de voluntad o su incapacidad para continuar la lucha. Durante la Guerra de los Cien Años, en los siglos XIV y XV, la bandera blanca se convirtió por primera vez en símbolo del cese de las hostilidades, en contraste con el color rojo que representaba la guerra. Este significado simbólico es casi universal y ha permanecido inalterado a lo largo del tiempo, ya que la bandera blanca señalaba originalmente el final de la guerra [50].

En Francia, la bandera blanca tiene otro significado: simboliza la monarquía francesa, que no existe en inglés. En este caso, el color blanco de la bandera se asocia a un movimiento político que apoya la monarquía absoluta.

Veamos algunos fraseologismos en los que se utiliza el color blanco y su significado:

1. La frase *pasar la noche en blanco* significa que alguien ha estado despierto toda la noche. La expresión procede de la Edad Media, cuando algunos caballeros que querían ingresar en ciertas órdenes tenían que pasar la noche sin dormir custodiando sus armas. Llevaban una túnica blanca para simbolizar la pureza. Por lo tanto, esta expresión está relacionada con el color blanco de la túnica y la necesidad de permanecer despierto durante toda la noche.
2. La frase *un elefante blanco* significa una cosa cara que no tiene ninguna utilidad práctica. En el pasado, en Tailandia, los elefantes sagrados simbolizaban el poder real: cuantos más elefantes poseía un rey, más elevado era su estatus. Los elefantes blancos solían regalarse a los reyes para saldar deudas. Al principio, se consideraba un regalo valioso, pero con el tiempo se vio que el coste de mantenerlos era demasiado alto. De ahí surgió la expresión.
3. *Delito de guante blanco* hace referencia a delitos cometidos sin violencia física directa, normalmente por personas en posiciones de autoridad o con acceso a recursos financieros. Estos delitos suelen consistir en fraude, malversación, corrupción y otros fraudes financieros [35].

Así, sumando todos los valores del blanco, podemos definir este color como:

1. Pureza e inocencia.
2. Luz y bondad.
3. Comienzo, nueva vida.
4. Luto y muerte.
5. Castidad y virginidad.
6. Sabiduría y vejez.
7. Neutralidad.

2.2.2 Negro

Durante siglos, el negro ha sido considerado el opuesto exacto del blanco. Estos colores siempre van juntos en una pareja antónima, como el día y la noche.

El negro es un color de la negación, expresa también la idea de la muerte (extinción final). Siendo la antítesis del blanco, es un color de la dualidad: blanco—negro, vida – muerte, bien – mal etc. Magia negra se opone a la blanca y se produce por fuerzas maléficas. En la simbología de sueños, es un color asimismo negativo [62].

El negro no era menos importante en la vida de los pueblos primitivos. Si el blanco significaba luz, el negro significaba oscuridad, si el blanco significaba vida, el negro significaba muerte, el blanco significaba pureza y orden, el negro significaba suciedad y caos. Así, el negro es la antítesis del blanco, el lado opuesto de la vida. Todo lo negativo en la vida de los pueblos primitivos se reflejaba en negro. Las fuerzas del mal, hostiles al hombre, se representaban en negro en las imágenes más antiguas. A diferencia de la magia “blanca”, la “magia negra” apela a las fuerzas del mal y lleva a la persona a la decadencia [24].

El color negro ha tenido diferentes significados simbólicos en distintas culturas a lo largo de la historia. Sin embargo, en el contexto de las relaciones raciales, a menudo se ha asociado con la ascendencia africana, adquiriendo connotaciones negativas y discriminatorias. Durante la trata de esclavos, el negro se convirtió en símbolo de esclavitud, sometimiento y deshumanización de los africanos. Durante el periodo colonial, se utilizó para generalizar y denigrar las culturas africanas, creando una jerarquía racial en la que la raza blanca se consideraba superior. Durante la segregación racial en Estados Unidos y otros

países, negro se asociaba con discriminación, separación y restricción de los derechos de los negros [2].

Hoy en día, el uso de negro para referirse a la raza se considera a menudo una forma de racismo, estereotipos y discriminación. Incluso el uso involuntario del color negro en un contexto negativo puede causar microagresiones y daños emocionales a la población africana. Esta práctica refuerza los estereotipos negativos al asociar a los afrodescendientes con la pobreza, la delincuencia y otras características negativas. Reducir a las personas al color de su piel ignora su individualidad, sus logros y su dignidad humana. Los estereotipos que apoyan la discriminación racial pueden causar conflictos sociales, tensiones y violencia.

Sin embargo, el negro también tiene significados positivos. Por ejemplo, en muchas culturas orientales simboliza el agua, la tierra, la fertilidad y la sabiduría. En Ucrania, por ejemplo, son muy comunes las camisas negras bordadas. El negro, como símbolo de tierra, fertilidad y prosperidad, estaba estrechamente asociado a la vida cotidiana de la gente. Se utilizaba en la ropa y el menaje para atraer la riqueza y la prosperidad. En algunas regiones, incluso los bordados de boda se decoraban con adornos negros para desear prosperidad y una familia feliz a los recién casados.

Veamos algunos fraseologismos en los que se utiliza el color negro y su significado:

1. *La leyenda negra*, en su primera acepción, se refiere a la “opinión desfavorable hacia lo español que se difundió a partir del siglo XVI”, cuando se asociaba a España con la intolerancia, el fanatismo religioso y el oscurantismo. En su segunda acepción, se describe como una opinión negativa, generalmente infundada y ampliamente extendida, sobre una persona o un evento histórico.
2. *Bandera negra*: una bandera de este color que utilizaban los piratas u otras fuerzas para indicar que no darían ni esperarían cuartel. También se usa para simbolizar hostilidad o un rigor extremo hacia algo o alguien. Durante tiempos de guerra, esta bandera se izaba en edificios hospitalarios [66].
3. Existen diversos fraseologismos en los cuales el adjetivo “negro” está vinculado con la maldad o la mala suerte, como por ejemplo: *mano negra*, *horas negras*, *negro como la pena*, *notar con piedra negra*, *pasarlas negras* o *tener la sombra negra* [48].

4. *Mercado negro* hace referencia a la comercialización clandestina de divisas o productos no autorizados o escasos, generalmente a precios más altos que los legales.

Resumiendo, podemos decir que el color negro tiene un significado predominantemente negativo: muerte, discriminación racial, maldad, soledad, tristeza. El negro no es sólo una ausencia de color, sino un poderoso símbolo que puede transmitir diversas ideas y emociones. Su significado depende del contexto en el que se utilice y de las características culturales.

2.2.3 Azul

El azul es uno de los colores más versátiles y extendidos del mundo, asociado a una gran variedad de conceptos y emociones. El azul es el quinto de los siete colores del espectro, situado entre el verde y el violeta, y suele asociarse con tonos de cielos despejados o aguas profundas. Los tonos azules, como el turquesa y el cian, suelen simbolizar la calma, la sabiduría y el sueño. En las culturas occidentales, el azul se considera uno de los colores más populares porque representa viajes y descubrimientos tanto reales como simbólicos.

El azul se asocia a conceptos como la paciencia, la libertad, el progreso y la unidad. A menudo se considera una fuente de inspiración. El color azul tiene diferentes significados en los distintos países. En Estados Unidos se asocia sobre todo a los recién nacidos, mientras que en Europa se percibe como símbolo de armonía y lealtad. El azul es el color favorito de los europeos. Según un estudio realizado por Eva Heller en su libro “The Psychology of Colour (La psicología del color), el azul es el color que más simpatías despierta, en términos porcentuales. Lo prefieren el 46% de los hombres y el 44% de las mujeres [60]. En Irán, el azul es el color del luto, y en China, la personificación de la inmortalidad.

El azul se asocia a la inteligencia y la resistencia, favorece la concentración y la superación sistemática. Simboliza el cielo y el mar, y representa tanto la altura como la profundidad, así como la constancia, la lealtad, la justicia y la perfección. Para los antiguos egipcios, el azul era un símbolo de la verdad, y en la mitología griega se asociaba con Zeus y Hera, que se creía que vivían por encima de las nubes. Además, el azul se asociaba a menudo con el valor y la valentía: los caballeros recibían una cinta azul como máxima recompensa por sus logros [24].

Hay diferentes expresiones interesantes que utilizan el color azul, cuyo significado y origen merece la pena estudiar con más detalle.

Primeramente hay que mencionar los Cascos Azules que son fuerzas militares y policiales formadas por personal de diferentes países que actúan bajo el mandato de las Naciones Unidas (ONU) para mantener o restaurar la paz y la seguridad en zonas de conflicto. Oficialmente, se les llama Fuerzas de Mantenimiento de la Paz de las Naciones Unidas, pero el término “Cascos Azules” proviene de los cascos de color azul celeste que utilizan como parte de su uniforme, el color simbólico de la ONU.

La expresión *ser azul* puede tener diferentes significados políticos en distintos países, normalmente en función del contexto histórico, cultural y social. El color azul se asocia a conceptos como el cielo, el agua, la calma y la lealtad, y sirve como símbolo de movimientos e ideas políticas.

Por ejemplo, en Estados Unidos, el término “azul” se utiliza para referirse a los simpatizantes del Partido Demócrata, cuya ideología es de izquierdas, mientras que en el Reino Unido, “azul” se refiere a los miembros del Partido Conservador, que representa opiniones de centro-derecha o incluso de derechas. En España, *ser azul* puede tener distintos significados según el contexto: puede indicar afiliación a fuerzas conservadoras o, más ampliamente, describir a personas con determinadas opiniones o estatus social.

En Argentina, el azul se asocia tradicionalmente a fuerzas políticas conservadoras. Por ejemplo, el Partido Unión Cívica Radical, que dominó la política argentina durante la mayor parte del siglo XX, utilizaba el azul en sus símbolos.

En otros países latinoamericanos, el azul también puede tener diferentes asociaciones políticas. En Brasil, por ejemplo, se asocia a partidos conservadores, mientras que en México puede asociarse a fuerzas liberales [47].

Ser un *príncipe azul* es una expresión que pertenece a la esfera afectiva, destacando el simbolismo del color azul. Se llama así a un chico que reúne todas o casi todas las características de una pareja ideal: belleza, fuerza, riqueza, etc. El príncipe azul es un arquetipo de joven al que una chica atribuye cualidades ideales y sueña con casarse con él. El origen de esta expresión está vinculado a los cuentos de hadas, en los que el color azul simbolizaba el origen real del héroe, así como la *sangre azul* de la aristocracia.

Históricamente, el azul se ha asociado con la realeza y la alta sociedad. Esta conexión se refleja en la frase *sangre azul*, que se utiliza para referirse a las personas de noble cuna.

Existen varias versiones sobre el origen de la expresión *tener la sangre azul*. Una de ellas se asocia a los reyes españoles, que, según la leyenda, tenían la piel pálida con venas claramente visibles debido a su estilo de vida sedentario. Otra versión se refiere a la monarquía francesa, donde esta expresión se utilizaba para destacar la pureza de sangre de los aristócratas. Otra explicación española relaciona la *sangre azul* con la ausencia de raíces moriscas o judías en las familias nobles. Independientemente del origen exacto, esta expresión está firmemente arraigada en el idioma como símbolo de aristocracia y linaje noble.

También merece la pena mencionar la frase *media azul*. La frase *media azul* se utiliza para referirse a una mujer apasionada por la ciencia, la literatura o la actividad intelectual, pero que no presta atención a su apariencia, feminidad o normas sociales de comportamiento. Históricamente, esta expresión tenía una connotación algo negativa y se utilizaba para criticar a las mujeres que se negaban a aceptar los papeles tradicionales asignados a la mujer en la sociedad.

La expresión *media azul* se originó en el siglo XVIII en Inglaterra. Sus orígenes están ligados a las reuniones de intelectuales y salones literarios a los que asistían mujeres. Una de estas mujeres era Elizabeth Montagu, que organizaba reuniones para debates literarios. En estas reuniones participaban tanto hombres como mujeres. Uno de los asistentes a estas reuniones, Benjamin Stillingfleet, un famoso naturalista, llevaba medias azules lisas en lugar de las tradicionales medias negras de seda que llevaban los hombres de las clases sociales más altas. Por este motivo, estas reuniones se llamaban la Sociedad de las Medias Azules, y más tarde el término *media azul* se utilizó para describir a las mujeres que participaban en discusiones intelectuales. Con el tiempo, la expresión adquirió una connotación negativa, sobre todo en los círculos masculinos, donde las mujeres dedicadas a actividades intelectuales eran criticadas por su falta de interés por la moda y la vida familiar. Se creía que las intelectuales se alejaban de su papel «natural» de esposas y madres.

En el lenguaje moderno, la expresión *media azul* puede seguir teniendo una connotación negativa cuando se utiliza para describir a las mujeres que prefieren las

actividades intelectuales o científicas a la feminidad “tradicional”. Sin embargo, el significado de la fraseología ha cambiado, y su uso depende del contexto - en el mundo moderno, incluso puede usarse irónicamente o con orgullo.

El azul, a pesar de su sencillez, tiene un rico simbolismo y una amplia gama de asociaciones. Su significado varía según la cultura, el contexto histórico y las condiciones de uso:

1. La asociación más común del azul es con los fenómenos naturales: el cielo y el agua. Simboliza el infinito, la profundidad, la calma y la eternidad.
2. El azul se utiliza a menudo para crear una atmósfera de calma y relajación. Calma el sistema nervioso y favorece la concentración.
3. En la historia, el azul se ha asociado a la realeza y la aristocracia, simbolizando un estatus elevado y nobleza.
4. En muchos países, el azul también se asocia a los partidos políticos conservadores, símbolo de los valores tradicionales, la estabilidad y el orden.

2.2.4 Verde

El verde, uno de los colores más comunes de la naturaleza, tiene un profundo significado simbólico en muchas culturas del mundo, incluida la ucraniana. Se asocia principalmente con la naturaleza, la vida, el crecimiento y la armonía.

Verde: es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza [55].

El color verde simboliza el bienestar humano, la salud y la vida, así como la inteligencia y el amor. La gente suele asociar este color con la primavera, el renacer de la naturaleza, la renovación y el restablecimiento de la vida durante el periodo del despertar primaveral. No es de extrañar que se diga que en primavera todo despierta tras el sueño invernal. El verde también es símbolo de la continuidad de la vida y la inmortalidad.

En muchos países, el dinero es verde, lo que sugiere que este color se asocia a la riqueza, la prosperidad y la estabilidad. En la terminología marítima, se utilizaba una bandera verde para indicar el lugar de un accidente, y en las carreteras, el color verde de los semáforos señala la posibilidad de movimiento.

Además, el verde simboliza la juventud y la inmadurez. Adquiere especial

importancia en el contexto de los movimientos ecologistas que abogan por la protección de la naturaleza, utilizando a menudo el término “verde” para describirse a sí mismos.

Nuestro análisis de las fuentes lexicográficas ha demostrado que el color verde es una especie de camaleón semántico. Por un lado, puede simbolizar la vida, el crecimiento y la esperanza y, por otro, puede conllevar significados negativos asociados al fracaso y la desgracia. Esta ambigüedad semántica se debe a la diversidad de códigos culturales y contextos en los que se utiliza la palabra.

El verde ha sido percibido durante mucho tiempo como un color con un significado maligno, ya que en la Edad Media se asociaba con el diablo. Sin embargo, más tarde se convirtió en símbolo de buena suerte en la cultura occidental, aunque también se asoció a la mala suerte.

El color verde se asocia con la salud y la resistencia, ayuda a restablecer el sistema nervioso y contribuye a la relajación. En muchas culturas simboliza la curación, la renovación y el azar. También representa la diplomacia y evoca un sentimiento de seguridad, generosidad y moderación. En los países occidentales, el verde representa la juventud, el crecimiento y la frescura de la vida. En Irlanda, el verde es un color popular y un símbolo nacional, representado por el trébol de cuatro hojas.

Sin embargo, el verde también tiene su lado oscuro. Por ejemplo, en Francia, el mundo del teatro considera que el verde es siniestro. Esta creencia, que surgió en el siglo XIX, se asocia al uso de la iluminación verde en los teatros. En las culturas anglosajonas, el verde se asocia a la ambición y el prestigio. En China, simboliza la mentira y la expulsión de los malos espíritus; por ejemplo, una mujer con un sombrero verde indica traición. En Estados Unidos, el verde se asocia especialmente con la envidia y los celos, lo que dio origen a la expresión *to be green with envy* (estar verde de envidia) [34].

El color verde tiene un profundo significado simbólico en la cultura ucraniana. Es un atributo esencial de las ceremonias nupciales, en las que la ruta y el bígaro simbolizan el amor eterno. El Domingo de la Trinidad, o Domingo Verde, refleja la estrecha conexión entre los ucranianos y la naturaleza. El color verde también está presente en la artesanía popular, como el bordado y la pintura de huevos de Pascua.

El campo semántico del verde abarca no sólo la naturaleza, sino también la esfera de

los sentimientos. En la literatura y el arte, se utiliza a menudo para denotar la juventud, el amor y el comienzo de nuevas relaciones. La imagen de Lady Minna con un vestido verde es un vivo ejemplo de este uso. Este color se convirtió en una especie de código que indicaba la edad núbil de la muchacha.

Durante mucho tiempo, el verde se asoció con el mal (por ejemplo, en Oriente Medio era un símbolo de negatividad), pero en la sociedad moderna su significado ha ido cambiando gradualmente y ahora se considera un símbolo de libertad. El simbolismo del verde ha pasado de representar la naturaleza a reflejar la ideología; se ha convertido en la personificación de la ecología y el comunismo (después del rojo) [62].

La conexión entre el verde (naturaleza) y el verde (ideología) tiene raíces históricas. A finales del siglo XVIII, durante el Romanticismo, la naturaleza se convirtió en tema central de la pintura y la literatura, y el verde pasó a asociarse con la vegetación. El agua, la tierra, el fuego y el aire se consideraban los cuatro elementos principales a los que prestaban atención artistas e historiadores [67].

En el siglo XIX, tras las dos revoluciones industriales, la naturaleza y la vegetación volvieron a ser temas importantes. El primer movimiento destinado a restaurar el medio ambiente surgió en Inglaterra durante la época victoriana: se crearon parques, jardines, vías verdes y zonas de recreo. Con el tiempo, este fenómeno se internacionalizó, dando lugar a movimientos en Europa y América. La lucha por la naturaleza se ha convertido en la idea principal de muchos partidos políticos.

También podemos utilizar el adjetivo “verde” cuando hablamos de una situación que se repite con consecuencias negativas para una persona. La persona afectada por esta situación está desesperada y disgustada. En este contexto, el color verde enfatiza ciertas emociones, como la ira, los celos, la frustración, etc.

El verde es un color que simboliza, de cierta manera, la frivolidad de una persona: ser un viejo verde es una expresión en español que ilustra esta idea. *Viejo verde* se refiere a un hombre mayor que tiene un comportamiento lascivo o que muestra un interés excesivo por las mujeres jóvenes. La expresión tiene un matiz peyorativo, sugiriendo que la persona en cuestión es inadecuada o poco respetuosa en su actitud hacia el sexo opuesto. Implica una falta de madurez emocional y un comportamiento que puede considerarse inapropiado. Es

común en el lenguaje coloquial. La frase también plantea cuestiones sobre la percepción de la sexualidad en la vejez, ya que asocia la atracción hacia mujeres más jóvenes con un comportamiento poco digno o ridículo.

Analizando la gama de valores simbólicos del color verde, pueden distinguirse los siguientes aspectos principales:

1. El verde suele asociarse con la naturaleza, el crecimiento, la primavera y la renovación. Simboliza la vida, la salud y la fertilidad.
2. El mundo moderno asocia el verde con la ecología, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.
3. En muchos países, el dinero es verde, un color asociado a la riqueza y la prosperidad.

2.2.5 Rojo

El rojo es uno de los colores más potentes y emotivos. Su significado es polifacético y depende del contexto cultural y de la situación. Independientemente de si evoca emociones positivas o negativas, el rojo siempre atrae la atención y deja una impresión duradera.

El simbolismo del color rojo es extremadamente polifacético y se remonta a siglos atrás. Desde la antigüedad, cuando se utilizaba para crear pinturas rupestres, hasta los tiempos modernos, donde sigue siendo uno de los colores más poderosos y emotivos, el rojo siempre ha atraído la atención de la gente. En diferentes culturas y religiones, se ha asociado con la vida y la muerte, el amor y el odio, lo divino y lo demoníaco. El rojo es el color de la sangre, el fuego, la pasión y la ira. Era un atributo de los dioses de la guerra y un símbolo de masculinidad.

El color más básico de la tríada cromática original es el rojo. A diferencia del blanco y el negro, pertenece a los llamados colores cromáticos y es el símbolo más ambivalente de los tres. Los significados simbólicos del rojo vienen determinados por su asociación con la sangre. Por un lado, representa la vida, la energía y la pasión y, por otro, la agresividad, el peligro y la muerte. Esta ambivalencia se refleja en las diversas interpretaciones culturales del color rojo.

En muchos países, el color rojo se asocia con la sangre, el fuego, el amor, el erotismo, la pasión, el placer y otros sentimientos. Es un color vivo y atrevido que suele utilizarse en

diversos ámbitos para llamar la atención. En la mayoría de las culturas orientales, el rojo simboliza la buena suerte y la celebración. Como color de la sangre, representa la vida y la vitalidad. En China, los recién casados eligen tradicionalmente vestir de rojo, mientras que en la India este color se asocia con la pureza, y las mujeres suelen casarse con un vestido rojo. En la cultura judía, el rojo se considera el color del pecado y el sacrificio, mientras que para los sudafricanos simboliza el luto y para los aborígenes australianos representa la tierra.

Es evidente que el rojo es el color de la advertencia, el color de la prohibición. Y la historia de esta advertencia es muy antigua. Por ejemplo, muchas cosas en la naturaleza son rojas: las moscas agáricas venenosas y similares. Tal vez venga de ahí. Y desde la Edad Media, la imagen de una manzana roja venenosa aparece en las novelas de caballería. Es una historia popular. Si la manzana es verde, es ácida, si es roja, es venenosa. En la película *Blancanieves*, cuando la bruja le da a Blancanieves una manzana roja, el espectador tiene que adivinar que se trata de una manzana especial. El color rojo actúa como advertencia [37].

El color rojo tiene una importante conexión simbólica e histórica con la política de muchos países.

El color rojo está asociado a los movimientos socialistas y comunistas. Se convirtió en un símbolo de la clase trabajadora y la revolución, ya que muchos partidos revolucionarios utilizaron el rojo en su simbolismo. Por ejemplo, la bandera roja es el emblema de los partidos comunistas.

En muchos países, el color rojo se asocia con los partidos políticos de izquierda. Por ejemplo, en Estados Unidos, el Partido Demócrata suele utilizar el rojo para simbolizar sus ideas, aunque en las elecciones de la década de 2000, el rojo se asoció más con el Partido Republicano.

El color rojo también se utiliza en el contexto de movimientos sociales que abogan por los derechos de las personas, como el movimiento por los derechos LGBT+. El lazo rojo, por ejemplo, se ha convertido en un símbolo de la lucha contra el VIH/SIDA [7].

El rojo también puede simbolizar ira, revolución y protesta. En muchos países, el rojo se utiliza en manifestaciones y mítines para llamar la atención sobre cuestiones sociales y políticas.

En la fraseología de las lenguas española y ucraniana, el color rojo tiene significados similares y diferentes. En cada una de las lenguas, este color puede simbolizar confusión o vergüenza, como en la expresión *ponerse rojo*. En la cultura española, el rojo suele asociarse con una señal de peligro, por ejemplo, en la expresión *un barrio rojo*, que indica un barrio peligroso. En cambio, en el idioma ucraniano, el rojo suele tener un significado positivo, como en la expresión *velas rojas*, que se convierte en un símbolo de sueños y esperanza.

El rojo es un símbolo complejo y multifacético que ha inspirado a artistas, filósofos y gente corriente durante miles de años. Por tanto, se pueden distinguir sus siguientes significados:

1. Como color de la sangre, el rojo simboliza la fuerza vital, pero también la muerte. Puede indicar nacimiento, renacimiento, así como derramamiento de sangre, guerra.
2. El rojo suele asociarse con el amor, la pasión y la sexualidad. Provoca fuertes emociones y excitación.
3. El color rojo se asocia con la fuerza, la energía, el coraje. Puede simbolizar poder, liderazgo, ambición.
4. Por otro lado, el rojo puede provocar sensación de peligro, agresión, enfado. A menudo se utiliza como señal de advertencia [9].

2.2.6 Amarillo

El amarillo es el tercer color del espectro luminoso, situado entre el verde y el naranja. Sus tonalidades recuerdan al oro y a las flores de retama. Este color se asocia con la alegría, ya que simboliza el sol, las vacaciones y la alegría, dando al mundo una sensación de felicidad. El amarillo es un color cálido y energético que, como los rayos del sol, aporta vitalidad y movimiento. También se asocia con el poder y el ego, ya que era el color favorito de los emperadores chinos. El amarillo simboliza a menudo la socialidad, la apertura a los demás, la amistad y la fraternidad.

En China, el amarillo simboliza el poder imperial, la riqueza y el prestigio. Históricamente, este color estaba reservado a los emperadores, y sólo ellos tenían derecho a vestir de amarillo. También se asocia con la longevidad y la nobleza.

En la India, el amarillo se asocia con la espiritualidad, el conocimiento y la educación.

Se usa en ceremonias religiosas y festivas y se considera el color de la purificación y la curación.

En muchas culturas occidentales, el amarillo se asocia con la alegría, el calor y el sol. Simboliza la felicidad, el optimismo y la energía. Al mismo tiempo, en algunos casos, el amarillo puede significar envidia o traición.

En Egipto, el amarillo simbolizaba el luto y la muerte. También se asociaba con el inframundo.

En la tradición cultural ucraniana, el color amarillo también tiene connotaciones positivas. Hoy existen razones convincentes para creer que el color amarillo denota el culto al sol de los antiguos ucranianos. Y, como es lógico, si la deidad suprema de Dazhboh es el Sol, el color de esta deidad también es sagrado. Por eso este color acompañaba a los príncipes kievitas en sus estandartes, a los cosacos zaporozhianos en sus banderas, por eso las iglesias cristianas ucranianas estaban coronadas con cúpulas doradas (amarillas), por eso estaban coronadas no sólo con signos simbólicos del Sol -cruces-, sino también con imágenes del propio Sol con rayos vivificantes a su alrededor [20].

Aunque el amarillo suele asociarse a aspectos positivos como el oro, la riqueza y la comida, también tiene significados negativos:

1. El color amarillo está prohibido en el teatro por su asociación con Molière. Probablemente por la trágica muerte del dramaturgo francés Jean-Baptiste Poiclain Molière. Durante el estreno de su obra “El enfermo imaginario”, iba vestido de amarillo. Justo durante la representación, Molière enfermó y murió unas horas después en su casa.
2. Judas el traidor era representado a menudo vestido de amarillo.
3. En la Edad Media y en algunos países, se obligaba a los judíos a llevar señales amarillas como símbolo de vergüenza.
4. En España, las víctimas de la Inquisición vestían de amarillo.
5. Una persona cuya casa estuviera pintada de amarillo podía ser acusada de adulterio.

El amarillo es el color de la locura, el color de las cosas malas; los leprosos, los músicos, las prostitutas y los judíos eran marcados con amarillo. En la Europa medieval, era

el color de los forasteros [37].

Kandinsky caracteriza el amarillo de la siguiente manera: “En comparación con el estado mental humano, el amarillo puede verse como un vivo ejemplo de locura, no de melancolía o hipocondría, sino de un ataque de locura, de locura ciega, de obsesión violenta”. Los manicomios solían llamarse “casas amarillas”. El amarillo es el color de la locura agresiva [37].

El amarillo se utiliza a menudo como simbolismo en la literatura, ya que transmite emociones o ideas tanto positivas como negativas.

El amarillo se asocia estrechamente con la locura. Una cita de “El cuento de invierno” de Shakespeare: *Gentil naturaleza, que has hecho a un niño tan parecido a su padre, cuando hayas hecho a las almas de la misma manera, no le des ningún amarillo celoso, para que no dude de que su marido es realmente el padre de sus hijos*. La locura es amarilla [41].

En la novela “El Gran Gatsby” de F. Scott Fitzgerald, el amarillo simboliza la riqueza, el materialismo y la decadencia moral. Los coches amarillos y otros objetos que aparecen en el texto reflejan los intentos de los personajes por comprar felicidad y estatus.

En el cuento “El papel pintado amarillo” de Charlotte Perkins Gilman, el color amarillo representa el trastorno mental de la protagonista. El papel pintado amarillo simboliza sus sentimientos de depresión, aislamiento y pérdida gradual de contacto con la realidad.

De “Dorian Gray”, de Oscar Wilde: *Mientras Dorian lo hojeaba, se detuvo en el poema sobre la mano de Lasner -Lasner fue ejecutado por un asesinato a traición- y se detuvo en la mano fría y amarilla, de la que aún no se había borrado la huella del crimen, la mano con la pelusa roja y los dedos de un fauno* [39]. La fría mano amarilla con pelusa roja es la mano del traidor, Judas.

Estos ejemplos ilustran que el amarillo en la literatura puede indicar riqueza y alegría, así como traición, enfermedad y deterioro moral.

Entre las unidades fraseológicas de color amarillo, podemos mencionar las siguientes:

1. *Prensa amarilla* representa una forma de periodismo que prioriza el sensacionalismo y la atracción de la audiencia sobre la veracidad de la información. El origen de este término se remonta a una famosa “guerra de

circulación” entre dos periódicos neoyorquinos a finales del siglo XIX: el “New York World”, dirigido por Joseph Pulitzer, y el “New York Journal”, dirigido por William Randolph Hearst. Ambos periódicos competían ferozmente por aumentar su audiencia, y para lograrlo recurrieron a tácticas cada vez más sensacionalistas. Utilizaban titulares llamativos, imágenes impactantes y exageraban las noticias para captar la atención del público. Se dice que el término *prensa amarilla* surgió debido a una tira cómica popular de la época llamada “The Yellow Kid”, que ambos periódicos utilizaban para atraer a los lectores. El personaje principal de esta tira cómica era un niño vestido de amarillo, y se convirtió en un símbolo de esta nueva forma de periodismo sensacionalista [11].

2. *Ser de oro* es un cumplido muy sincero y cariñoso. Se utiliza para describir a personas que son especiales, valiosas y que tienen un corazón de oro. La asociación del oro con cualidades positivas como la bondad y la generosidad se remonta a la antigüedad. El oro siempre ha sido considerado un metal precioso y valioso, y se ha utilizado como símbolo de riqueza, poder y perfección. Al decir que alguien “es de oro”, estamos haciendo una comparación implícita con este metal precioso, destacando sus mejores cualidades.
3. *Darte un amarillo* es una expresión coloquial que se utiliza principalmente en algunos países de habla hispana, especialmente en relación al consumo de cannabis [70].
4. Cuando decimos que alguien está *amarillo de envidia*, queremos decir que esa persona siente una envidia muy fuerte hacia otra por algo que tiene o por algo que ha logrado. Es una forma exagerada de expresar un sentimiento de celos o deseo por lo que posee otra persona.

El amarillo es un color polifacético y simbólico que evoca diversas asociaciones y emociones en función de la cultura, el contexto y la experiencia personal. Puede significar lo siguiente:

1. El amarillo se asocia a menudo con el sol, fuente de vida y energía. Simboliza

optimismo, alegría, felicidad y calidez.

2. El amarillo se asocia con el oro, que es símbolo de riqueza, lujo y éxito.
3. En algunas culturas, el amarillo puede simbolizar la precaución, ya que se asocia con las advertencias y el peligro (por ejemplo, las señales de tráfico amarillas).
4. El color de la enfermedad y la locura.
5. El color de la mentira y la traición.

2.2.7 Marrón, morado, rosa, naranja y gris

Concluimos nuestro análisis considerando los colores que corresponden a las etapas sexta y séptima de la formación del significado básico de los nombres de los colores. Se trata de colores asociados al concepto de “tierra” (marrón), así como colores que simbolizan fenómenos naturales adicionales (morado, rosa, naranja, gris).

El marrón es uno de los colores más comunes en la naturaleza y se asocia con muchos conceptos y emociones diferentes. Su significado puede variar según la cultura y el contexto, pero en general se percibe como un color estable, fiable y tranquilizador.

Principales asociaciones con el color marrón:

1. El marrón se asocia con la tierra, la madera y las piedras. Simboliza la naturalidad, la estabilidad, el crecimiento y el cambio.
2. El marrón se asocia a menudo con la calidez del hogar, lo acogedor de la casa. Crea una sensación de seguridad y confort.
3. El marrón se asocia a materiales duraderos como la madera y la piedra. Simboliza fuerza, fiabilidad y durabilidad.
4. El marrón puede asociarse con el envejecimiento, la sabiduría y la experiencia. Simboliza el pasado y la tradición.
5. El marrón suele percibirse como neutro y sencillo. No llama demasiado la atención y simboliza la modestia.

El marrón, aunque a menudo se percibe como un color neutro y natural, tiene una historia bastante ambigua en política. La asociación más común y, por desgracia, la más negativa. Las camisas marrones de las tropas de asalto del Partido Nazi (SA) hicieron de este color un símbolo del fascismo y los regímenes autoritarios. Por eso, en muchos países,

el marrón se asocia con el extremismo, la violencia y el totalitarismo [15].

Podemos nombrar las siguientes expresiones con este color:

1. *Comerse un marrón*. Cuando alguien se *come un marrón*, significa que tiene que enfrentar una situación difícil, un problema o una consecuencia negativa que no esperaba o que no deseaba. Es como si tuviera que "tragarse" algo amargo o desagradable.
2. *Estar hecho un marrón*. Cuando alguien está *hecho un marrón*, significa que se encuentra en un aprieto, en un problema del que le será complicado salir.
3. *Dejarse llevar por el marrón*. Cuando alguien se *deja llevar por el marrón*, significa que se deja influenciar por malas ideas, por emociones negativas o por situaciones poco claras. En otras palabras, toma decisiones impulsivas y equivocadas, a menudo basadas en información incompleta o en sentimientos momentáneos.
4. *Tener una cara de marrón*. Cuando alguien *tiene una cara de marrón*, significa que su rostro refleja emociones negativas como tristeza, enfado, preocupación o frustración.

El marrón se asocia a menudo con la naturaleza, ya que es el color de la tierra, la madera y el suelo. Simboliza la estabilidad, la fiabilidad, la base de la vida y la sencillez. En un contexto cultural, puede transmitir una sensación de seguridad y fortaleza. El marrón no suele considerarse un color llamativo o brillante, por lo que a menudo se asocia con la practicidad, la moderación y la sencillez. Las personas que eligen el marrón en su ropa o interiores suelen preferir un estilo de vida cómodo y funcional. En algunos contextos, el marrón puede asociarse con algo simple o incluso aburrido, ya que es uno de los colores menos vibrantes. Puede simbolizar mundanidad o falta de novedad. Psicológicamente, el marrón suele considerarse un color de transición entre la oscuridad y la luz. No es tan pesado y negativo como el negro, pero tampoco tiene la ligereza y pureza del blanco. Esto lo convierte en un color intermedio que se percibe como un compromiso.

En la paleta de colores tradicional de los artistas, el morado y el magenta se sitúan entre el rojo y el azul. El magenta, por regla general, tiene más pigmento rojo, por lo que es más saturado y brillante, acercándose al carmesí. El violeta, en cambio, contiene más

pigmento azul, lo que le da un tono más tranquilo y suave [16].

El color púrpura tiene un simbolismo de múltiples capas que depende de contextos culturales, históricos y emocionales.

A lo largo de la historia, el morado se ha asociado a monarcas, emperadores y aristocracia. En la antigüedad, se obtenía de un tinte raro, por lo que el morado era caro y sólo estaba al alcance de personas ricas e influyentes. Este color simboliza riqueza, poder, lujo y privilegio.

El morado también tiene profundas connotaciones espirituales. Se utiliza a menudo en ceremonias religiosas y simboliza la conexión con lo divino, el conocimiento místico, la meditación y la búsqueda del sentido de la vida. En el cristianismo, este color se asocia con el arrepentimiento y la espera, especialmente durante la Cuaresma.

Al combinar dos colores opuestos, el rojo (energía) y el azul (calma), el morado simboliza el equilibrio entre la actividad y la calma. A menudo se asocia con la creatividad, la originalidad, la intuición y el pensamiento creativo.

El morado se asocia con algo misterioso y desconocido. A menudo se utiliza en la cultura para referirse a la magia, los rituales mágicos y el conocimiento esotérico. Los tonos púrpura pueden evocar asociaciones con la magia y los misterios del universo.

En determinadas culturas y contextos, el morado también puede simbolizar la tristeza, la añoranza o incluso el luto. Sus tonos más oscuros pueden evocar sentimientos de tristeza o lucha interior.

En la psicología y las prácticas espirituales, el morado se asocia con el desarrollo de la intuición, la armonía interior y la búsqueda del autodescubrimiento. Ayuda a la concentración y la meditación, y favorece el conocimiento de uno mismo.

Debido a su rareza en la naturaleza y a su asociación con elementos atípicos, el morado también puede simbolizar la independencia, la rebeldía y el deseo de destacar.

Vamos a ver algunas expresiones con este color:

1. *Ponerse morado*. Esta expresión en español tiene dos significados principales, dependiendo del contexto. Se usa coloquialmente para indicar que alguien ha comido o bebido en gran cantidad, generalmente hasta el punto de sentirse muy lleno o satisfecho. En un contexto más literal, puede referirse a cuando alguien

se pone de color morado debido a la falta de oxígeno, como sucede en situaciones de asfixia o esfuerzo físico extremo.

2. *Pasarlas moradas*. Es una expresión coloquial que se utiliza para describir una situación difícil o desafiante. Es una forma exagerada de expresar malestar o sufrimiento. Por ejemplo, se puede usar en frases como: “Durante el examen, pasé las moradas porque no había estudiado lo suficiente.” En este contexto, significa que la persona tuvo una experiencia estresante o complicada.

El morado es una combinación de dos opuestos: el rojo (pasión, energía) y el azul (calma, sabiduría). Esta síntesis confiere al morado un profundo simbolismo y versatilidad. El morado estimula la imaginación y la creatividad. Se asocia con el arte, la música y las ideas originales. Como combinación de rojo y azul, el morado simboliza la armonía de los opuestos. Puede indicar la capacidad de combinar diferentes aspectos de una persona o situación. El púrpura puede evocar diversas emociones, desde la calma y la relajación hasta la inspiración y la creatividad. También puede estimular la introspección y el recogimiento.

El rosa es el color de la belleza, la juventud y la floración primaveral. La combinación de rojo y blanco representa la pasión y la pureza, por lo que el rosa es suave y delicado. También es el color de la piel y los músculos humanos. Se asocia con la feminidad, la juventud, el amor, la ingenuidad y la frivolidad [30].

Aunque el color rosa ha sido conocido desde tiempos antiguos, no gozó de una gran popularidad. En la moda medieval, los nobles preferían tonalidades rojas más intensas, como el carmesí. Sin embargo, en los siglos XIII y XIV, en las obras de Cimabue y Duccio di Buoninsegna, a veces se representaba al pequeño Jesucristo con vestiduras rosas. Los artistas usaban este color para resaltar la conexión espiritual entre madre e hijo [17].

El auge del rosa ocurrió en el siglo XVIII, cuando los tonos pastel se volvieron comunes en las cortes europeas. La marquesa de Pompadour, amante del rey francés Luis XV, tenía una especial afinidad por el rosa y solía combinarlo con azul pálido. Para ella, incluso se creó un tono exclusivo de rosa en una fábrica de porcelana, al que se le añadieron azul, negro y amarillo.

Aunque el rosa suele asociarse con la ternura, el romanticismo y la infancia, su uso en política puede parecer poco convencional. Sin embargo, la historia y la modernidad

demuestran que este color puede ser portador de un profundo simbolismo y cumplir importantes funciones comunicativas. En un espectro político a menudo dominado por colores más sobrios como el azul o el rojo, el rosa puede ser un acento brillante que llame la atención.

El rosa se utiliza a menudo como símbolo del feminismo, enfatizando la feminidad y la lucha por la igualdad de derechos. En la paleta política, el rosa suele ser un símbolo de las opiniones moderadas de izquierdas. Su menor intensidad en comparación con el rojo lo hace más aceptable para las masas y se asocia con ideas socialdemócratas. Un ejemplo típico es el Partido Socialista Portugués, que ha elegido tácitamente el rosa como color.

Aquí podemos ver los fraseologismos más utilizados con este color:

1. *Verlo todo de color de rosa*. Es una expresión coloquial que significa ser excesivamente optimista o idealista, es decir, tener una visión demasiado positiva y poco realista de las situaciones. Una persona que “ve todo de color de rosa” tiende a minimizar los problemas, a exagerar los aspectos positivos y a creer que todo siempre saldrá bien.
2. *Prensa rosa*. Es un término que se utiliza para referirse a un tipo de periodismo que se enfoca en la vida privada de famosos, celebridades y personalidades públicas. Este tipo de publicaciones suelen abordar temas como: escándalos, vida social.

El color rosa es mucho más que un simple tono. A lo largo de la historia y las diferentes culturas, ha adquirido una serie de significados y connotaciones que han evolucionado con el tiempo. Históricamente, se ha asociado fuertemente con lo femenino, la dulzura y la ternura. Representa el amor romántico, la pasión y la inocencia.

El naranja es el color de la calidez y la felicidad. Siempre es agradable a la vista y favorece el buen humor. Casi siempre tiene un efecto positivo porque muestra los aspectos alegres de la vida. En psicoterapia, el naranja refuerza la voluntad, favorece la sexualidad y activa las glándulas endocrinas. El impacto mental del naranja se describe unánimemente como excitante, cálido y alegre. No es de extrañar que el naranja se considere uno de los mejores colores para la psicoterapia [28].

El naranja se considera el color nacional de Holanda porque se asocia a la dinastía de

los Orange. Se celebra especialmente el Día del Rey, cuando los holandeses se visten de naranja.

En Estados Unidos, el naranja se asocia con el otoño, Halloween y Acción de Gracias. También se utiliza para llamar la atención, por ejemplo, en señales de tráfico o chalecos reflectantes.

En la cultura japonesa, el naranja puede simbolizar protección y fuerza, y también se asocia con las grullas voladoras, que son símbolo de buena suerte.

El color naranja se convirtió en símbolo de la revolución ucraniana de 2004, conocida como la Revolución Naranja. Los manifestantes lo utilizaron como signo de unidad y lucha por el cambio democrático en Ucrania. El naranja fue elegido como color de campaña de Viktor Yushchenko, que se convirtió en símbolo de esperanza de cambio tras la falsificación de los resultados electorales.

El uso del naranja en actos, mítines y acciones revolucionarias se convirtió en una expresión visual de protesta contra el autoritarismo, la corrupción y la injusticia. Cintas, banderas y otros atributos naranjas se convirtieron en elementos comunes de las protestas, contribuyendo a la creación de un poderoso simbolismo que unió a personas de todas las edades y grupos sociales.

Símbolo de optimismo y determinación, el color naranja se convirtió no sólo en un signo de revolución, sino también en parte integrante de la identidad ucraniana, asociada al deseo de libertad, democracia y derechos humanos.

En algunos casos, especialmente si el naranja se utiliza en exceso o de forma inadecuada, puede evocar sentimientos de decepción y promesas rotas. Esto puede deberse al hecho de que el naranja se asocia a menudo con el optimismo y las expectativas positivas que pueden no cumplirse.

A veces, el naranja puede asociarse con la inmadurez, la impulsividad y la frivolidad. Esto se debe a su naturaleza enérgica y vibrante, que puede parecer excesiva o frívola.

En algunas culturas, el naranja puede asociarse con el peligro, la advertencia o incluso la agresión. Esto puede deberse a su asociación con el fuego y el calor.

Aunque la energía es una de las principales características del naranja, un exceso de ella puede provocar sentimientos de ansiedad, preocupación e incluso agresividad.

Mencionamos el fraseologismo con este color: *ver la vida de color naranja*. Es una expresión que transmite una actitud positiva, creativa y equilibrada hacia la vida. Es una forma poética de decir que alguien aprecia los aspectos más brillantes y alegres de la existencia [21].

El gris es un tono neutro entre el blanco y el negro. El gris se asocia a menudo con la calma, el equilibrio y la objetividad. No llama demasiado la atención y crea una sensación de estabilidad. El gris se asocia con el cerebro y la materia gris. Simboliza la mente analítica, la inteligencia y la capacidad de pensar objetivamente. En cambio, el gris puede asociarse con el aburrimiento, la depresión, la soledad y la desesperanza. Puede simbolizar frialdad, falta de emoción y sensación de vacío.

El gris se asocia a menudo con el envejecimiento, el desgaste y la pérdida de luminosidad. Puede simbolizar el pasado, la experiencia y la sabiduría, pero también la vejez y la decadencia. Puede simbolizar algo desconocido, oculto o incomprensible.

En la antigüedad, el gris se asociaba a la lana natural, sin teñir, por lo que a menudo lo elegían para vestir los campesinos y las personas de baja condición social. Además, los monjes de las órdenes franciscana y capuchina eligieron deliberadamente el gris para simbolizar su compromiso con los ideales de humildad y pobreza.

Durante el Renacimiento, el gris comenzó a utilizarse en la pintura, especialmente en las obras de maestros como Rafael y Miguel Ángel. Los artistas del Renacimiento solían utilizar el gris para crear retratos realistas. Permitía transmitir la profundidad de la mirada, los matices sutiles de las expresiones faciales y crear una sensación de volumen.

En el siglo XIX, con el desarrollo de la industria, el gris se convirtió en símbolo de modernidad e industrialización. Muchas fábricas y edificios se pintaron de gris porque parecía práctico y sostenible. En los años 20 del siglo pasado, el gris se convirtió en símbolo de elegancia y estilo. Se pusieron de moda los trajes grises, que se asociaban con la profesionalidad. Tras la Segunda Guerra Mundial, el gris se convirtió en símbolo de recuperación y estabilidad.

En español, tenemos la expresión *persona gris*. Es alguien que no destaca, que no deja huella y que pasa desapercibido. Es un término que puede utilizarse de forma neutral o con una connotación negativa, dependiendo del contexto.

El gris es un color complejo y fascinante que puede transmitir una amplia gama de emociones y significados. El gris representa el punto medio entre el blanco y el negro, simbolizando la neutralidad, el equilibrio y la calma. En algunas culturas, el gris representa la ansiedad, la incertidumbre y la falta de claridad. Históricamente, el gris se asoció con la humildad y la discreción, especialmente en contextos religiosos.

Conclusiones del segundo capítulo

El color no es sólo un fenómeno físico, sino también un poderoso fenómeno cultural y lingüístico. Afecta a nuestra percepción del mundo, las emociones e incluso el pensamiento. Por eso el color se ha convertido en tema de investigación para muchos científicos, incluidos los lingüistas.

La teoría de Sepir-Whorf, también conocida como hipótesis de la relatividad lingüística, afirma que la estructura del lenguaje afecta a la percepción del mundo. Según este planteamiento, el color se percibe y clasifica de forma diferente según el contexto lingüístico. Por ejemplo, los hablantes que utilizan lenguas con ricos términos cromáticos pueden tener una percepción más diferenciada de los colores. Esto plantea la cuestión de si el lenguaje puede moldear la percepción de los colores en la mente de las personas.

A diferencia de Sepirum-Whorf, Berlin y Kay propusieron la teoría del universalismo de los términos cromáticos. Sostenían que, aunque las lenguas de las distintas culturas tienen diferentes sistemas de términos cromáticos, existe una secuencia universal en la que se desarrollan estos sistemas. Según su teoría, todas las lenguas empiezan con términos cromáticos básicos (negro, blanco) y luego van añadiendo otros (rojo, verde, azul, etc.).

Los lingüistas modernos siguen estudiando la relación entre la lengua y el color. Utilizan diversos métodos, como experimentos, análisis de corpus e investigación neurolingüística. Estos estudios permiten comprender mejor cómo afecta el lenguaje a nuestra percepción del color y cómo se utiliza el color para transmitir significados culturales.

Robin Lakoff, conocida lingüista y feminista estadounidense, prestó especial atención en sus investigaciones a cómo el lenguaje refleja y refuerza los estereotipos de género. Una de sus áreas de investigación se centra en los colores y su significado en función del género.

Los colores desempeñan un papel importante en nuestras vidas, no sólo en un contexto estético, sino también simbólico y cultural. Pueden expresar emociones, ideas y significados

sociales, y su interpretación suele cambiar en función de las tradiciones culturales y las etapas históricas. El negro se asocia a menudo con el misterio, el poder y la elegancia. A lo largo de la historia, ha tenido diversos significados: desde símbolo de dolor y muerte hasta signo de estilo y lujo. En muchas culturas, el negro también se percibe como un color de confrontación y rebelión. El blanco simboliza tradicionalmente la pureza, la inocencia y la luz. En las culturas occidentales, suele asociarse a celebraciones como las bodas, mientras que en otras, como la china, el blanco puede ser símbolo de pena y luto.

El verde es símbolo de naturaleza, vida y renovación. Se asocia con la primavera y la juventud, así como con la fertilidad. En muchas culturas, el verde simboliza la abundancia y la prosperidad, pero en algunas puede tener connotaciones negativas, como la envidia. El azul se asocia tradicionalmente con la calma, la sabiduría y la estabilidad. Se asocia con el cielo y el agua, por lo que suele evocar una sensación de paz. En algunas culturas, el azul simboliza la confianza y la lealtad.

El rojo es símbolo de pasión, energía y fuerza. A menudo se asocia con el amor y el romance, pero también con el peligro y la ira. En muchas culturas, el rojo es el color de las celebraciones y los acontecimientos importantes, como las bodas y el año nuevo. El morado se asocia con la realeza, el misterio y la espiritualidad. En la antigüedad, era un color caro asociado a la aristocracia. Hoy en día, el morado puede simbolizar la creatividad y la originalidad.

El rosa suele asociarse con la ternura, el amor y el romanticismo. Se popularizó en el siglo XVIII y suele considerarse el color de la feminidad. En un contexto moderno, el rosa suele utilizarse para expresar suavidad y amabilidad. El amarillo simboliza la alegría, el optimismo y la energía. Se asocia con el sol y la calidez, pero en algunas culturas puede tener connotaciones negativas asociadas a la envidia o la traición.

El naranja combina la energía del rojo con la alegría del amarillo. Simboliza la amistad, la calidez y el entusiasmo. El naranja también se asocia a menudo con el otoño y la cosecha. El marrón se asocia con la tierra, la estabilidad y la naturaleza. Simboliza la fiabilidad, el sentido práctico y la sencillez. En muchas culturas, el marrón se considera un color acogedor y confortable. El gris suele percibirse como símbolo de neutralidad, equilibrio y calma. En algunas culturas, el gris puede asociarse con la tristeza o la

indiferencia, pero en otras simboliza la madurez y la sabiduría.

Por eso, el significado del color es un fenómeno complejo y polifacético que depende de aspectos culturales, sociales, psicológicos, simbólicos y del contexto de uso. Entender estos factores nos permite comprender mejor cómo afectan los colores a nuestras vidas, a nuestra percepción del mundo y a la comunicación.

CAPÍTULO 3

PECULIARIDADES DE LA TRADUCCIÓN DE LOS FRASEOLOGISMOS CON EL SIGNIFICADO DE COLOR EN ESPAÑOL Y UCRANIANO

3.1. Principales métodos de la traducción de las unidades fraseológicas

Uno de los temas más acuciantes en el campo de la fraseología es el problema de su traducción. La traducción de unidades fraseológicas plantea dificultades considerables no sólo a los principiantes, sino también a los traductores experimentados.

Traducir unidades fraseológicas es un verdadero arte que requiere no sólo conocimientos lingüísticos, sino también una profunda comprensión del trasfondo cultural e histórico de las personas implicadas. Cada cultura tiene costumbres, historia y condiciones naturales únicas, que a menudo se reflejan en la fraseología, por lo que una traducción directa puede parecer ilógica. Muchas expresiones fraseológicas tienen sus raíces en acontecimientos históricos, mitos o literatura que pueden resultar desconocidos para los hablantes de otras lenguas. Estas expresiones tienen a menudo un sentido figurado que no puede deducirse del significado de las palabras individuales. La fraseología también conlleva una fuerte connotación emocional que es difícil transmitir con precisión en otro idioma. A menudo es imposible encontrar un equivalente directo, y el traductor debe buscar expresiones similares en cuanto a significado o recurrir a la traducción descriptiva. El significado de una fraseología puede variar en función del contexto, por lo que es importante tener en cuenta no sólo la expresión en sí, sino también las circunstancias de su uso.

Existen distintos enfoques para traducir fraseología. Corpus Pastor identifica cuatro etapas principales por las que pasa una fraseología en el proceso de traducción: identificación, interpretación contextual, búsqueda de equivalentes léxicos y comprobación de la coherencia en el contexto. Según la investigadora, estas etapas contribuyen a minimizar el riesgo de traducción inexacta de la fraseología.

Un traductor debe transmitir no sólo el significado, sino también la imagen de una fraseología seleccionando expresiones similares en la lengua de llegada, preservando al mismo tiempo los rasgos estilísticos. Si no existe un análogo exacto, debe buscarse un equivalente aproximado. Para garantizar una traducción precisa de las unidades fraseológicas, el traductor debe dominar todos los métodos de traducción y saber utilizarlos

correctamente.

Según Korunets, la elección de los métodos de traducción depende de tres características principales de los elementos de contenido: su significado, estructura y nivel lingüístico [19].

Estudiando la investigación científica sobre traducción, podemos afirmar que la forma más habitual de traducir unidades fraseológicas es elegir las unidades más parecidas de otra lengua, que luego se corresponden con el original [44].

En general, la mayoría de los estudiosos distinguen 4 formas principales de traducir las unidades fraseológicas, que incluyen:

1. Equivalente fraseológico. El equivalente fraseológico es una opción ideal cuando se trata de frases hechas. Esto significa que existe una fraseología en la lengua de llegada que es totalmente equivalente en significado, colorido emocional y función estilística a la fraseología de la lengua de partida.

No existen diferencias entre las frases correlativas. Se repiten por completo en cuanto a significado, estilo, colorido emocional y otras características.

Existen dos tipos de equivalentes fraseológicos:

a) Un equivalente completo es cuando una fraseología en una lengua tiene un equivalente exacto en otra. Los equivalentes completos son poco frecuentes. Esto suele deberse a diferencias culturales e históricas (*Estar en las nubes – літати у хмарах, manzana de discordia – яблуко розбрату*).

b) Un equivalente incompleto o parcial es una situación en la que una fraseología en una lengua no tiene un análogo exacto en otra. Es decir, los significados y connotaciones pueden coincidir parcialmente, pero no del todo. Esto suele deberse a diferencias culturales, históricas y lingüísticas. (*cuando las ranas crieen pelos -коли рак на горі свисне*).

2. Análogo fraseológico. Al traducir unidades fraseológicas de una lengua a otra, nos enfrentamos a la necesidad de encontrar las unidades fraseológicas correspondientes en la lengua de llegada. La opción ideal es un análogo fraseológico que se corresponda plenamente con el original en cuanto a significado, estilo y colorido emocional. Sin embargo, a menudo no existe un equivalente exacto. En tales casos, buscamos una fraseología con una imagen diferente, pero que transmita el mismo sentido figurado. Por

ejemplo, la frase española “*más vale pájaro en mano que ciento volando*” y la ucraniana *Краще синиця в руках, ніж журавель у небі* tienen imágenes diferentes (un pájaro y una grulla), pero transmiten el mismo significado: es mejor tener algo seguro que soñar con algo inalcanzable. Al traducir fraseología con colorido nacional, es importante evitar el calco y elegir fraseología que no refleje lo específico de la cultura de la lengua de origen.

3. Método descriptivo. El método descriptivo es una de las formas más comunes de transmitir el significado de la fraseología en la traducción, sobre todo cuando no existe un equivalente exacto en la lengua de llegada. La esencia de este método es explicar el significado de la fraseología de origen con otras palabras en lugar de buscar una fraseología similar en la lengua de llegada. Sin embargo, este método tiene algunos inconvenientes. La descripción puede perder el colorido emocional inherente a la fraseología. A veces, la descripción puede ser inexacta y requerir una explicación adicional. (*Hi nyxy ni nepa - Que tenga suerte, como se dice en Ucrania antes de cualquier empresa importante, para protegerla de cualquier mal*)

4. Calco. El calco es un método de traducción en el que la estructura de una palabra o frase de una lengua se reproduce textualmente en otra lengua. Este método se utiliza cuando otros métodos de traducción no pueden transmitir con exactitud el colorido semántico, estilístico o emocional y expresivo de una fraseología. El calco permite conservar la imaginería del original, lo que es especialmente importante en la traducción literaria, y ayuda a superar las dificultades asociadas a las metáforas extensas. Sin embargo, el traductor debe asegurarse de que la imagen resultante sea comprensible para el lector del texto traducido (*Llover a cántaros — лити як з відр*).

Así pues, puede afirmarse que ninguno de estos cuatro métodos es universal. El traductor elige el enfoque adecuado en función del contexto, el estilo y los objetivos de la traducción. El equivalente fraseológico se considera la mejor opción. El método descriptivo es adecuado cuando no existe un equivalente exacto, pero suele perder la imaginería y brevedad del original. El calco permite conservar la estructura y la imaginería, pero debe utilizarse con cuidado, ya que las diferencias culturales pueden provocar malentendidos. Un análogo fraseológico es un compromiso que ayuda a transmitir el significado y el estilo de una fraseología manteniendo la naturalidad del lenguaje, aunque con un significado formal

diferente.

Junto a estos métodos de traducción, hay otros que no se utilizan tan comúnmente. Entre ellos están la traducción antonímica, los pseudoproverbios, la traducción contextual y la traducción literal.

1. La traducción antonomástica de fraseología es un método en el que se utilizan palabras con significados opuestos para traducir una unidad fraseológica con el fin de transmitir mejor el significado o el estilo del original. Esto puede ser necesario cuando la traducción directa no produce el efecto emocional o semántico adecuado en la lengua de llegada. La traducción antinómica suele utilizarse para evitar expresiones poco claras o poco naturales.[43]

2. La traducción con un “pseudoproverbio” significa que no existe un equivalente total o parcial en la lengua de llegada y el traductor se ve obligado a conformarse con los equivalentes disponibles en la lengua de llegada. En este caso, el traductor “inventa” el proverbio, reproduciendo el sentido figurado del proverbio original sin modificaciones o con algunos cambios y, por supuesto, conservando su significado (*En boca cerrada no entran moscas – Мовчання – золото*) [27].

3. La traducción contextual de fraseología implica un enfoque flexible cuando el significado de una fraseología viene determinado no sólo por su interpretación literal, sino también por la situación en la que se utiliza. Esto permite al traductor encontrar el equivalente más preciso en la lengua de llegada, teniendo en cuenta las peculiaridades culturales, el colorido emocional y los matices estilísticos. En lugar de buscar rigurosamente un equivalente directo, el traductor adapta la expresión al nuevo entorno lingüístico conservando su significado básico.

4. La traducción literal es una traducción directa, palabra por palabra, en la que cada palabra se traduce por separado, sin tener en cuenta el contexto, las diferencias culturales y el sentido figurado. En el contexto de las unidades fraseológicas, este enfoque suele dar lugar a expresiones absurdas o incomprensibles.

La traducción literal de frases en español al ucraniano suele dar lugar a malentendidos o situaciones cómicas. Esto se debe al hecho de que las unidades fraseológicas son combinaciones estables de palabras, cuyo significado no siempre puede entenderse

analizando el significado de las palabras individuales. Tienen un sentido figurado que a menudo surge como resultado de las características culturales, históricas y lingüísticas de la lengua.

3.2. Errores comunes en la traducción de los fraseologismos

Como ya hemos visto, traducir unidades fraseológicas de una lengua a otra es una tarea compleja que requiere no sólo conocimientos de traducción y léxico, sino también culturales. Por eso merece la pena tener en cuenta los errores más comunes que cometen tanto los principiantes como los profesionales experimentados.

La traducción de modismos relacionados con colores puede generar diferentes problemas. Por eso, es importante tener en cuenta ciertos aspectos durante la traducción. Es fundamental reconocer las unidades fraseológicas en el texto, ya que no se trata simplemente de palabras, sino de expresiones con un significado propio que transmiten ideas o conceptos específicos. Una traducción literal a menudo puede causar la pérdida de sentido o alterar el tono emocional del texto.

También es crucial no olvidar el componente cultural y nacional de las unidades fraseológicas. El problema radica en que los traductores tienen sus propias asociaciones figurativas y conceptuales. Es imposible elegir un método de traducción adecuado sin conocer el origen del modismo. Por ejemplo, para entender y traducir correctamente el modismo *toro corrido*, es necesario estar familiarizado con las tradiciones culturales de España.

Otro desafío en la traducción es la similitud asociativa entre las unidades fraseológicas. En casos de coincidencia parcial o total en la forma de la fraseología entre el idioma de origen y el de destino, sus significados pueden no coincidir. Por ejemplo, el modismo *ser un cerebro gris* podría confundirse con el modismo ucraniano *ser una persona gris*, aunque tienen connotaciones distintas.

Finalmente, el aspecto estilístico es clave en la traducción de modismos, especialmente los que incluyen colores. El español tiene una gran variedad de expresiones coloridas cuyo significado puede cambiar según el contexto estilístico. Por ejemplo, *ponerse morado* significa saciarse, y es una expresión de uso informal, lo que complica la búsqueda de un equivalente que mantenga el tono específico.

Por eso, la traducción de unidades fraseológicas puede causar problemas a los traductores debido a factores como el cambio de contexto, rasgos estilísticos, similitud asociativa, nacional-cultural, la capacidad de reconocer unidades fraseológicas en el texto. Además, el limitado vocabulario del traductor puede dar lugar a una elección incorrecta de palabras, así como a la falta de tiempo para investigar mejor el significado y la historia de un fraseologismo concreto. Estos puntos deben tenerse en cuenta para evitar errores y elegir el método de traducción más adecuado.

3.3. Traducción de los fraseologismos ucranianos en los textos literarios

Los fraseologismos son un componente importante del idioma ucraniano y reflejan la historia, la cultura y la cosmovisión centenarias del pueblo. No sólo enriquecen el idioma, haciéndolo más expresivo y figurativo, sino que también preservan los valores nacionales, las costumbres y la cosmovisión de los ucranianos. Los fraseologismos no son sólo construcciones lingüísticas: están profundamente arraigados en la conciencia de las personas y demuestran actitudes hacia la vida, la naturaleza, el trabajo y las relaciones.

Los ucranianos han estado durante mucho tiempo estrechamente relacionados con la naturaleza y la tierra, lo que se refleja en sus modismos, que a menudo utilizan imágenes de la naturaleza, animales y fenómenos naturales para transmitir ideas o emociones. Además, estas expresiones enfatizan la cultura laboral de los ucranianos, que históricamente se dedicaban a la agricultura y la artesanía. Muchos modismos están relacionados con los temas del trabajo, la perseverancia y la paciencia [40].

Los acontecimientos históricos, la lucha por la independencia y la identidad nacional también se reflejaron en la fraseología, creando símbolos e imágenes que reflejan la mentalidad ucraniana: el deseo de armonía, hospitalidad y fe en un futuro mejor.

La fraseología con el significado de color en español y ucraniano se utiliza a menudo para describir a una persona en términos de diversos atributos, como emociones, rasgos de carácter, estatus social o apariencia. A pesar de las diferencias culturales, algunos colores pueden tener significados simbólicos similares en ambos idiomas, pero también existen diferencias significativas [42].

La traducción de unidades fraseológicas requiere un enfoque creativo, porque la traducción literal a menudo no refleja el verdadero significado. Para transmitir la fraseología

ucraniana al español, es necesario buscar los equivalentes españoles correspondientes o explicar el significado con la ayuda de construcciones descriptivas.

Algunos modismos pueden traducirse literalmente si tienen un significado similar en ambas culturas. Por ejemplo, la expresión ucraniana *потрапити в халепу* puede traducirse por su equivalente español *meterse en un lío*.

Algunos modismos tienen contrapartes directas en español. Por ejemplo, la fraseología ucraniana *зарити голову в нісок* (ignorar el problema) puede traducirse como *esconder la cabeza bajo el ala*.

Si no existe un equivalente directo de la fraseología ucraniana en el idioma español, es necesario recurrir a la descripción. Por ejemplo, la expresión *мотати на вус* puede traducirse de forma descriptiva: *tener algo muy presente o aprender algo bien*.

El folclore es una fuente inagotable de fraseología que preserva la sabiduría y la experiencia del pueblo. Los cuentos, canciones y refranes populares son ricos en imágenes que se convierten en la base para crear expresiones estables. Estos modismos no sólo enriquecen el idioma, sino que también transmiten los valores culturales del pueblo [31].

En los cuentos de hadas se utilizan a menudo expresiones estables, que luego pasan al lenguaje como modismos. Por ejemplo, expresiones como *як сніг на голову* (un evento inesperado) o *відвести душу* (obtener placer) provienen de cuentos populares. Los proverbios y los refranes son la base de muchas unidades fraseológicas, ya que concentran la sabiduría popular. Por ejemplo, el fraseologismo *сім п'ятниць на неділю* [38] (persona inestable) surgió de un proverbio popular.

La melodía y la poesía de las canciones populares a menudo se reflejan en la fraseología. Por ejemplo, las expresiones *серце крається о співати дифірамби* [5] tienen su origen en la poesía popular. El folclore suele utilizar temas y simbolismos religiosos, que se reflejan en modismos. Por ejemplo, la expresión *як від хреста відвести* significa quitar una gran culpa o carga. Muchos fraseologismos contienen elementos mitológicos o imágenes zoomorfas, por ejemplo, *як риба у воді* (sentirse cómodo) o *левова частка* (la mayor parte) [5].

Después de analizar varias fuentes, podemos concluir que en el folclore ucraniano hay muchas unidades fraseológicas con el significado de color, que tienen un significado

negativo.

Aquí también pertenece una fraseología como *до зелених чортиків*. El fraseologismo *до зелених чортиків* [6] en el idioma ucraniano suele significar un estado de intoxicación grave o alucinaciones debido al consumo excesivo de alcohol. Para la traducción al español, se puede utilizar un fraseologismo similar que transmita el mismo significado: *ver elefantes rosas*. Aquí utilizamos tal método de traducción como equivalente fraseológico, es decir, buscamos un fraseologismo en el idioma de traducción que tenga un significado similar. Aunque podemos ver que sus componentes léxicos no coinciden con el original.

Жаба зелена [6] también es una expresión interesante. La gente usa esta expresión en el folclore ucraniano, así como en el habla cotidiana, para denotar a una persona tacaña o codiciosa. No existe un equivalente exacto en español, por lo que en este caso se puede utilizar una traducción descriptiva o elegir la unidad fraseológica más cercana en significado. Por ejemplo, *tener envidia de la suerte de otro, morirse de envidia, estar verde de envidia*. Todas ellas significan un fuerte sentimiento de envidia.

El fraseologismo *І на рябій кобилі не під'їдеш* [6] en el idioma ucraniano caracteriza a una persona que es demasiado orgullosa, altiva y no disponible para comunicarse. No existe un análogo directo de este fraseologismo en el idioma español. Por lo tanto, hay que elegir la expresión que tenga un significado más cercano o utilizar una traducción descriptiva.

La expresión *no se puede llegar a esa persona* [5] indica la inaccesibilidad y el desapego de una persona. Esta es una opción bastante neutral que transmite el significado principal del fraseologismo. La expresión *es una persona muy altiva* enfatiza el orgullo y la arrogancia del individuo.

El fraseologismo *чорний кіт пробіг* [5] en ucraniano significa que hubo un desacuerdo, una pelea o un malentendido entre las personas. Dado que se trata de una fraseología bastante específica, es posible que no exista un equivalente directo en español. Por lo tanto, debemos utilizar otros métodos para transferir el valor. En este caso, se puede utilizar el método descriptivo. Por ejemplo, *se ha echado a perder la relación*. También se puede utilizar unidades fraseológicas con un significado similar. Por ejemplo, *se ha cruzado*

un gato negro. Este es el análogo más cercano a la fraseología ucraniana, aunque no del todo exacto. En la cultura española, el gato negro también se asocia con malos augurios, pero no necesariamente con conflictos entre personas.

Dado que no existe un equivalente directo de la fraseología ucraniana en el idioma español, se utilizó una traducción semántica, es decir, una traducción por contenido. Esto significa que en lugar de buscar una coincidencia exacta, seleccionamos expresiones en español que transmiten el mismo significado.

El fraseologismo *як чорна хмара* [6] en ucraniano se suele utilizar para describir dos situaciones. En el primer caso estamos hablando de una situación negativa o desagradable. Cuando algo se cierne sobre una persona o situación, conlleva una amenaza o trae desgracia. En el segundo caso, se trata de un estado de ánimo sombrío, depresión. Dado que no existe un equivalente exacto en español, es necesario utilizar una traducción descriptiva o elegir la unidad fraseológica más cercana en significado. Podemos utilizar la expresión *como una sombra*. Usamos este fraseologismo para indicar una sensación de peligro o amenaza. Si queremos transmitir un estado de ánimo lúgubre, es mejor utilizar la expresión con un ánimo negro. Aquí nuevamente utilizamos la traducción semántica.

Con la ayuda del fraseologismo *як чорний віл у ярмі* [5] en ucraniano, describimos a una persona que realiza un trabajo difícil y desagradable. En este caso, para traducir este fraseologismo, necesitamos encontrar la expresión más cercana en español. Por ejemplo, *estar como un burro en un garaje*. Esta expresión significa estar en el lugar equivocado o hacer el trabajo equivocado. También podemos utilizar *estar harto/harta de trabajo*. Aquí transmitimos no tanto el significado léxico como la función de la fraseología en la oración.

El fraseologismo *віднести на зелений клин* [5] en el idioma ucraniano tiene un significado claro y específico: enterrar. Sin embargo, no existe una contraparte directa en español para esta expresión. Dado que se trata de un fraseologismo que tiene un significado culturalmente específico, la mejor opción sería una traducción de contenido o una traducción funcional. Es decir, buscaremos una expresión española que transmita el mismo significado, y no traduciremos palabra por palabra. Podemos utilizar la expresión *enviar a alguien al más allá*. O utilizar la versión más formal *dar sepultura*.

El fraseologismo *сон рябої кобили* [6] en el idioma ucraniano se usa para denotar

algo sin sentido, sin consecuencias. Dado que no existe un equivalente exacto en español, tenemos que utilizar una traducción descriptiva o elegir la unidad fraseológica que más se acerque en significado. Por ejemplo, *Sueño de una noche de verano*. Este modismo español tiene un significado similar, ya que a menudo se usa para describir algo irreal, fantástico o absurdo. O *castillos en el aire*. Esta expresión también transmite la idea de algo irreal, inalcanzable o absurdo.

Otro fraseologismo ucraniano interesante es *червоного півня пуснути*. [6] Significa provocar deliberadamente un incendio. Proviene del imaginario popular. El color rojo se asocia desde hace mucho tiempo con las llamas, el fuego y la destrucción. En el folclore y las creencias populares, se consideraba que el gallo rojo representaba el elemento fuego por sus brillantes plumas rojas que se asemejan a las llamas. El fuego, como símbolo de peligro y destrucción, se asoció a la imagen del gallo, que, según las creencias populares, se asociaba a los espíritus malignos.

Traducir esta fraseología puede resultar difícil, ya que no existe un análogo directo. Por lo tanto, se puede utilizar una expresión sinónima. Por ejemplo, *causar un incendio intencionalmente*. Pero esta opción sólo es posible si el contexto lo permite. También se puede transmitir el significado de esta fraseología describiendo acciones. Por ejemplo, *iniciar un incendio como represalia*.

En este caso, la traducción descriptiva es la mejor opción. Este método permite transmitir el significado de la fraseología con la mayor precisión posible, aunque hace que la traducción sea más larga y menos imaginativa.

El fraseologismo ucraniano *за сльзьми світу білого не бачити* [5] significa que una persona llora tanto que no puede ver nada a su alrededor debido a sus lágrimas. Expresa un estado de profundo dolor o desesperación. Dado que este modismo describe un estado emocional y no una acción específica, la mejor opción para traducirlo sería utilizar un método descriptivo o utilizar modismos que tengan un significado similar.

Por ejemplo, la expresión *estar tan triste que no ver nada más que lágrimas* es una traducción literal que transmite con bastante precisión el significado de la fraseología ucraniana. Otra expresión española *llorar a mares* significa llorar mucho. Similar en significado es la fraseología *tener los ojos hinchados de tanto llorar*.

En la fraseología ucraniana también son interesantes las expresiones que caracterizan a una persona por diversos rasgos. Por ejemplo, *біла кість* [6]. El fraseologismo *біла кість* en ucraniano se utiliza para referirse a una persona de alto estatus social, un aristócrata o una persona de noble cuna. La expresión tiene una connotación positiva pero algo alienante o irónica, sobre todo en el contexto moderno. La frase *біла кість* surgió de antiguas ideas sobre la nobleza y el origen noble. En el pasado, se creía que la aristocracia tenía la piel más clara porque estaba menos expuesta al sol, no realizaba trabajos manuales y tenía unas condiciones de vida privilegiadas. De ahí la idea de que sus “huesos” o incluso su sangre eran supuestamente “más limpios” y “más blancos”. En el uso moderno, la expresión puede tener una connotación irónica cuando se refiere a una persona que se erige en superior a los demás por su origen o estatus social.

Al traducir directamente palabras sueltas, se pierde el significado de una fraseología. Por lo tanto, para transmitir con precisión el significado, es necesario buscar equivalentes en la lengua de destino que tengan la misma connotación cultural y social. En español, podemos traducir esta fraseología como *alta sociedad*. Esta expresión es el análogo más cercano del ucraniano «hueso blanco» y significa *alta sociedad, aristocracia*. Se utiliza mucho en español para referirse a personas de alto estatus social. Para traducir esta fraseología se utilizó el método de la transformación semántica. Significa que en lugar de una traducción directa de las palabras, se busca un equivalente que transmita el significado general de la expresión en el contexto de la cultura de destino.

La expresión *жовтороте пташеня* [6] en ucraniano significa una persona joven e inexperta que acaba de empezar una vida o actividad independiente y aún no tiene suficiente experiencia y conocimientos. Esta expresión tiene una connotación algo despectiva o condescendiente y se utiliza cuando se subraya la ingenuidad o inexperiencia de una persona, normalmente joven. La expresión procede de la observación de las aves jóvenes: cuando los polluelos son muy pequeños, tienen el pico o la boca amarillos, visibles cuando abren la boca para alimentarse. Así, *жовторотість* se asocia con la inmadurez y la dependencia de personas mayores y con más experiencia. La expresión *жовтороте пташеня* se utiliza a menudo en contextos en los que personas mayores o con más experiencia se dirigen a personas más jóvenes, subrayando su inexperiencia o su exceso de

confianza.

De nuevo, no existe un equivalente directo en español, por lo que la mejor opción sería traducir esta fraseología con la palabra española “*polluelo*”, que se utiliza en sentido figurado para referirse a una persona joven e inexperta. Aquí volvimos a utilizar el método de la transformación semántica.

El fraseologismo *зелено під носом* [6] en ucraniano significa juventud, inexperiencia o inmadurez de una persona. Esta expresión se utiliza para describir a una persona joven que aún no tiene suficiente experiencia vital o sabiduría, a menudo en el contexto de subestimar su capacidad para tomar decisiones responsables o comprender cuestiones complejas. Es probable que la fraseología esté relacionada con los cambios fisiológicos que se producen durante la adolescencia. Se cree que *зелено під носом* se refiere al proceso inacabado de crecer, un reflejo simbólico del hecho de que una persona aún no ha alcanzado la plena responsabilidad o madurez.

Existe un análogo directo de esta fraseología en español. Por ejemplo, podemos utilizar la expresión *estar verde*, que tiene el mismo significado en español que en ucraniano. A pesar de algunas diferencias, estas frases muestran un interesante paralelismo en las distintas lenguas. Ambas expresiones utilizan imágenes naturales para transmitir el concepto abstracto de inexperiencia. Esto demuestra que las personas de distintas culturas utilizan metáforas similares para describir fenómenos parecidos.

Por eso, podemos decir que muchos fraseologismos ucranianos relacionados con el color no tienen un equivalente directo en español debido a diferencias culturales y lingüísticas. Por lo tanto, la traducción literal a menudo no transmite el significado correcto. En estos casos, es necesario recurrir a métodos de traducción como el descriptivo o funcional. Cuando existe un modismo similar en ambas culturas, se puede utilizar el método de equivalencia fraseológica. En muchos casos, no existen equivalentes directos en español, por lo que es necesario utilizar el método descriptivo para explicar el significado de la frase. Para algunos fraseologismos, la traducción más adecuada no implica una correspondencia literal, sino una transmisión del contenido o sentido general. La traducción de modismos requiere un entendimiento profundo de las diferencias culturales. Muchos fraseologismos dependen del contexto cultural, histórico y social, lo que influye en su traducción. Para

traducir adecuadamente, es necesario considerar el contexto original y buscar equivalentes que sean comprensibles en la cultura de destino.

3.4 Traducción de los fraseologismos en español en textos literarios

La traducción de fraseologismos en textos literarios al español es un desafío lingüístico y cultural que requiere un enfoque cuidadoso y creativo. En la traducción de textos literarios, no solo se trata de transmitir el significado del fraseologismo, sino también de conservar el tono, el estilo y el efecto literario. Por ejemplo, en una obra cómica o satírica, la traducción de un fraseologismo debe reflejar el mismo humor o ironía que en el original. En estos casos, el traductor debe mantener la vivacidad del lenguaje y asegurarse de que el público lector perciba el mismo matiz.

A veces, un fraseologismo puede ser tan específico de una cultura que no tiene equivalente en otro idioma. En estos casos, el traductor debe decidir si utilizar una expresión más neutra o arriesgarse con una adaptación creativa que podría no tener la misma resonancia en el idioma destino. Un buen traductor literario sabrá equilibrar las necesidades del texto original con las expectativas del lector en el idioma meta.

En la traducción de novelas o cuentos, como las obras de Gabriel García Márquez, que están llenas de modismos colombianos, los traductores al ucraniano han enfrentado dificultades al traducir expresiones como *coger el toro por los cuernos*. Aunque esta expresión tiene una equivalencia literal en ucraniano (*взяти бика за роги*), no siempre ocurre lo mismo con otros modismos. En traducciones de autores como Isabel Allende, también es común encontrar modismos chilenos que no tienen un equivalente directo en otros idiomas. En estos casos, los traductores suelen emplear una mezcla de adaptaciones culturales y descripciones para preservar el significado.

Vale la pena profundizar en la obra de Carlos Ruiz Safón. Los fraseologismos juegan un papel importante en la obra del escritor español Carlos Ruiz Safón, especialmente en su icónico ciclo de novelas “Cementerio de libros olvidados”. Safón es conocido por su hábil juego con las palabras, la creación de personajes multifacéticos y descripciones atmosféricas, que a menudo se complementan con frases. Los fraseologismos ayudan a Safón a crear una atmósfera única en sus obras, llena de misticismo, dramatismo e ironía. Por ejemplo, en la novela “La sombra del viento”, el autor suele utilizar frases para describir

la Barcelona oscura y lúgubre después de la guerra civil. Gracias al uso de tales expresiones, el lector puede sentir la carga del tiempo y el lugar, así como los sutiles matices del estado de ánimo de los personajes.

En las obras de Safón, los modismos no solo cumplen una función comunicativa directa, sino que también suelen tener una carga metafórica. Ayudan al autor a transmitir significados ocultos y profundizar el simbolismo del texto. Por ejemplo, el concepto de “sombra”, clave en la novela “La sombra del viento”, se revela metafóricamente a través de las numerosas declaraciones de los personajes, que reflejan sus miedos internos o secretos del pasado.

Safón utiliza modismos para transmitir el carácter de sus personajes. Muchos de ellos hablan en una lengua vernácula sencilla, utilizando expresiones coloquiales que reflejan su estatus social, educación o origen cultural. Por ejemplo, el padre del personaje principal Daniel Sempere o Fermín Romero de Torres, un personaje colorido, suelen utilizar modismos en español que añaden naturalidad y autenticidad a su idioma. Safón a menudo se refiere a modismos relacionados con la cultura y la historia españolas. Estas expresiones hacen que sus textos sean más saturados y localizados, lo que les da un sabor especial y ayuda a los lectores a sumergirse en el contexto español de la época. Para los lectores extranjeros, se convierte también en una oportunidad para conocer la cultura y la mentalidad española a través de la especificidad de las construcciones lingüísticas.

La expresión *blanco como nalga de monja* [69] se utiliza para describir algo muy blanco, puro e impecable. Tiene una marcada connotación sexual asociada a una imagen idealizada del cuerpo femenino. Dado que este fraseologismo tiene un significado y connotaciones culturales bastante específicas, una traducción literal directa no transmitirá su significado. Por lo tanto, para una traducción adecuada, es necesario elegir un fraseologismo o expresión ucraniana que transmita más fielmente la idea de algo muy blanco, puro e impecable. Por ejemplo, *білий як сніг*.

Teniendo en cuenta la connotación sexual de la fraseología española, podemos ofrecer una versión más figurativa: *білий як крило янгола*. Se utiliza la traducción semántica, es decir, la traducción por contenido.

La frase *ponerse como un pimiento marrón* [33] tiene un significado bastante

específico y se usa para describir a una persona que está muy enojada. A veces, esta fraseología también puede indicar una gran timidez o vergüenza. Es necesario elegir unidades fraseológicas o construcciones descriptivas que tengan el significado más cercano para traducir correctamente al ucraniano. Por ejemplo, *почервоніти як рак*. Este modismo ucraniano transmite con mayor precisión la idea de que una persona está muy roja de vergüenza o enojo. También podemos utilizar una expresión como *спалахнути від гніву*. Esta expresión es más descriptiva y transmite exactamente el estado emocional de una persona. Aquí también se utiliza la traducción semántica.

La frase española *Estar blanco y flaco como una raspa de pescado* se usa para describir a una persona muy delgada, pálida y demacrada. Al traducir al ucraniano, podemos utilizar expresiones como *Бути білим як стіна і худим як тин*.

La frase *Esperar treinta y dos mentes en blanco* se utiliza para describir una situación en la que una persona espera pensamientos o ideas de otras personas, pero en vano. Esto significa que nadie quiere ni puede ofrecer nada útil o interesante. Dado que esta fraseología transmite el estado de espera de respuestas infructuosas, los equivalentes ucranianos pueden ser diferentes, dependiendo del contexto específico.

Podemos usar una expresión como *чекати манни небесної*. Esta expresión significa esperar que algo muy bueno suceda por casualidad, sin ningún esfuerzo de nuestra parte. En el contexto de nuestra fraseología, puede significar esperar a que las ideas aparezcan por sí solas. Pero el fraseologismo más utilizado en la cultura ucraniana es *чекати з моря погоди*. Esperando condiciones perfectas que tal vez nunca lleguen.

Por eso, el traductor literario debe encontrar un equilibrio entre mantener la fidelidad al texto original y hacer que la obra sea comprensible y resonante para los lectores en otro idioma. Esto implica a veces sacrificar una traducción literal en favor de una adaptación que conserve el mismo efecto estilístico o emocional. Los fraseologismos en la obra de Safón no solo cumplen una función comunicativa, sino también simbólica y estilística. Safón utiliza estos modismos para profundizar en la caracterización de los personajes y en la creación de la atmósfera de sus novelas, lo que plantea un desafío particular para los traductores, que deben ser capaces de trasladar estos matices a otro idioma sin perder su esencia. En muchos casos, cuando un fraseologismo no tiene un equivalente directo en otro

idioma, es preferible usar la traducción semántica. Este enfoque permite transmitir el contenido y el significado de la expresión sin necesariamente traducir sus componentes léxicos de manera literal.

Conclusiones del tercer capítulo

Dado que los fraseologismos están profundamente enraizados en las culturas, su traducción implica comprender no solo el significado literal de las palabras, sino también su contexto cultural, histórico y emocional. Por ello, la traducción directa de estas expresiones a menudo resulta ineficaz o ilógica. La traducción de fraseologismos requiere un enfoque flexible, y es crucial considerar tanto el contexto de uso como la imagen figurativa de las expresiones. Existen varios métodos para lograr una traducción adecuada, como los equivalentes fraseológicos, análogos, calcos y métodos descriptivos, cada uno con sus ventajas y limitaciones. Además de los métodos principales, hay otros enfoques, como la traducción antonomástica, pseudoprobios y traducción contextual. Estos métodos son útiles en situaciones en las que las soluciones tradicionales no logran transmitir adecuadamente el significado y el estilo del original.

Los fraseologismos ucranianos están profundamente vinculados con la historia, cultura y cosmovisión del pueblo ucraniano. Reflejan temas como la conexión con la naturaleza, el trabajo agrícola y artesanal, la lucha por la identidad y valores como la perseverancia y la hospitalidad. En general, enriquecen el idioma y transmiten aspectos esenciales de la cultura y la mentalidad de los ucranianos.

Las unidades fraseológicas que caracterizan a una persona por diversos atributos son una parte importante de la expresión lingüística, ya que permiten transmitir no sólo rasgos físicos, sino también emociones, características de la personalidad, estatus social y otros aspectos. En este contexto, las unidades fraseológicas con símbolos de color desempeñan un papel importante tanto en ucraniano como en español. El español y el ucraniano presentan muchas similitudes en este ámbito, pero también diferencias significativas, lo que pone de manifiesto la diversidad de expresiones lingüísticas y contextos culturales. Por ejemplo, *зелено під носом, жовтороте пташеня, біла кість*.

El folclore ucraniano es una fuente rica de fraseologismos, muchos de los cuales provienen de cuentos, canciones y refranes populares. Estas expresiones, cargadas de

imágenes poéticas y religiosas, no solo embellecen el idioma, sino que también preservan la sabiduría y las tradiciones del pueblo ucraniano. Las unidades fraseológicas basadas en el folclore no son sólo unidades lingüísticas, sino también elementos importantes del patrimonio cultural ucraniano, transmitidos de generación en generación.

La traducción de fraseologismos ucranianos al español requiere un enfoque creativo, ya que no siempre existen equivalentes exactos en el idioma de destino. Muchas expresiones necesitan ser interpretadas o adaptadas mediante la traducción descriptiva o funcional, lo que implica explicar el significado en lugar de traducir literalmente. En algunos casos, se puede utilizar una equivalencia fraseológica, cuando existe una expresión similar en ambas lenguas.

Muchos fraseologismos ucranianos que incluyen referencias a colores no tienen un equivalente directo en español. Esto se debe a las diferencias culturales en la percepción de los colores y su simbolismo, lo que hace necesaria una interpretación o descripción más que una traducción literal.

La traducción de fraseologismos en textos literarios presenta un reto significativo debido a las diferencias culturales entre las lenguas. No solo se trata de traducir las palabras, sino también de mantener el contexto cultural y las connotaciones emocionales o estilísticas de la expresión original.

En géneros como la comedia o la sátira, la traducción de fraseologismos necesita capturar el humor, la ironía o la vivacidad del original. El traductor debe preservar la energía del texto y asegurar que el lector del idioma de destino experimente el mismo matiz que en la lengua original.

Los modismos en las obras literarias permiten que los lectores extranjeros no solo disfruten de la trama, sino que también conozcan aspectos de la cultura y mentalidad del país de origen del texto. En el caso de autores como Gabriel García Márquez, Isabel Allende y Carlos Ruiz Safón, el uso de fraseologismos aporta autenticidad y realismo a sus obras.

Los fraseologismos en las obras de Safón, como “La sombra del viento”, desempeñan un papel crucial en la creación de una atmósfera rica y simbólica. Ayudan a transmitir significados profundos y crear personajes auténticos mediante el uso de expresiones coloquiales que reflejan la cultura y el contexto histórico de la España de la época.

Cuando no existe una correspondencia directa, la traducción semántica resulta útil. Este tipo de traducción se enfoca en preservar el significado subyacente y el impacto emocional del fraseologismo, adaptándolo a expresiones que resuenen en el idioma de destino. Ejemplos de esto son las adaptaciones culturales que se hacen en ucraniano de frases como *blanco como nalga de monja* o *ponerse como un pimiento marrón*.

CONCLUSIONES GENERALES

Dado que las tareas se establecieron en la introducción, es necesario analizar la calidad de su realización:

1. Definir el término unidad fraseológica y considerar sus diversas clasificaciones.

Llegamos a la conclusión de que no existe un concepto generalmente aceptado que defina sin ambigüedades lo que es una fraseología. Cada investigador, al ofrecer su propia interpretación de la fraseología, contribuye a la comprensión general de esta categoría lingüística. Las definiciones se complementan entre sí, creando así una imagen completa. Lo mismo ocurre con la clasificación de las unidades fraseológicas. Los eruditos las dividen en grupos utilizando diferentes criterios. Harold E. Palmer y Albert S. Hornby contribuyeron de forma significativa al desarrollo de la fraseología, que se convirtió en un aspecto importante de la investigación lingüística en el siglo XX. Sus trabajos ayudaron a comprender mejor la naturaleza de las unidades fraseológicas, su estructura y su funcionamiento en el habla. Palmer, en particular, se centró en el estudio de las unidades fraseológicas en el contexto de la enseñanza de idiomas, haciendo hincapié en su papel en la formación de un discurso natural y gramaticalmente correcto. Hornby, conocido por su diccionario y sus enfoques metodológicos de la enseñanza del inglés, también contribuyó significativamente a la comprensión de la fraseología. Su trabajo se centró en el uso práctico de las frases en el discurso y su importancia para una comunicación eficaz. Juntos sentaron las bases de la investigación en el campo de la fraseología, subrayando la importancia de estas unidades lingüísticas como reflejo de la dinámica cultural y social.

Leonid Bulakhovsky propuso una clasificación basada en el principio genético, es decir, por origen. Aquí se incluyen, por ejemplo, los proverbios, los profesionalismos y los dichos de personajes famosos. Oleksandr Kunin subrayó que la estabilidad de las unidades fraseológicas depende de distintos tipos de invarianza.

El investigador identificó los siguientes tipos de invarianza, o microestabilidad:

1. estabilidad de uso;
2. estabilidad estructural y semántica;
3. estabilidad semántica;
4. estabilidad léxica;

5. estabilidad sintáctica.

Los lingüistas españoles también han desarrollado sus propios enfoques. Julio Casares utilizó un enfoque gramatical, dividiendo las frases estables en cuatro tipos principales. Gloria Corpus Pastor, otra investigadora española, propuso dividir el campo fraseológico en tres tipos principales de unidades. Su clasificación se considera la de mayor éxito en la comunidad lingüística.

2. Analizar el significado del color en los idiomas español y ucraniano

En nuestro trabajo, encontramos que los colores también se han estudiado desde el punto de vista lingüístico. Los científicos también han clasificado los colores utilizando distintos principios.

Por ejemplo, según la teoría de la relatividad lingüística de Sepir-Whorf, la percepción de los colores varía en función de las características lingüísticas. En contraposición a esta hipótesis, Berlin y Kay propusieron una teoría de los términos universales del color. Creían que, aunque las lenguas de las distintas culturas tienen sistemas diferentes para denotar los colores, existe una coherencia general en el desarrollo de estos sistemas. Según sus investigaciones, todas las lenguas empiezan con términos básicos (negro, blanco) y van incluyendo otros (rojo, verde, azul, etc.). Otra teoría interesante es la de la famosa lingüista feminista Robin Lakoff, que analizó los colores en un contexto de género.

También se analizó el significado de los colores primarios. Los colores tienen significados diferentes según la cultura y el contexto o situación en que se utilizan. Por ejemplo, el negro se asocia a menudo con el poder, la elegancia, el misterio y la formalidad. Al mismo tiempo, es el color del luto y la muerte en muchas culturas occidentales.

En la fraseología de ambos idiomas, el color rojo tiene significados similares y diferentes. En cada una de las lenguas, este color puede simbolizar confusión o vergüenza, como en la expresión “*ponerse rojo*”. En la cultura española, el rojo suele asociarse con una señal de peligro, por ejemplo, en la expresión “*un barrio rojo*”, que indica un barrio peligroso. En cambio, en el idioma ucraniano, el rojo suele tener un significado positivo, como en la expresión “*velas rojas*”, que se convierte en un símbolo de sueños y esperanza.

3. Investigar dificultades en la traducción de unidades fraseológicas

Hemos investigado que traducir la fraseología es una tarea extremadamente difícil. La fraseología suele estar profundamente arraigada en la cultura, la historia y las costumbres de los hablantes nativos. Pueden contener referencias a tradiciones, literatura o peculiaridades nacionales que los hablantes de otra lengua no entienden. El traductor tiene que encontrar un equivalente en la lengua meta que transmita la misma connotación cultural o la adapte al contexto. La fraseología suele tener una cierta connotación emocional o estilística (ironía, humor, drama), que también es importante transmitir. En muchos casos, las lenguas no tienen un equivalente exacto para una fraseología concreta. Esto obliga al traductor a buscar una fraseología similar en la lengua de destino o a crear una traducción descriptiva, que puede ser menos eficaz.

Las unidades fraseológicas relacionadas con el color constituyen un gran recurso lingüístico importante para comprender rasgos culturales y expresar conceptos. La traducción de unidades fraseológicas puede causar problemas a los traductores debido a factores como el cambio de contexto, rasgos estilísticos, similitud asociativa, nacional-cultural, la capacidad de reconocer unidades fraseológicas en el texto. Estos puntos deben tenerse en cuenta para evitar errores y elegir el método de traducción más adecuado.

4. Analizar el uso y el aspecto práctico de la traducción de las unidades fraseológicas con el significado de color en los textos literarios ucranianos y españoles.

Para confirmar la parte teórica de nuestro trabajo, analizamos el uso y la traducción de las unidades fraseológicas con el significado de color en los textos literarios ucranianos y españoles. Se tomaron como base los textos del folclore ucraniano, porque el arte popular es rico en diversas unidades fraseológicas que reflejan nuestra lengua, cultura y tradiciones. Analizamos la fraseología que tiene un significado mayoritariamente negativo. Por ejemplo, *“червоного півня пустити”*. También descubrimos que el folclore ucraniano tiene muchas frases con el significado de color que caracterizan a una persona por diversos rasgos. Por ejemplo, *“зелено під носом”*, *“жовтороте пташеня”*, *“біла кість”*. Para analizar la fraseología española se eligieron las novelas de Carlos Ruiz Safón. Descubrimos que la obra de este autor español es una fuente inagotable para analizar la fraseología.

Para explicar la definición de los fraseologismos en la lingüística, su clasificación, concepto y significado de los colores se trabajaron 72 fuentes. Entre ellos se encontraban los trabajos de científicos ucranianos y extranjeros, así como recursos de Internet.

Entonces podemos resumir que en el trabajo final de máster investigamos y explicamos:

1. el término unidad fraseológica
2. dificultades en la traducción de unidades fraseológicas
3. el significado del color en los idiomas español y ucranianos
4. el uso y el aspecto práctico de la traducción de las unidades fraseológicas con el significado de color en los textos literarios ucranianos y españoles.

BIBLIOGRAFÍA

1. Андрійчук, М. *Теоретичний доробок зарубіжних мовознавців в галузі фразеології*. Науковий блог. Взято з: <https://naub.oa.edu.ua/teoretychnyj-dorobok-zarubizhnyh-movo/>.
2. Бабій, І. (2007). *Кольорономінація як особливість ідіостилю В. Стефаніка*. Тернопільський державний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.
3. Баран, Я., & Зимомря, М. (1991). *Теоретичні основи фразеології*. Київ: Наукові записки.
4. Білодід, І. (1973). *Сучасна українська літературна мова: лексика і фразеологія*. Київ: Наукова думка.
5. Білоноженко, В. М. (1993). *Фразеологічний словник української мови*. Київ: Наукова думка.
6. Білоноженко, В. М. (2003). *Словник фразеологізмів української мови*. Київ: Наукова думка.
7. Бистров, Я. В., & Жук, Я. П. (2000). *Кольороназви сучасної англійської мови у складі тематичних груп: Збірник статей Міжнародної наукової конференції “Семантика мови і тексту”*, 61-63.
8. Бохун, Н. В. (2018). *Основні принципи портретизації у творі “La Maja Desnuda” Вісенте Бласко Ібаньєса*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. Т. 2, № 37.
9. Бойко, Л., & Сабліна, С. (2015). *Фразеологічні одиниці з компонентом ‘кольороназва’ в мовній картині світу українців*. Рідне слово в етнокультурному вимірі, 43-50.
10. Братусь, М. Ф. (2009). *Ознаки сьогодення в семантиці й стилістиці фразеологізмів (на матеріалі сучасної художньої прози)*. Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія “Філологія. Соціальні комунікації”, 22(61), 119-124.

- 11.Видайчук, Т. (2022). *Аспекти історії української мови як засіб формування національної ідентичності та історичної пам'яті*. Ukrainian Educational Journal, (2), 48-63.
- 12.Вишницька, Я. (2018). *Сучасний стан та перспективи розвитку освітнього простору: глобальний вимір*.
- 13.Гуменюк, І. І. (2005). *Колористика у фразеології – ключ до культурної інтерпретації (на матеріалі англійської та української мов)*. Наукові праці Кам'янець-Подільського держ. ун-ту. Філологічні науки, 11(1), 211-217.
- 14.Жовтобрюх, М. А. (1965). *Сучасна українська літературна мова*. Радянська школа.
- 15.Заваринська, І. Ф. (2022). *Фразеологізми з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах: Лінгвокультурологічний аспект*. Тернопіль: Осадца Ю. В.
- 16.Зорівчак, Р. П. (1983). *Фразеологічна одиниця як перекладознавча одиниця: (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою)*. Львів: Вища шк. Вид-во при Львів. ун-ті.
- 17.Ковбасюк, Л. А. (2005). *Фразеологічні одиниці з компонентом "кольороназва" як елементи національно-мовної картини світу (на матеріалі німецької та англійської мов)*. У Проблеми зіставної семантики: збірник наукових статей (Вип. 7, с. 267-273). Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- 18.Ковалів, Ю. І. (2007а). *Літературознавча енциклопедія (Т. 1). Академія*. Взято з: <https://archive.org/details/literaturoznavchat1/page/n607/mode/2up>
- 19.Кочерган, М. П. (2002). *Вступ до мовознавства: підручник*. Київ: Академія.
- 20.Крисаченко, В. С. (1996). *Екологічна культура: теорія і практика: навч. посібник*. Київ: Заповіт.
- 21.Кучерук, О. (2006). *Образна природа семантики кольороназв в українських фразеологізмах*. Київ: Дивослово (12), 40-42
- 22.Лабінська, Б. І. (2004). *Німецькі фразеологізми з компонентом на позначення фізичного стану людини* (Дис. канд. філол. наук) Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", Київ.

23. Литвин, А. А. (2009). *Семантика та функціонування англійських фразеологічних одиниць на позначення поняття «удар» у спортивній грі волейбол*. Наукові записки (Національний університет «Острозька академія»), 11, Київ, 269-273.
24. Назаренко, О. В. (2020). Національно-культурний контекст символіки кольорів в українських фразеологізмах. *Науковий Bulletin з Міжнародний Гуманітарний університет*, Одеса, 43 – 46
25. Нелюбов, М. В. (2018). *Психологія кольору, значення*. Взято з : <http://www.yugzone.ru/psy/colors.htm>
26. Нікіщенко, Ю. (2004). *Колір у культурній традиції українців та їх степових сусідів Алтайського краю*. Східний світ, (1), 93-98.
27. Новікова, Т. В. (2015). Переклад фразеологізмів крізь призму теоретичних досліджень. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна*, (52), 203-207.
28. Оранжева психологія. (2014). Взято з : <https://alternatyva.clinic/oranzheva-psychologiya/>
29. Пономарів, О. Д. (2001). *Культура слова: Мовностилістичні поради* (2-ге вид.). Київ: Либідь.
30. Рожевий колір у мистецтві. (2023). Взято з : <https://gallery101.com.ua/colours-in-art-pink/>
31. Руснак, І. Є. (2012). *Український фольклор* (2-ге вид., стереотипне). Київ: Академія.
32. Сабадош, І. В. (2023). *Прикладне українське мовознавство: Вступ. Лексикологія і семасіологія. Фразеологія. Лексикографія: Практикум*.
33. Сафон, К. Р. (2007). *Тінь вітру. Книга 1*. І. Панченко (Пер.) Харків: КСД
34. Семашко, Т. (2008). *Особливості семантики та функціонування слів-кологоративів в українській фразеології* (Дис. канд. філол. наук). Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, Київ
35. Сошко, О. Г. (2016). *Внутрішні риси людини засобами українських, німецьких та англійських компаративних фразеологізмів з онімним компонентом*.

- Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна, (60), 229-232.
36. Ставицька, Л. О. (2001). *Естетика слова в українській поезії 10–30 рр. ХХ ст.* Київ: Правда Ярославичів.
37. Трегуб, О. (2020). *Червоний – не любов, а чорний – не журба: повна історія кольорів.* Взято з : <https://www.platfor.ma/topics/knowledge/najyaskravishyj-tekst-v-istoriyi-oleksandr-tregub-vse-shho-treba-znaty-pro-kolory/>
38. Удовиченко, Г. П. (1984). *Фразеологічний словник української мови*. Київ: Вища школа.
39. Уайльд, О. (2012). *Портрет Доріана Грея*. Київ: А-ба-ба-га-ла-ма-га.
40. Шевченко, Л. Ю. (1985). *Роль метафори і метонімії у творенні фразеологічних одиниць.* Українська мова і література в школі, (10), 26-31.
41. Шекспір, В. (2024). *Комедії і трагікомедії*. Київ: Фоліо
42. Флорд, Л. А. (2014). *Лінгвоментальна специфіка непрямих назв кольорів (на матеріалі іспанської, англійської, української, російської мов)* (Дис. канд. філол. наук) Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, Одеса
43. Якімова, С. Е. (2014). *Символіка позначень кольору в іспанському та українському художньому текстах.* Одеський лінгвістичний вісник, (3), 245-252.
44. Evans, V., & Chilton, P. (2007). *Language, cognition and space*. London: Equinox.
45. Billock, V. A., & Tsou, B. H. (2010). *Visión prohibida del color. Investigación y Ciencia: Edición Española de Scientific American*, (403), 30-36.
46. Blasco Ibáñez Vicente. (1998). *La maja desnuda*. Madrid: Letras hispánicas.
47. Buendía Castro, M. (2013). *Phraseology in specialized language and its representation in environmental knowledge resources*. University of Granada
48. Cabo Villaverde, J. (2001). *El color del lenguaje y el lenguaje del color*. Adaxe: revista de estudios e experiencias educativas, N° 17, 363-379.
49. Casares, J. (1950). *Introducción a la lexicografía española*. Madrid: CSIC.

50. Chelmi, E. (2009). *Fraseologismos en blanco y negro en griego moderno y en español*. *Paremia*, (18), 209-216.
51. Corpas Pastor, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid: Editorial Gredos.
52. Chitra, F. (1996). *Idioms and idiomaticity*. Oxford: Oxford University Press.
53. Edoardo, A., Ella A., & Eric. (2009). *Rojo azul amarillo*. Editorial Juventud.
54. Everaert, M., Van der Linden, E. J., Schreuder, R., & Schreuder, R. (2014). *Idioms: Structural and psychological perspectives*. Psychology Press.
55. Fraticola, P. L. (2010). *La comunicación y el simbolismo del color*. Actas de Diseño, (8). Universidad de Palermo
56. García Navas, M. (2016). *El color como recurso expresivo: análisis de las series de televisión Mad Men y Breaking Bad*. Disponible en <http://eprints.ucm.es/38067/1/T37356.pdf>
57. Gläser, R. (1998). *The stylistic potential of phraseological units in the light of genre analysis*. In A. P. Cowie (Ed.), *Phraseology* (pp. 125-143). Oxford: Clarendon Press.
58. Goethe, J. (1992). *Teoría de los colores*. Madrid: Editorial Aguilar
59. Greenfield, A. B. (2010). *Un rojo perfecto: imperio, espionaje y la búsqueda del color del deseo*. Universitat de València.
60. Heller, E. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
61. Kay, P., & Berlin, B. (2010). *Basic color terms: Their universality and evolution*. Los Angeles.
62. Miansaryán, A. (2018). *Los fraseologismos con componentes de color en español, inglés, francés y armenio*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España, Madrid
63. Pastoureau, M., & Dominique, S. (2006). *Breve historia de los colores*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
64. Penadés Martínez, M. I. (2012). *La fraseología y su objeto de estudio*. Universidad de Alcalá, España, Alcalá.
65. Portal, F., & Gutiérrez, F. (2016). *El simbolismo de los colores en la antigüedad, la edad media y los tiempos modernos*. Palma de Mallorca: José J. de Olañeta.

66. Rello, L. (2008). *Términos de color en español: morfología y análisis lexicográfico*. *Diálogo de la lengua*, (1), 103-108.
67. Timofeev, L. T. (2006). *Sobre la traducción de la fraseología: un enfoque pragmático*. *Interlingüística*, 17, 1029-1038.
68. Whorf, B. (1933). *The phonetic value of certain characters in Maya writing*. Peabody Museum, Cambridge
69. Zafón, C. R. (2006). *La sombra del viento*. Barcelona: Editorial Planeta.
70. Zuluaga, A. (1980). *Introducción al estudio de las expresiones fijas*. Berna: Peter Lang.

RESUMEN

El tema del trabajo final de máster es “Fraseologismos con el significado de color en el aspecto traductológico”.

La relevancia del estudio de este tema está determinada por el hecho de que las unidades fraseológicas con el significado de color son un componente importante de cualquier idioma. Reflejan las características culturales e históricas de los pueblos y también nos ayudan a expresar nuestras emociones y sentimientos. Además, la traducción de dichas unidades puede causar dificultades. Muchos fraseologismos no tienen equivalentes directos en otros idiomas. También cabe añadir que el significado de uno u otro color puede variar según el país. Por lo tanto, el traductor también debe explorar el contexto cultural para encontrar el método de traducción óptimo.

El objeto de la investigación es el aspecto traductológico en el estudio de las unidades fraseológicas con el significado de color. Esta investigación tiene como objetivo resolver siguientes **tareas**:

- a) definir el término *unidad fraseológica* y considerar sus diversas clasificaciones;
- b) investigar dificultades en la traducción de unidades fraseológicas;
- c) analizar el significado del color en los idiomas español y ucraniano;
- d) analizar el uso y el aspecto práctico de la traducción de las unidades fraseológicas con el significado de color en los textos literarios ucranianos y españoles.

El material ilustrativo para la parte práctica fue la fraseología española con el significado del color tomado de varias fuentes de Internet y libros. Se estudiaron un total de 96 fraseologismos.

El primer capítulo del trabajo final analiza los aspectos teóricos relacionados con el estudio de las unidades fraseológicas, centrándose en sus características distintivas y las clasificaciones en español y ucraniano. El segundo capítulo está dedicado al color como objeto de la investigación lingüística. El trabajo final analiza el significado de los colores primarios y las expresiones fraseológicas con ellos en español y ucraniano. La tercera y principal etapa de este trabajo estuvo dedicada a la traducción de unidades fraseológicas del

ucraniano al español y viceversa. Los textos utilizados para este estudio son textos del folclore ucraniano y novelas del escritor español Carlos Ruiz Safón. También se debatieron los principios básicos de la traducción y los errores más comunes.

La traducción de fraseologismos ucranianos al español requiere un enfoque creativo, ya que no siempre existen equivalentes exactos en el idioma de destino. Muchas expresiones necesitan ser interpretadas o adaptadas mediante la traducción descriptiva o funcional, lo que implica explicar el significado en lugar de traducir literalmente. En algunos casos, se puede utilizar una equivalencia fraseológica, cuando existe una expresión similar en ambas lenguas.

Muchos fraseologismos ucranianos que incluyen referencias a colores no tienen un equivalente directo en español. Esto se debe a las diferencias culturales en la percepción de los colores y su simbolismo, lo que hace necesaria una interpretación o descripción más que una traducción literal.

La traducción de fraseologismos en textos literarios presenta un reto significativo debido a las diferencias culturales entre las lenguas. No solo se trata de traducir las palabras, sino también de mantener el contexto cultural y las connotaciones emocionales o estilísticas de la expresión original.

Palabras claves: unidades fraseológica, fraseologismos, clasificación traducción, color, textos literarios,