

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

До захисту допустити:
Зав. кафедри

« ____ » _____ 2020 р.

Кваліфікаційна робота
за освітнім ступенем «Магістр» на тему:
«Мовні інновації в сучасному американському дискурсі»

студентки факультету іноземних мов
спеціальності 035 «Філологія»
освітньої програми «Філологія. Мова та
література (англійська)»
освітнього ступеня «Магістр»
Романової Вероніки Олександрівни

Науковий керівник:

Федорова Юлія Геннадіївна
кандидат філологічних наук, доцент

Рецензент:

Сидоренко Олена Миколаївна,
кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри мовних та
гуманітарних дисциплін № 3
Донецького національного
медичного університету

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____

Секретар ЕК _____

« __ » _____ 2020 р.

Маріуполь – 2020

МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Освітній ступінь: «Магістр»

Шифр та назва спеціальності 035 «Філологія»,

спеціалізація 035.04 «Філологія. Мова та література (англійська)»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

англійської філології

к.філ.н., доцент Федорова Ю.Г

«03» грудня 2020 р.

(підпис)

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Романової Вероніки Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи - «Мовні інновації в сучасному американському дискурсі»

Керівник роботи. Федорова Ю.Г., к.філ.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом Маріупольського державного університету від «28» лютого 2020 року №210

2. Строк подання студентом роботи – 01 червня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Мета - порівняння особливостей ФО з компонентом на позначення кольору у французькій, англійській та українській мовах.

Об'єкт - стійкі словосполучення з прикметником, що позначають колір.

Предмет - лексико-семантичні, граматичні та стилістичні особливості стійких словосполучень, вжитих у французькій, англійській та українській мовах.

4.Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні засади дослідження.

Розділ 2. Вивчення культури народу через мову.

Розділ 3. Образність фразеологічних одиниць та їх значення в англійській, французькій та українській мовах.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з\п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Огляд теоретичного та фактичного матеріалу, складання списку літератури	Вересень – Жовтень 2019 р.	
2.	Підготовка Вступу	Листопад 2019	
3.	Підготовка розділу 1	Грудень 2019	
4.	Підготовка висновків до Розділу 1	Грудень 2019 – Січень 2020	
5.	Підготовка розділу 2 і висновків до розділу 2	Лютий – Квітень 2020	
6.	Підготовка Розділу 3	Травень – Липень 2020	
7.	Підготовка висновків до розділу 3	Серпень 2020	
8.	Підготовка загальних висновків	Вересень 2020	
9.	Оформлення списку використаних джерел	Жовтень 2020	
10.	Підготовка статті за темою роботи	Травень – Червень 2020	
11.	Підготовка тез за темою роботи	Січень – Жовтень 2020	

Студент _____
(підпис)

Романова В.О

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник
роботи

(підпис)

Федорова Ю.Г

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. СУТНІСТЬ ФРАЗЕОЛОГІЇ ЯК МОВНОГО ЯВИЩА.....	7
1.1 Роль й значення фразеологізмів.....	7
1.2 Основні ознаки фразеологічної одиниці.....	15
1.3 Класифікації фразеологічних одиниць.....	18
1.4 Класифікація Л.В. Федорова.....	20
1.5 Фразеологічний переклад.....	21
Висновки розділу I	25
РОЗДІЛ II. МЕНТАЛІТЕТ КРІЗЬ ПРИЗМУ МОВИ.....	27
2.1 Національний характер англійців.....	27
2.2 Національний характер французів.....	30
2.3 Звички, менталітет та спосіб життя англійців.....	34
2.4 Звички, менталітет та спосіб життя французів.....	36
Висновки до розділу II.....	38
РОЗДІЛ III. ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ІЗ КОЛОРАТИВАМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ, ФРАНЦУЗЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	42
3.1 Образність та експресивність фразеологічних одиниць.....	42
3.2 Значення кольорів в англійській мові.....	46
3.3 Значення кольорів у французькій мові.....	56
3.4 Значення кольорів в українській мові.....	65
Висновки розділу III	72
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Фразеологія – це галузь лексикології, що вивчає фразеологічні одиниці (вирази, фразеологізми або ідіоми). Фразеологічні одиниці (далі – ФО) відрізняються від вільних текстових груп семантично та структурно: 1) вони передають єдину концепцію, й їхнє значення є ідіоматичним, тобто це не просто загальне значення їхніх компонентів; 2) вони характеризуються структурною незмінністю (жодне слово не можна замінити іншою складовою ФО, не руйнуючи її сенсу).

Ця дисципліна відносно молода, вона стала самостійною наукою. Проте навіть сьогодні достатньо дискусійними є питання стосовно статусу цієї дисципліни у лінгвістиці, суперечними є також думки щодо типології, та класифікації ФО. Термінологія, яка використовується в цій галузі до того ж не сприяє уніфікації.

Однією з головних передумов виникнення образної мови є здатність людського розуму порівнювати абстрактні поняття мови з чуттєвим світом, з метою їх знання. Звичайне зображення проливає світло на психічні особливості певної соціальної групи або структури людського мислення в цілому. Національно-культурна специфіка фразеології найбільш яскраво проявляється у порівнянні з традиційними фразами іншої мови [1, с. 73].

Функція фразеології кожної мови полягає у вивченні фраз, багатослівних мовних одиниць з їх прямими, а також опосередкованими значеннями, що роблять мову яскравою та барвистою. Кожна людина, яка прагне глибоко володіти іноземною мовою, повинна знати фразеологію. Оскільки всі компоненти в ідіомах не зберігають своїх лексичних значень, вони можуть відрізнитися, коли їх вживають у межах фрази чи ідіоми.

Будь-яка іноземна мова має багато ФО. Очевидно, що ідіоми, фрази, фразові дієслова та набори виразів, афоризми, сентенції, прислів'я та приказки є основними одиницями мови, без них наша мова може здатися поверхневою або нудною. Такі

мовні одиниці відіграють активну роль у нашому мовленні, мові та культурі, роблять мову та мовлення барвистими та привабливими.

Неможливо не згадати про ці одиниці під час вивчення мови. Однак можна зіткнутися з труднощами в розрізненні цих термінів між собою. Фраза – це група споріднених слів, які не включають відношення предмет-дієслово. З синтаксичної точки зору, незалежно від того, зі скількох слів складається фраза, всі елементи розглядаються як одна одиниця. Фрази можуть бути різних видів.

Ідіомою, як фраза, є група слів. Однак найбільш відмітною рисою ідіоми є те, що її значення навряд чи передбачуване, оскільки значення ідіоми залишається далеко від лексичного значення компонентів ідіоми. Однак слід зазначити, що лексичні значення елементів ідіоми корисні для вгадування логічного значення ідіоми.

Колір має величезне значення в житті сучасної людини. Найчастіше від нього безпосередньо залежить настрій, емоції й навіть фізичне самопочуття людей. Людині властиво постійне прагнення називати предмети та явища, які його оточують, набуваючи індивідуальний, історичний й культурний досвід. Колірною картина світу не є винятком.

Різні ставлення до того чи іншого відтінку відбивається в образних висловах, ідіомах та приказках, існуючих в мові. Адже вони акумулюють соціально-історичну, інтелектуальну, емоційну інформацію конкретного національного характеру. Саме ці факти й обґрунтовують вибір теми даної роботи, її актуальність та значення.

Актуальність даної теми полягає в тому, що досить часто в процесі спілкування можна зустрітися з фразеологізмами, які не завжди збігаються з українськими варіантами. Це відноситься і до фразеологізмів з елементом кольору. Виникає потреба у полегшенні перекладу таких фразеологічних одиниць.

Метою роботи є порівняння особливостей ФО з компонентом на позначення кольору у французькій, англійській та українській мовах.

Для досягнення поставленої мети був позначений ряд конкретних **завдань**:

1. Проаналізувати теоретичну інформацію з даної теми;

2. Визначити роль й значення фразеологізмів в мові;
3. Розглянути колір як компонент культурної конотації ФО, класифікувати та розкрити значення ФО з компонентом на позначення кольору;
4. Систематизувати групу фразеологічних єдностей, пов'язаних з компонентом кольору;
5. Виявити особливості ФО, що містять у своїй семантиці елемент кольору;
6. Проаналізувати етнокультурну специфіку ФО у французькій, англійській та українській мовах.

Об'єктом дослідження є стійкі словосполучення з прикметником, що позначають колір.

Предметом дослідження є лексико-семантичні, граматичні та стилістичні особливості стійких словосполучень, вжитих у французькій, англійській та українській мовах.

Використано спеціальні лінгвістичні **методи**. За допомогою *методу аналізу словникових* дефініцій відібрано й проаналізовано фактичний матеріал дослідження, а саме фразеологізми з елементом кольору в англійській, французькій та українській мовах. *Кількісний аналіз* застосований для визначення цифрових показників структурно-граматичних та лексико-семантичних груп досліджуваних одиниць в мовах.

Системно-описовий метод дав можливість систематизувати, класифікувати й інтерпретувати структурно-граматичні та лексико-семантичні особливості аналізованих одиниць у мовах.

Теоретична значимість роботи полягає в описі національно-культурної семантики ФО з колористичним компонентом у сучасній французькій, англійській та українській мовах, що робить внесок у дослідження універсального та унікального у фразеології, лінгвокультурології та етнолінгвістиці.

Практична значимість роботи визначається можливістю використовувати її результати, положення та висновки в теоретичних курсах по мовознавству, по морфології та лексикології французької, англійської та української мовах, в спецкурсах з проблем лінгвокультурології та функціональної лінгвістики.

Кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, підрозділів, висновків до розділів, загального висновку, списку використаної літератури та додатків.

Апробація результатів роботи: результати кваліфікаційної роботи були опубліковані у 8 - му випуску збірника наукових праць “VOX PHILOLOGI” (Голос філолога), теоретичні засади роботи та висновки були представлені на всеукраїнській науково – практичній інтернет конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти “Мови та літератури у полікультурному суспільстві” у вигляді тез.

У вступі обґрунтовано теоретичні засади дослідження, встановлено мету, об’єкт та його завдання. У першому розділі проаналізовано існуючі класифікації фразеологізмів та розглянуто класифікації засобів виразності та стилістичних прийомів у лінгвістиці. У другому розділі з’ясовується зв’язок фразеологізмів з національним характером англійців і французів і досліджується те, як фразеологічні одиниці відображають менталітет англійського і французького народу. У третьому розділі розглянуто особливості багатьох колорів в різних мовах та їх вплив на людей.

Додатки репрезентують список використаних у дослідженні фразеологізмів англійською, французькою та українською мовами. Представлено наочний матеріал (діаграми) процентного співвідношення використання ФО в обраних мовах.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ ФРАЗЕОЛОГІЇ ЯК МОВНОГО ЯВИЩА

1.1 Роль й значення фразеологізмів

Однією з галузей, яка викликає певну плутанину в оволодінні другою мовою, є область фразеології, яка визначається як вивчення словосполучень, а ФО визначається як щонайменше з двох слів. Визначити значення ФО досить складно, оскільки вона пов'язана з багатьма мовними та позамовними аспектами – логіко-психологічними, історичними та філософськими.

Лексика та синтаксис, або лексика (фразеологія як частина лексики) та граматики, традиційно розглядаються як окремі аспекти мови у навчанні, але кількість науковців з різних теоретичних таборів в рамках прикладної лінгвістики та оволодіння другою мовою стверджують, що вони фактично нероздільні [13, с. 88]. Важливість фразеологічних досліджень постійно обговорюється, оскільки вона демонструє взаємозв'язок мови та суспільства.

Розглядаючи всі можливі точки зору, треба дотримуватися чотирьох типів слово-компонентів у ФО: справжні слова – слова-компоненти зі значенням *ad verbum*; потенційні слова – слова-компоненти зі слабким значенням; «Колишні» слова – словосполучення з переосмисленим значенням; «Слова-привиди» – зі словами-компонентами, яких не існує в мові.

Словарний запас будь-якої мови складається зі слів та, так званих, слів-еквівалентів, які не створюються мовцями, а використовуються як готові мовні одиниці. Такі одиниці в першу чергу характеризуються суперечністю, яка існує між смисловою цілісністю цілого та формальною незалежністю його частин. Дуже важко встановити чітку межу між вільними словосполученнями, які генеруються мовцем у процесі мовлення, та ФО, що використовуються як готові.

Як правило, можна показати, що існують різні ступені «встановленості» або різний ступінь обмежень. Це предмет дослідження фразеології, але деякі з цих теоретичних аспектів дуже важливі для викладання іноземних мов. У мовленні ФО

мають конотації, пов'язані з емоціями та оцінками. Конотація визначається лише соціальною, ідеологічною установкою мовця, тому оціночний компонент такої конотації має суб'єктивний характер.

Фразеологія – сукупність стійких виразів, що мають самостійне значення. Добре знання мови неможливо без знання її фразеології. Знання фразеологізмів надзвичайно полегшує читання як публіцистичної, так й художньої літератури. Розумне їх використання робить мову більш ідіоматичною.

Безсумнівно, що знайомлячись з іноземною мовою, вивчаючи її, людина одночасно отримує величезне духовне багатство, збережене мовою яка вивчається, високоефективну можливість долучитися до національної культури та історії народу. Фразеологія, як невід'ємна частина та своєрідна скарбниця будь-якої мови світу, може особливо сильно сприяти цьому залученню.

Фразеологізми відображають багатовікову історію народу, своєрідність культури, побуту, традицій. У своїй більшості ідіоматичні вирази створювалися народом, тому вони тісно пов'язані з інтересами й повсякденними заняттями простих людей. Багато фразеологізмів пов'язані з повір'ями та переказами.

Таким чином, фразеологізми можуть дати ключ до національного характеру народу, до його культури, історії та політичного життя.

Отже, фразеологізм – ФО, ідіома, стійке поєднання слів, яке характеризується постійним лексичним складом, граматичною будовою й відомим носіям данної мови значенням (в більшості випадків – переносно-образним), що не виводиться зі значення складових компонентів. Компоненти фразеологізму зазвичай не можна поміняти місцями та замінити на інші.

Значення має весь фразеологізм в цілому. Це значення відтворюється в мові відповідно до історично склавшихся норм вживання. Фразеологізм еквівалентний слову не тільки за значенням, але й по синтаксичній ролі: він завжди є одним членом речення.

Фразеологія (від грец. Phrasis, «вираз» й logos «вчення») – фразеологічний склад мови (тобто сукупність всіх фразеологізмів), а також розділ мовознавства, що його вивчає.

Фразеологія – це галузь лінгвістики, яка вивчає комбінації частково або повністю усталених фраз, званих ФО. Перші елементи фразеології з'явилися в кінці дев'ятнадцятого століття в руслі з загальної лінгвістики. Так, стосовно німецької мови філолог Герман Поль (1880) вказує на наявність певних фіксованих виразів, що складаються з елементів, які складають певне ціле, усталене у використанні (блок).

Воно має зовсім інше значення, відмінне від значення його складових елементів, що розглядаються окремо. В англійській мові, науковець Генрі Світ (1891) згадує комбінації слів, які він називає ідіомами, регулярними з формальної точки зору, але нерегулярними з семантичної точки зору. У французькій мові лінгвіст Мішель Бреаль (1897) досліджує групу слів, яку він називає формулами, фразами або артикульованими групами, які характеризуються фіксованістю та змістовою непрозорістю.

Швейцарський лінгвіст Шарль Баллі (1909) першим використовує термін «фразеологія» в лінгвістичному сенсі, що означає, що всі особливості групи слів, де кожен елемент частково або повністю втрачає своє індивідуальне значення, група, що представляє роздільний сенс. Він називає таку групу складеною фразою. Згодом термін «фразеологія» виник як назва дисципліни.

Пізніше, вчитель Шарля Баллі, швейцарський вчений Фердинанд де Соссюр (1916), називає ФО готовими фразами. У 1901 р. Альберт Сехехайе (1921), досліджуючи фразеологізми, веде мову про фрази, компоненти яких втрачають смислову ідентичність, відрізняючи їх від складових слів, чиї компоненти зберігають цю ідентичність.

Голландський лінгвіст Корнеліс де Боєр (1922) відрізняє те, що він називає фіксованим або синтаксичним виразом, а також живим або мобільним синтаксисом.

Заснування фразеології як окремої дисципліни почалося в 1930 – 1940-х роках в Радянському Союзі, де її теоретичні основи були сформульовані такими лінгвістами, як Е. Д. Поліванов та В. В. Виноградов. З 1970-х років можна говорити про фразеологію як про наполегливу й зростаючу дисципліну. У 1999 році було

створено Європейське товариство фразеології (EUOPHRAS), яке організовує симпозіуми й робить публікації в цій галузі.

Оскільки фразеологія є відносно молодого дисципліною, її статус навіть в контексті лінгвістики суперечливий. Фразеологія, насправді, має більш міждисциплінарний характер, оскільки ФО вивчаються з багатьох точок зору: лексичної, синтаксичної, стилістичної, семантичної, етимологічної. Необхідність вносити ФО в словники означає, що лексикографія також пов'язана з фразеологією.

Окрім цього фразеологія також має зв'язок з прагматикою, соціолінгвістикою, психолінгвістикою та навіть культурою в цілому.

Розмежування предмета вивчення фразеології також є суперечливим, оскільки немає повної згоди щодо тих груп слів, які можна розглядати як ФО. Розмиті кордони цього об'єкта виходять з різних лінгвістичних традицій. Так, наприклад, як фразеологія з колишнього Радянського Союзу мала справу з комбінаціями слів, які були повністю або майже повністю усталеними (ідіоми та прислів'я), тоді як в центрі французької традиції було поняття фіксації, а англомова фразеологія з самого початку надавала великого значення менш фіксованим комбінаціям, таким як колокації.

Фразеологію можна розглядати як у широкому, так й у більш вузькому сенсі. Типологія ФО, розмежування їхніх типів та їхня класифікація також є суперечливими. В цьому відношенні характерною є дискусія навколо понять «мовний зворот» й «вираз». Описані вище труднощі зображують відсутність однастайності думок щодо уніфікованості термінологічних одиниць у фразеології.

Для різних комбінацій слів, частково або повністю усталених, зустрічається безліч термінів. З одного боку, можна знайти кілька термінів для одного та того ж типу одиниць, з іншого боку – один термін для багатьох.

У французьких творах Кокурек у 1982 знайшов 27 термінів: синтагматичне з'єднання, складна номінація, група слів, лексична група, лексикалізована група, складна лексема, синтагматична лексема, лексика, складна лексика, складна фраза, складне слово, паралексема, синапси, автономна синтагма, закодована фраза, лексична синтагма, знаменна фраза, лексична фраза, лексикалізована фраза,

одиниця сенсу, лексична одиниця з двома або більше елементами, складна лексична одиниця, вища лексична одиниця, складна синтагматична лексична одиниця, складна семантична одиниця, синтагматична одиниця значення.

У французькій мові також з'являються інші терміни, які використовуються різними авторами або цитовані ними, посилаючись на роботи інших лінгвістів: приказка, афоризм, аксіома, кліше, колокація, висловлювання, усталений вираз, фіксований вираз, ідіоматичний вираз, формула, вираз, максим, складене слово, складний іменник, паремія, думка, фіксоване речення, ідіоматичне речення, готова фраза, фразеологія, припис, прислів'я, пропозиція, одиниця фразеологія.

В англійській мові Кокурек у 1982 перерахував 15 термінів: композиційна лексема, складова лексична одиниця, формула, усталена колокація, ідіома, лексема, лексичний кластер, фраза, фразове складене речення, фраза ідіома, спеціалізована гіперморфема. В інших джерелах можна знайти: афоризм, колокацію, звичайне, складне з'єднання, складний прийменник, складність, звичайну колокацію, ідіоматичну колокацію, ідіоматичні конструкції, ідіоматичний вираз, ідіоматичне речення, прислівниковий зв'язок, багатослівний багатозначний вираз словосполучення, фразове дієслово, фразеологізм, прислів'я, фрагмент прислів'я, цитата, готове висловлювання, порівняння, слоган, стереотип.

Сьогоднішні реалії, глобальний взаємозв'язок націй й культурних різновидів нашої планети 21-го століття, зростаючі потреби в спілкуванні та роботі між країнами й людьми різних мов та культурних традицій вимагають підготовки висококваліфікованих вчителів початкової школи, які, як очікується, будуть викладати іноземні мови, й здатні брати участь в міжнародному спілкуванні, а також в здійсненні міжнародного співробітництва.

Проблема ідіом як специфічних ФО була досліджена рядом вітчизняних та зарубіжних лінгвістів: Н. Раєвська, Н. Амосова, Е. Тимошенко, А. Альохін, В. Юков, А. Кунін, Алана С. Кеннеді, Ш. Баллі, Р. Мун, Л. Сміт та інші, які мають подібні, а також різні думки з термінології, істотними ознаками, значеннями й способами появи кольорових ідіом в словниках.

Основним стимулом для інтенсивного вивчення фразеології в лінгвістиці було дослідження Н. Раєвської, виконане в відношенні фразеологічних зрощень. Дослідження фразеології було ініційовано відомими вченими А. Куніним, К. Баранцевою, доктором Елізабет Барч-Паркер, С. Бурген, словники ідіом мають цінну інформацію про їх значення та використання.

Особливий інтерес представляє підхід до проблеми фразеології, запропонований відомим філологом М. Амосовою, яка визначає ФО як одиниці фіксованого контексту, фрази зі специфічною й стійкою послідовністю деяких лексичних компонентів та своєрідні семантичні відносини між ними. У цих термінах ФО класифікуються на фраземи й ідіоми.

В даний час визнається той факт, що мова тісно пов'язана з культурою нації та може бути зрозуміла через культуру в широкому сенсі цього терміна. Феномен цих ідіом є важливим в процесі вивчення іноземної мови та ефективного навчання майбутніх вчителів початкової школи, які, як очікується, будуть викладати іноземні мови й повинен володіти чудовою комунікативною компетенцією іноземною мовою.

Більш того, їх знання іноземної мови повинні максимально наближатися до носіїв мови. Реалізація цієї мети вимагає застосування таких фразеологізмів в процесі вивчення іноземної мови.

Кожна людина цікавиться світом ідіоматичних фраз, його барвистою та казковою різноманітністю. Ідіома – це фіксована фраза, яка має сенс тільки в цілому. Це означає щось відмінне від значень окремих слів, з яких воно сформоване.

Носії мови знають ці ідіоми з самого раннього етапу в їх лінгвістичному розвитку й запам'ятовують їх як ціле слово, а не окремі. Іноземці вважають, що ідіоматична сторона будь-якої мови важко зрозуміти. Слід мати на увазі той факт, що ідіоми, як правило, неможливо перевести між мовами, хоча деякі сімейства мов використовують ідіоми, засновані на ідентичних ідеях.

Ідіоми дуже часто містять метафори, але не завжди. Вони мають конотативні значення, які можуть бути специфічними для конкретної сфери життя та можуть відрізнитися в культурі.

Ідіоми – складна, а іноді й незручна послідовність слів. Вони не завжди використовуються або визнаються всім мовним співтовариством. У різних підгрупах використовуються характерні для них ідіоми. Підлітки, професійні групи, гендерні групи, вікові групи використовують спеціальні розмовні ідіоми.

Зараз існує відносна єдність поглядів на одиницю фразеології. Будучи самостійною мовною одиницею, фразеологія характеризується особливими семантичними, структурно-функціональними ознаками. Оскільки головна особливість виділяється семантичністю, оскільки саме семантична трансформація може обмежити фразеологію для забезпечення її стабільності, цілісності та відтворюваності.

На думку А.В.Куніна, ФО – це стабільна комбінація лексем з повною або частково повторюваною цінністю [2, с. 38]. Найбільш поширені риси ФО називаються «лінгвістична стійкість, семантична цілісність» [12, с. 56]. Вирішальним у забезпеченні ФО в мові є її образність, що відповідає одній з тенденцій розвитку мови, тенденції до експресивності [18, с. 21].

А. В. Кунін виділяє три основні різновиди сенсу фразеології: ідіоматичний, фразеоматичний й ідіофразеоматичний. СENS фразеологізму відрізняється від лексичного значення слова особливістю відображення об'єктів, явищ, властивостей навколишньої дійсності, особливостями мотивації його значимості, характером участі компонентів у формуванні цілісного значення фразеології [29, с. 95].

Номінацією фразеологізму це «процес та результат назви, в якому мовні елементи співвідносяться з предметами», що впливають на них [21, с. 91]. Лексична номінація В.Г. Гака й В.Н.Телія розглядають використання вже наявних у мові номінативних засобів у новій функції їх назви для них. На їхню думку, в мові «закріплені такі вторинні назви, які є найбільш логічними для системи цієї мови» [28, с. 52].

Найважливішими типами переосмислення є метафора та метонімія. Поряд з метафоричним й метонімічним переосмисленням, поняття внутрішньої форми відіграє важливу роль у розумінні значення фразеології. У самому значенні

фразеології є дві сторони: план змісту та план вираження. Ця двовимірна природа сенсу є єдність змісту й форми.

На основі аналізу особливостей ФО можна сформулювати основні правила перекладу фразеологізмів:

1. Оптимальним рішенням є пошук ідентичної ФО. Однак треба визнати, що кількість таких відповідностей на французькій та українській мовах надзвичайно обмежена

2. За відсутності прямої відповідності фразеологізм, що споживається мовою оригіналу, може бути переведений з використанням подібної одиниці фразеології, хоча вона буде побудована на іншій вербально-образній основі. Варто також відзначити, що стилістичні або емоційні забарвлення не завжди збігаються. У цьому випадку обмін неможливий.

3. Калькування, або словесний переклад, іноді є прийнятним, хоча цей метод не завжди ефективний.

4. У перекладі текстів культурно-історичної тематики застосовують калькування разом з якомога коротшим поясненням. Цей тип перекладу називається подвійним або паралельним. Якщо немає фразеологізма в мові перекладу, в більш-менш об'ємному еквіваленті початкової одиниці фразеології, потрібно шукати ті, які відповідають за зміст та забарвлення слів, так звані однослівні часткові еквіваленти фразеологізмів.

Таким чином, труднощі перекладу фразеологізмів починаються з їх розпізнавання в тексті. Другою важливою умовою в процесі розпізнавання ФО є здатність аналізувати їх мовні функції. При роботі з ФО перекладач повинен мати не тільки знання обох мов, але й вміння аналізувати культурно-історичні та стилістичні аспекти оригінального тексту, порівнюючи їх з можливостями мови та культури.

Багато авторів поширюють ФО на переносному й необразному розподілі, який проходить через всі основні категорії стабільних одиниць та тісно пов'язаний з методами їх перекладу.

1.2 Основні ознаки фразеологічної одиниці

Незважаючи на те, що різними авторами ці одиниці іменуються по-різному, кожне визначення підкреслює суть фразеологізмів – їх семантичну єдність, стійкість значення. Стійкість, як правило, характеризується відтворенням вже наявного поєднання в готовому вигляді. А. В. Кунін виділяє п'ять видів стійкості ФО: стійкість вживання, структурно-семантична стійкість, семантична стійкість, лексична й синтаксична стійкість [31, с. 87].

Перший тип стійкості полягає в тому, що фразеологізм є одиницею мови. Як правило, вони утворюються в результаті запам'ятовування носіями мови словосполучення, після чого індивідуальна авторська фраза стає загальним надбанням та поповнює мовну скарбничку народу. Структурно-семантична стійкість фразеологізму означає неможливість створення аналогічних ФО за допомогою даної моделі [39, с. 44].

Під «семантичною інваріантністю» розуміється стабільність значення, наявність схожого значення у фразеологічних варіантах, а також наявність семантичного інваріанта при будь-яких змінах ФО [35, с. 51].

Говорячи про лексичну стійкість, А. В. Кунін мав на увазі «незмінюваність компонентів» [37, с. 81].

Так, наприклад, включення до складу фразеологізму займенників не є порушенням даного виду стійкості, так як ці компоненти можуть служити для уточнення, але не для зміни семантики ФО.

Специфічні ознаки фразеологізмів, як правило, виявляються в результаті зіставлення з іншим видом мовних одиниць – вільними словосполученнями. Головною ознакою будь-якої ФО є її відтворюваність в готовому вигляді. У промові використовуються вже готові одиниці, які складають словниковий запас мовця, тобто спрацьовує механізм відтворення вже існуючого мовного матеріалу.

При найменшому порушенні конструкції або опущенні одного з елементів можлива повна втрата сенсу або перетворення у вільне словосполучення. Другою ознакою фразеологізму є стійкість компонентного складу. Заміна одного з

елементів, як правило, веде до втрати унікального сенсу, тобто ФО також перетворюється у вільне поєднання.

Допускаються незначні заміни (постановка потрібного займенника, вживання множини). Віддільність ФО полягає в її двоїтій природі. З одного боку, фразеологізм складається з двох й більше слів, які морфологічно оформлені, з іншого – з точки зору семантичної цілісності будь-яка ФО прирівнюється до одного слова, так як при розгляді значень елементів фразеологізму окремо легко помітити, що їх значення затемнені або зовсім загублені [3, с. 63].

Таким чином, будь-яка ФО має ряд диференційних ознак. Їх кількість велика, та поряд з основними ознаками можна виділити ряд інших, наприклад, конотацію, ідіоматичність [4, с. 36].

Фразеологія – це дослідження досить недавнє. Термінологія ще не виправлена. Розрізняються думки, як цю частину мови можна визначити й класифікувати.

ФО – стійка група слів, що характеризується повністю або частково переданим значенням.

ФО, або ідіоми, описані в численних словниках.

Дослідження ідіом показали, що вони грають важливу роль в письмовій та усній мові. Вони можуть з'являтися в неформальній мови та формальному стилі.

ФО не створюються в мові, а вводяться як фіксовані або задані вирази. Їх значення не може бути виведено з буквального значення складових частин.

Особливості, які характеризують ФО:

- стабільні за структурою;
- ідіоматичне або перенесене значення
- яскрава виразність;
- стилістична означеність.

Колокація – звичний зв'язок між певними словами. Вони не можуть бути передбачені знанням слова.

Кліше – стереотипний вираз, звичайний вираз.

Класифікація ФО Виноградова:

- фразеологічні зрощення (фразеологічні злиття);

- фразеологічні єдності (ФО);
- фразеологічні сполучення («фразеологічні словосполучення»).

Знання англійських ФО, прислів'їв та приказок збагачує словниковий запас та допомагає усвідомити образну систему іноземної мови, гумор її чи іншої нації та розширює культурну компетентність. Фразеологічні дослідження сприяють актуальності не лише в лінгвістичному аспекті, а й у гносеологічному, оскільки вони, очевидно, демонструють взаємозв'язок між мовою та суспільством.

«Але якщо ми хочемо належним чином охарактеризувати семантичне вживання, яке прийняте в будь-якій мовленнєвій спільноті та належить до описаної мови, ми повинні не лише описувати його. Ми можемо досягти результату, лише застосовуючи колективні оцінки, прийняті в суспільстві, тому ми повинні враховувати суспільну думку.

Одне й те ж може мати різні описи в різних цивілізаціях. Такі семантичні визначення повинні мати суттєві наслідки для формального аналізу мовних одиниць"[12, с. 65].

Ідея взаємозв'язку між мовним та позалінгвістичним значеннями в мові, зокрема в семантиці слів, не є новою. Це питання було піднято в дуже загальних рисах у працях класичних лінгвістів та філософів й продовжує привертати увагу сучасних вчених. Вивчення словникового запасу сучасних іноземних мов, проведене вченими з різних галузей, показує, що додаткове мовне посилення на слово впливає на його мовні особливості.

Однак форми такого впливу маловідомі, й коло проблем дослідження чітко не звужується від сусідніх областей. Фразеологічне значення – це категорія, яка тлумачиться по-різному залежно від розуміння природи ФО, її компонентів та обсягу фразеології. Визначення фразеологічного значення бере початок із сутності ФО.

Серед дослідників фразеологізмів немає єдиного визначення фрази «фразеологічна одиниця». Вчені пропонують близько 20 визначень. Серед багатьох особливостей ФО можна виділити найбільш загальний: семантичну цілісність або

семантичну невизначеність ФО, метафоричний, образний дизайн, відтворюваність, наявність принаймні двох повнозначних слів та інше.

1.3 Класифікації фразеологічних одиниць

Існує безліч способів класифікації фразеологічних поєднань в залежності від того, який характерна ознака ФО буде братися за основу. Найбільш поширеною класифікацією фразеологічних одиниць є тематична. Класифікація має основні типи, сформовані за наявності основної архісеми (наприклад, відчувати емоції), які далі поділяються на більш приватні групи (такі як, хвилювання, страх, байдужість і т.д.).

Ідіоми мають зв'язок з різними видами людської діяльності, наприклад:

- Ідіоми, пов'язані з морем. Багато з них отримали більш широке поширення, будучи метафорично переосмислені.
- Багато фразеологічних виразів, пов'язані з полюванням.
- З тварин найчастіше в ідіомах згадуються собаки, свині, кішки, коні.
- Птахи також часто згадуються в ідіомах.
- Існує дуже мало ідіом, пов'язаних з лісом, деревами.
- Існує безліч фразеологічних висловів, пов'язаних з домашнім вогнищем.
- Багато барвистих ідіом було народжене на кухні.
- Їжа – теж є джерелом появи ідіом.
- Існує безліч ідіом, пов'язаних з майстернями, кузнями, різними ремеслами і інструментами.

Л.П.Сміт писав, що в ідіомах дуже багато гумору, але мало краси і романтики. Такий вираз як *coucher a la belle etoile* (фр.м.) (букв, спати під прекрасної зіркою ~ спати на відкритому повітрі) в англійській розмовній мові звучав б трохи дивно. Зміст ідіоматичних виразів – це земний світ, а їх атмосфера – це проникливий здоровий глузд, позбавлений романтики.

Багато ідіом виражають такі риси національного характеру як цілеспрямованість, здатність бути наполегливими, непохитними. Але основний зміст ідіом – все-таки людські відносини. Багато ідіом позначають зустріч, деякі з них присвячені дружбі, але ідіом, що виражають добрі наміри і почуття, – не так уже й багато, і вони не настільки виразні, як ідіоми, які висловлюють ворожість, конкуренцію, ворожнечу, осуд.

Л.П.Сміт писав: "Хоча наші ідіоми містять метафори і поєднання з популярним європейським життям, тим не менш, їх образи по суті національні в характері. Національна мова і національне мистецтво народжуються з ґрунту, що є батьківщиною сіл, полів і пасовищ, і це до неї ми повинні час від часу повертатися для поповнення їх сили" [3, с. 100].

Застосовується також і класифікація по співвіднесеності фразеологізмів з певними частинами мови (так звана смислова класифікація). В основі поділу належність основного виразу до будь-якої частини мови. Виділяють наступні розділи (Кунін О.В., Арнольд І.В., а також Литвинов П.П.):

- дієслово + іменник.
- дієслово + прийменник + іменник.
- дієслово + прийменник + займенник.
- дієслово + прислівник.
- to be + прикметник.
- дієслово + прикметник.

Смирницький А.І. ділить фразеологічні вирази на:

- Ті, які мають яскраву експресію і емоційний маркування.
- Ті, які позбавлені цього, стилістично нейтральні.

Альохіна А.І. виділяє семантичні фразеологічні серії і моделі за ознакою смислової близькості, наприклад, за ознакою ставлення загального поняття до частного. При цьому мовознавець враховує і структурні особливості стійких виразів. Так Альохіна виділяє особливі дієслівні структурно-семантичні моделі, групує їх в певні семантичні серії, наприклад, відчуження, стану, буття тощо.

Граматична форма одного слова в поєднанні ніби заморожена, тобто вона строго закріплена і не може бути змінена. Фразеологічні сполучення виникають в результаті одиничного зчеплення одного семантично перетвореного компонента. Для семантики подібних фразеологічних одиниць характерна аналітичність і збереження семантичної окремішності компонентів.

Як правило, переносне значення слова утворює серійну сполучуваність зі словом тій чи іншій семантичної групи. Джерела походження фразеологізмів в сучасних мовах дуже різноманітні. В цілому, як вказує Кунин О. В., їх можна розділити на 4 групи:

1. Споконвічні фразеологічні одиниці.
2. Міжмовні запозичення, тобто фразеологічні одиниці, запозичені з іноземних мов шляхом того чи іншого виду перекладу.
3. Внутрімовні запозичення, тобто фразеологічні одиниці.
4. Фразеологічні одиниці запозичені в іншомовній формі.

1.4 Класифікація Л.В. Федорова

Показовою щодо творчого використання класифікації в теорії і практиці перекладу можна вважати роботу Л. В. Федорова. Розібравши основні для того часу (1968) лінгвістичні схеми, він зупиняється на запропонованій В. В. Виноградовим і осмислює її з точки зору перекладознавства. Наприклад, він відзначає відсутність чітких меж між окремими рубриками, «різну ступінь мотивованості, прозорості внутрішньої форми і національної специфічності» єдностей, яка може зажадати від перекладача «приблизно такого ж підходу, як ідіоми» [4, с. 128].

Та ж класифікація «вельми зручна для теорії і практики перекладу» і на думку Я. І. Рецкер, який, однак, бере з неї тільки єдності і зрощення, вважаючи, що по відношенню до цих двох груп ФО слід застосовувати неоднакові прийоми перекладу: «переклад фразеологічної єдності повинен, по можливості, бути подібним», а переклад фразеологічного зрощення «здійснюється переважно прийомом цілісного перетворення» [5, с. 82].

Такий підхід до класифікації прийомів перекладу ФО можна вважати неправильним, так як від ступеня злитості компонентів безсумнівно залежить в деякій мірі і можливість повноцінного перекладу, вибір найбільш вдалих прийомів. Однак, теоретики перекладу, спираючись на лінгвістичні схеми, насичують їх своїм змістом, роблять ряд модифікацій і застережень.

ФО перекладають або фразеологізмом – фразеологічний переклад, або іншими засобами (за відсутністю фразеологічних еквівалентів і аналогів) – нефразеологічним перекладом. Між ними є безліч проміжних, середніх рішень, з якими пов'язано подальший розвиток: прийоми перекладу в інших розрізах – залежно від деяких характерних ознак і видів ФО, переклад з урахуванням стилю, колориту, мови, авторства окремих одиниць тощо.

Ці додаткові аспекти повніше представляють проблему перекладу ФО, розширяють і полегшать вибір найбільш підходящого прийому.

1.5 Фразеологічний переклад

Фразеологічний переклад передбачає використання в тексті перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею однієї мови і відповідної одиницею другої мови – від повного і абсолютного еквівалента до приблизного фразеологічного. Фразеологічний еквівалент – це фразеологізм, за всіма показниками рівноцінний перекладної одиниці.

Як правило, незалежно від контексту він повинен володіти тими ж денотативними і коннотативними значеннями. Між співвідносними ФО не повинно бути розходжень щодо змісту, стилістичної віднесеності, метафоричності і емоційно-експресивного забарвлення, вони повинні мати приблизно однаковий компонентний склад, володіти рядом однакових лексико-граматичних показників: сполучуваністю, приналежністю до однієї граматичної категорії.

Йдеться по суті про повну і абсолютну еквівалентність, що вказує на надзвичайно високі вимоги, які пред'являються до фразеологічних еквівалентів. Неповним (частковим) фразеологічним еквівалентом називають таку одиницю, яка

є еквівалентом, повним і абсолютним, співвідносним багатозначної одиниці в, але не у всіх її значеннях.

Часткових еквівалентів порівняно небагато, так як взагалі явище багатозначності менш характерно для фразеології. Набагато частіші випадки відносної фразеологічної еквівалентності. Відносний фразеологічний еквівалент поступається абсолютному лише в тому, що відрізняється від вихідної ФО з яких-небудь показників.

Різниця може бути, наприклад, в сполучуваності. В інших випадках еквівалент може відрізнитися від вихідної ФО щодо компонентного складу. Образи можуть бути дуже близькими, дотичними; вони можуть бути дуже далекими, але логічно порівнянними. Але образи двох аналогів можуть не мати між собою нічого спільного як образи, що не заважає еквівалентам виконувати справно свою функцію в перекладі.

Можливість передавати ФО аналогами з образністю пояснюється головним чином тим, що здебільшого це напівстерті метафори, які не сприймаються або, скоріше, сприймаються підсвідомо носієм мови. Ступінь яскравості образу – дуже низька – до нульової у фразеологічних зрощеннях, а в єдностях вища, але рідко досягає інтенсивності у вільному поєднанні, – є однією з головних передумов для вибору прийому перекладу між аналогом і калькою.

Надзвичайно часті розбіжності, що виникають у випадках використання таких прийомів перекладу, як різного роду трансформації типу антонімічного перекладу, конкретизації і генералізації, яким, подібно лексичним, піддаються і фразеологічні одиниці. До фразеологічних можна умовно віднести і «індивідуальні» еквіваленти. Не знаходячи в мові повної відповідності, перекладач іноді змушений вдаватися до словотворчості.

Індивідуальні фразеологізми, якщо вони майстерно «зроблені», мають показниками звичайної ФО, відрізняючись від них лише в одному, найважливішому показнику – вони не відтворювані. Перекладач створює їх в ході своєї роботи, і дуже мало ймовірно, щоб такий переклад закріпився за даною одиницею настільки, щоб увійшов у мову.

Тому тут скоріше йдеться про контекстуальний переклад. При створенні свого фразеологізму-аналога перекладач може скористатися вже існуючими в мові фразеологічними засобами і моделями. Близьким до цього є пристосування до контексту вже існуючого фразеологізму шляхом зміни структури, додавання нових компонентів, надання за допомогою фонетичних засобів виду прислів'я, комбінування з двох одиниць однієї тощо – шляхи, які можна було б назвати лексико-фразеологічним перекладом.

Перш ніж говорити про нефразеологічний переклад ФО, корисно відзначити, що фразеологічні еквіваленти та аналоги зустрічаються найчастіше в наступних групах стійких одиниць:

- Інтернаціональні фразеологізми

До неї належать ФО, які увійшли в мови багатьох народів з історичних (головним чином античних), міфологічних, літературних джерел, запозичувалися з мови в мову, або ж виникали у різних народів незалежно одні від інших внаслідок спільності людського мислення, близькості окремих моментів соціального життя, трудової діяльності, виробництва, розвитку науки і мистецтв.

Багато з таких одиниць відносяться до крилатих виразів. Серед них є чимало пов'язаних з історичними або міфологічними особистостями.

Однією приналежності фразеологізму до міжнародних недостатньо, щоб забезпечити його правильний переклад. По-перше, далеко не всі «інтернаціональні одиниці» є і в інших мовах. По-друге, незважаючи на однаковий шлях перекладу – калькування, між еквівалентами все ж відзначаються незначні формальні відмінності, а це іноді істотно ускладнює роботу перекладача.

По-третє, хоча і порівняно рідко, але еквівалентів може бути більше одного і тоді перекладач не може машинально замінити свою одиницю еквівалентною.

Всі ці «але» пред'являють перекладачеві жорстку вимогу: перевіряти за словниками кожен сумнівний випадок.

- Стійкі порівняння

Досить часто фразеологічні еквіваленти зустрічаються серед стійких порівнянь. У багатьох народів говорять: співає як соловей, сміливий як лев,

упертий як осел, п'яний як свиня тощо. Але для тих же якостей поряд з цими образами є й інші, незвичні для мови. Порівняння з «солов'єм» явно не підійде для країн, де його не знають, і перекладач повинен двадцять разів зважити, перш ніж один раз ввести незвичний образ.

Такого ж зважування вимагають і інші порівняння – переводити своїм, звичним, або зберегти «екзотичне»: наприклад, англійці і французи бачать впертість швидше у мула, а осел є також символом дурості; що стосується пияцтва, то поряд зі свинею у різних народів фігурує чимало інших образів: фр. (П'яний як) співочий дрізд, монах (францисканець, тамплієр).

- Складові терміни

Складові терміни (в тому числі і складові назви) – особлива група ФО. Однак так як в них термінологічний початок переважає над фразеологічним, вони переводяться завжди еквівалентами, але не обов'язково фразеологічними: багато складових термінів в одній мові мають однослівні еквіваленти в іншій.

- Граматична фразеологія

Граматична фразеологія – умовна назва частин мови, головним чином складених прийменників і союзів. Подібно складовим термінам, вимагають еквівалента в мові, але також не обов'язково фразеологічного. Серед них є і одиниці інтернаціонального поширення.

- Дієслівно-іменні сполучення

Дієслівно-іменні сполучення складають значну групу ФО, категорія яких теоретично ще недостатньо чітко окреслена, але практично вже представлена кількома словниками-довідниками. Їх називають ще стійкими, або невірними словосполученнями – визначення, що відноситься до будь-якого фразеологізму; вважають, що в них об'єднані фразеологічні сполучення і вирази.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Фразеологія – одна з новітніх наук у світі лінгвістики. У середині ХХ ст. вона формується як новий розділ науки з її об'єктом дослідження, методами дослідження, з проблемами в структурному, семантичному та функціональному аспектах. Термін «фразеологія» був введений Ш. Баллі, в значенні розділ стилістики, що вивчає відповідні фрази.

Саме він розробив першу класифікацію ФО. У радянській лінгвістиці праці Н. М. Амосової, В.В. Виноградова, О.В. Куніна, О.І. Смирницького присвячені теоретичним проблемам фразеології. У науковій літературі фразеологія визначається як сукупність ФО певної мови (мов) або фразеологічної композиції мови.

Предметом фразеології як складової лінгвістики є вивчення природи фразеологізмів та їх категоріальних ознак, а також відкриття законів їх функціонування в мові. Фразеологія вивчає специфіку фразеологізмів як знаків вторинного утворення, а саме як продукт окремого виду вторинної опосередкованої номінації, представленої гетерогенною синтагматичною взаємодією слів – компонентів у процесах переосмислення та формування нового значення виходу поєднання слів або одного слова.

Фразеологія також вивчає особливості знакової функції ФО, їх значення, структурну смислову специфіку, що проявляється в основних рисах фразеологізму – стійкості та відтворюваності, досліджує природу лексичних складових фразеології, їх синтаксичну й морфологічну структуру, характер синтаксичних відносин з іншими одиницями мови та форми реалізації в мовленні.

Фразеологізм є доказовим, семантично інтегральним, відносно стабільним й відтворюється переважно експресивною одиницею. Існують різні класифікації фразеологізмів: семантична, генетична, функціональна, ідеографічна, експресивно-стилістична, морфологічна, синтаксична класифікація, класифікація фразеологізмів з точки зору їх лексичного складу та структури.

Зараз загально визнано, що люди, які хочуть оволодіти іноземною мовою, повинні мати знання про широкий спектр складної лексики в мові, коли вивчають іноземну мову. Кожен, хто вивчає мову, повинен досягти найвищого рівня в оволодінні іноземною мовою, як це роблять носії мови. Очевидно, що для глибокого володіння іноземною мовою людина повина вивчити вимову, граматику та словниковий запас.

У лінгвістиці фразеологія означає науку про системи або типи фіксованих виразів, таких як ідіоми, фрази, фразові дієслова та інші види багатословних лексичних сегментів мови. Компоненти фрази пов'язані між собою. Тим не менше, вони не можуть мати того ж значення, коли їх використовують самостійно. Фразеологія – це науковий підхід до мови, який був розроблений у ХХ столітті.

Це почалося з того моменту, як поняття фразеологізмів «locutions» Шарля Баллі увійшло в російську лексикологію та лексикографію в 1930–1940-х рр.. Але у словнику «Merriam Webster» зазначено, що термін фразеологія походить від нової латинської фразеології та означає манеру впорядковувати слова та фрази у довші елементи: стиль та вибір слів.

Словник «Macmillan Dictionary» також визначає фразеологію як певний спосіб складання слів, щоб щось виразити. Крім того, цей словник пояснює фразеологію як термінологію, оскільки він позначає слова та фрази, що використовуються в певній професії. У словнику «Oxford English Dictionary» термін фразеологія пояснюється як незліченний й формальний іменник, що означає конкретний спосіб розташування слів та фраз.

Окрім вищезазначених ідей, можна сказати, що не всі визначення фразеологізмів подібні. Наприклад, усі визначення говорять, що слово фразеологія походить від грецького слова *phrasis* та *logia*, крім словника «Merriam Webster». У ньому підкреслюється, що слово фразеологія походить від нової латини. Говорячи про значення терміна фразеологія, Вікіпедія зазначає, що вона вивчає фразеологічні конструкції та сегменти певної мови.

РОЗДІЛ 2

МЕНТАЛІТЕТ КРІЗЬ ПРИЗМУ МОВИ

2.1 Національний характер англійців

За останні десятиліття величезна різноманітність різних культур іммігрувало до Великобританії. Перша причина, чому люди іммігрують, – це постійно зростаюча швидкість поточного процесу глобалізації. Той факт, що Великобританія є головним об'єктом імміграції, пов'язаний з історією королівства. Цей мультикультуралізм, хоча і є корисним у багатьох відношеннях, може спричинити такі проблеми, як чітке визначення національного характеру британців.

За словами Робіна Кука, який був міністром закордонних справ Великобританії з 1997 по 2001 рік, національним характером є мультикультуралізм. На його думку, британський народ не може бути визначений як раса, а як "збір незліченних різних рас", тоді як сама королева Єлизавета II визначає британський народ у своїй промові "Золотий ювілей" 30 квітня 2002 року як народ з «Традиційними цінностями, що врізалися в історію Великобританії».

На відміну від королеви, яка часто посилається на історію Великобританії, Робін Кук стверджує, що навіть історія Великобританії не є чисто британською. Протягом історії Британія зазнавала вторгнень, і тому впливала безліч різних країн. Основна різниця між точками зору Робіна Кука та королеви Єлизавети на національний характер Великобританії полягає в тому, що Кук розглядає Великобританію як націю з безліччю різних культур та національностей, тоді як королева розглядає її як націю британців, які терплять інші раси.

Проблема точки зору Кука полягає в тому, що з національним характером, який визначається виключно мультикультуралізмом, не може бути справжньої національної ідентичності. На його думку, британська національна ідентичність безпосередньо пов'язана з «чистим плуралізмом їхніх предків». Але при детальному розгляді Європи ця ідентичність насправді може відповідати багатьом

європейським країнам, і якщо не країнам, то меншим територіям, де внаслідок міграції живуть люди, предки яких не походять звідти [36, с. 90].

Крім того, не можна вважати особистістю людей різних народів, оскільки цей аспект працює також для Північної Америки та Нової Зеландії. Але враховуючи аспект глобалізації, слід визнати, що підхід Кука до питання національної ідентичності є кроком у правильному напрямку. У майбутньому буде дуже важко ідентифікувати себе через одну націю.

У сучасному світі розпочати нове життя в чужій країні порівняно просто. Люди з різних країн будуть їздити до інших країн з різних причин, і важливість національної ідентичності, а точніше значення, поступово зникатиме. Англія – найбільша частина Великобританії. Близько 84 відсотків населення Великобританії проживає в Англії, переважно у великих містах та мегаполісах.

Англія розділяє сухопутні кордони з Шотландією на півночі та Уельсом на заході. Вона ближче до континентальної Європи, ніж будь-яка інша частина Великобританії. Тунель під Ла-Маншем безпосередньо пов'язує Англію з Францією. Англія бере свою назву від Англів, одного з німецьких племен, що оселилися на цій території протягом V і VI століть. Раніше вона була відома як "Angla land" (земля Англи).

Столицею Англії є Лондон – найбільше місто Англії, Великобританії та одне з найбільших міст світу. Лондон був історичним центром Британської імперії. Такі міста, як Манчестер та Бірмінгем, тепер змагаються за друге місце за значимістю. Інші великі міста зосереджені переважно в центральній та північній Англії, до них належать Лідс, Ліверпуль, Ньюкасл, Шеффілд, Брістоль, Ковентрі, Лестер, Ноттінгем та Халл.

Англія – країна низовини, де жодна її частина не перевищує 120 метрів над рівнем моря. Графство Ланкашир славиться своїми широкими пляжами, де припливи надзвичайно високі. В Англії є найбільш західна точка Великобританії – "Land's End" (Кінець Землі). Прибережні пейзажі південної Англії славляться крейдяними пагорбами та скелями, що тягнуться на південь, і її часто називають Альбіоном.

Згідно з однією з історичних теорій, коли римляни вперше побачили Англію, вони називали ці білі крейдянні скелі та землю за ними "Albion" (Альбіоном), що означає "White Land" (Біла земля). З тих часів Альбіон – поетична назва Англії. Озерний край (або Камбрія) у Північній Англії дуже відомий, і його озера, пагорби та долини роблять його чудовим місцем для відпочинку.

Тут також є руїни Адріанової стіни. Це кам'яна стіна, побудована на півночі Англії за наказом римського імператора Адріана для захисту північного кордону Британії від шотландських племен. Найвідоміші речі, які асоціюються з Англією:

- Двоповерхові автобуси дуже відомі. Є також двоповерхові автобуси з відкритим верхом, які дуже зручні для огляду визначних пам'яток Лондона.
- І на червоній поштової скриньці, і на червоній телефонній кабіні зображено корону. На короні на поштової скриньці також є ініціали монарха внизу. Є поштової скриньки з VR ("Victoria Regina" – з латинської "королева Вікторія") та GR ("Georgius Rex" – з латинської "король Георг").

Звичайно, це також Лондон, Біг Бен, Стоунхендж, Вільям Шекспір, чай, риба та чіпси, "Бітлз", легенда про Робін Гуда, Вімблдон. Територія Англії славиться найдавнішими британськими поселеннями. Сліди тих часів можна знайти на півдні Англії у вигляді старовинних пам'ятників, таких як Стоунхендж. Стоунхендж – величезна кам'яна споруда.

Найбільші камені в цій конструкції – важать 50 тонн, коли найменші важать 5 тонн. Стародавні люди почали будувати Стоунхендж тисячі років тому, і багато поколінь з них брали в ньому участь. Вільям Шекспір був великим драматургом і літературним майстром поезії. Він народився в Стратфорд-на-Ейвоні, Англія. Вімблдон – найстаріший з усіх великих тенісних турнірів.

Він розпочався в 1877 році в маленькому клубі, і в ньому брали участь лише 22 чоловіки. З 1905 року для професійного тенісиста перемога на "Уімблдоні" є вершиною його кар'єри. 1960-ті ознаменували початок явища культури, відомого як "Бітлеманія". "Бітлз" – англійська рок-н-рольна група з Ліверпуля. Його членами були Джон Леннон, Пол Маккартні, Джордж Гаррісон і Рінго Старр.

Ці чотири чоловіки народилися в робітничому класі, щоб стати батьками рок-музики. Деякі з їх найпопулярніших пісень – "Yesterday", "Let it Be", "Michelle". Англія також славиться видатною постаттю з далекого минулого – королевою Боадікеєю. Ця дама була справжнім воїном і запам'яталася своєю мужністю. Вона воювала проти римлян, щоб зберегти Англію вільною.

На набережній Темзи поруч із Палатою парламенту в Лондоні є її бронзова статуя. Червона троянда – національний символ або емблема Англії. У кожного народу є свій покровитель, котрий у часи великих негараздів був покликаний допомогти врятувати країну від ворогів. Сент-Джордж – покровитель Англії. День святого Георгія відзначається 23 квітня, а його прапор, хрест Святого Георгія, який є національним прапором Англії, розвівається по всій Англії.

2.2 Національний характер французів

Франція є однією з найбільших країн Європи. Межує з шістьма іншими країнами: Німеччиною, Бельгією та Люксембургом на північному сході, Швейцарією та Італією на південному сході та Іспанією на південному заході. Великобританія межує з Францією через Ла-Манш. Країна вважається воротами до Європи, оскільки є кілька великих міжнародних аеропортів (два з них можна знайти в Парижі), поромні термінали та французькі залізничні сполучення.

Франція є найпопулярнішим туристичним напрямком у світі. Є багато причин, чому так багато людей із задоволенням відвідують різноманітну країну, включаючи природну красу, дивовижний клімат, розважальні заходи на свіжому повітрі, такі як поля для гольфу, художні музеї та галереї та багато іншого. Існує багато різних видів діяльності, які окреслюють історію країни, яка приємна для відвідувачів, особливо враховуючи її бурхливе минуле.

Поряд з цим, Франція добре відома своєю кухнею та винами. Неважко сказати, що французи люблять готувати і люблять свою їжу. Харчування у Франції – це радісні тривалі події з близькими сім'ями для спілкування. Типова французька їжа

пропонує три-чотири страви, які включають сир перед десертом. Всі страви супроводжуються свіжоспеченим хлібом та вином [16, с. 300].

Популярні страви у Франції включають курку в соусі з червоного вина, відому як «Coq au vin» та морські гребінці, приготовані на маслі, або «Coquilles Saint-Jacques». Їжа, яка насправді є в меню, також може бути досить різноманітною і варіюватися залежно від регіону країни, в якій людина знаходиться. Люди у Франції ввічливі і дуже офіційні.

Люди в країні також відомі тим, що вони пишаються своїм зовнішнім виглядом та одягом. Деякі країни розглядають Францію як зарозумілу країну через ці характеристики, хоча в країні це пояснюється просто модною та обережною зовнішністю. У країні Франція знаходиться 22 офіційні регіони. Кожен із цих регіонів підрозділяється на департаменти.

Бретань і Нормандія лежать на крайньому північно-західному куті Франції. Цей регіон виразний, із нерівним узбережжям широких заток та гранітних скель. Ті, хто проживає в цьому регіоні, вважають себе відокремленими від решти Франції. Діалект – бретонський, і також можна знайти Нижню Нормандію та Верхню Нормандію в межах цього регіону.

Сільська місцевість у цьому регіоні просто вражає, і відвідувачі знайдуть милу за миллю незайманої сільської місцевості. У цьому регіоні поширені дощі, холодна погода в зимові місяці та мінливий клімат протягом року. До південної межі Бретані та Нижньої Нормандії можна знайти Пеар-де-ла-Луар. Цей регіон є вражаючим і пишним з дивовижними пейзажами, включаючи драматичне узбережжя Атлантичного океану, де можна знайти чудові пляжі та води.

Клімат у цьому регіоні пропонує найкращі температури, з теплим літом та м'якою зимою. Південний регіон Франції – популярний район. Це надзвичайно зайнятий і один з найдорожчих регіонів країни. Незважаючи на ці речі, відвідувачі приїжджають здалеку, щоб насолодитися пейзажами, що пропонуються в регіоні. Поля лаванди популярні в усьому південному регіоні.

Рона-Альпи, розташована на північ від узбережжя Середземного моря. Тут знаходяться французькі Альпи, це популярний район для туристів, а також

місцевих жителів. Район наповнений вражаючими курортами, доступними протягом усього року, і ті, хто живе в регіоні, можуть скористатися будь-якою кількістю видів активного відпочинку, особливо популярним серед гірськолижних гір.

У регіоні багато гір, як і в Піренеях на південному заході. Центр Франції справді там, де лежить серце. Це мирний, тихий регіон. Овернь знаходиться в самому серці Франції, і досі залишається однією з найменш густонаселених районів країни. У центральних районах Франції немає узбережжя та національних кордонів. Тут розташовані Лімузен, Бургундія, долина Центральної Луари.

У цих районах існує багато озер, що робить їх найкращими районами для тих, хто любить риболовлю. Ті, хто любить випити чудовий келих вина, також можуть приїхати в цей регіон. Бургундія – рай для тих, хто любить вино, а також смачну їжу. У східному регіоні Франції можна знайти райони, які межують з Німеччиною, Швейцарією, Бельгією та Люксембургом.

Тут знаходиться Франш-Конт, який характеризується дивовижним ландшафтом лісів та річок. Тим, хто насолоджується чудовою природою, напевно сподобається у цьому регіону. Цей регіон має сильний німецький вплив, який відчувається у діалекті, кухні та архітектурі. Це спокійний регіон, наповнений прекрасними маленькими містечками, виноградниками.

Арденни знаходяться в регіоні, а на півдні – горбиста місцевість із лісами та водами. Саме тут створюється шампанське. У цьому регіоні температура взимку, як правило, прохолодніша. На півночі Франції знаходиться Норд-Па-де-Кале, Дюнкерк та Булонь. Неподалік Бельгія має великий вплив на регіон. Тут можна знайти вітряки та канали, що покривають великі простори землі.

Місцева кухня є привабливою частиною регіону, як і всесвітньо відомі пивні фестивалі. Регіон також багатий історією. У цьому районі можна знайти поля боїв Першої світової війни, які відкривають погляд на жахи минулих часів. Пікардія також знаходиться в цій частині Франції. Клімат у цьому регіоні нагадує клімат Великобританії та Парижа.

А далі – Париж. Не можна говорити про Францію, не розмовляючи спочатку про Париж, столицю країни. У Парижі є все, і це одна з найвеличніших столиць у всьому світі. Ейфелева вежа знаходиться в Парижі, а також Лувр. Париж є прикладом багатства та дизайну, тому цей регіон дуже дорогий. У Парижі безліч культурних пам'яток.

Чоловіки та жінки, підлітки та діти різного віку із задоволенням приїжджають до Франції та відчують речі, яких немає ніде в світі. Якщо хтось шукає гори, озера, історію, піщані пляжі чи щось інше, Франція, безумовно, має що запропонувати кожному. Кілька інших відомостей про Францію:

- 85% усіх жителів країни є римо-католиками;
- У країні проживає понад 60 мільйонів людей;
- Французька та англійська – дві найбільш поширені мови в країні;
- Франція використовує євро.

Хоча Франція колись була переважно сільськогосподарською державою, після Другої світової війни все змінилося, і зараз існує безліч різних галузей, у яких Франція є компетентною. Приблизно 35% усіх земель Франції зайнято садами та виноградниками. Франція також лідирує у виробництві вина. Лісове господарство та рибальство також високо оцінюються як помітні галузі в країні, хоча це варіюється залежно від місцезнаходження регіону.

Інші помітні галузі в країні включають залізо та вугілля, а також транспортування обладнання та машин. На туризм припадає дуже велика частка економіки Франції. Франція є одним з найпопулярніших туристичних напрямків у світі, щороку приваблюючи десятки мільйонів відвідувачів. Хоча більшість людей приїжджають відчутти казковість Парижа, є багато інших міст у країні, які також радують тих, хто її відвідує.

Прибуття до Парижа дає можливість дуже багато пережити. Кажуть, що Париж – це місто любові, і можна очікувати, що романтика та любов завжди будуть у повітрі в Парижі. Франція є найбільш відвідуюваною країною у світі щороку. Ще одним важливим фактом щодо Франції є те, що вона знаходиться в списку найкращих місць у світі для вступу до університетів.

Особи різного віку можуть відвідувати будь-який із казкових коледжів та університетів країни та розраховувати на здобуття чудової освіти. У Франції знаходяться одні з найкращих університетів світу, і країна лідирує в ряді галузей. Коли хтось бажає здобути чудову освіту, більшість людей сподіваються на Францію. Існує так багато причин, чому люди обирають Францію. Але дешевша вартість життя, площа та інші фактори також впливають на рішення людей відвідувати університет у Франції.

Франція багата історією та культурою. Можна знайти людей різного походження та спадщини в країні. Їжа у Франції – ще одна перевага перебування в країні. Люди у Франції вишукані у всіх аспектах свого життя. Це включає страви, які вони готують. Після скуштування справжньої французької кухні, можна відчутися щось таке, що запалить смакові рецептори та допоможе відкрити аромати, про які ще ніколи ніхто не знав.

Париж відомий своїми висококласними ресторанами, де подають найкращі страви.

2.3 Звички, менталітет та спосіб життя англійців

Класовий статус переважно править менталітетом англійців. Робочі класи, середні та вищі класи мають значний вплив на формування їхнього мислення. Коли люди кажуть, що вони належать до робітничого класу, вони говорять це з гордістю. Англійці, які походять із робітничих сімей, походять з сімей, які століттями працювали на заробітну плату.

Більшість із цих людей отримують щотижневу заробітну плату, працюючи в сільському господарстві або на промислових полях. Сім'я, яка оточує людей робочого класу, рідко має титули, і більшість з них мешкають в орендованих будинках. Вони підтримують Лейбористську партію та мають зв'язок із профспілками.

З іншого боку, британці, які називають себе середнім класом, здобули гарну освіту і працюють у приватному чи державному секторі. Зазвичай вони отримують

щомісячну зарплату та здобувають вищу освіту. Більшість людей середнього класу підтримують консервативну партію і живуть у міських будинках, які вони мають або орендують.

Вони завжди намагаються добре виховувати своїх дітей і докладають свідомих зусиль у цьому питанні. З іншого боку, люди вищого класу походять з аристократичного сімейного походження. Вони користуються спадковим майном минулих поколінь. Деякі заможні люди володіють компаніями, маєтками та подібними інвестиціями, що звільняє їх від економічних труднощів.

Вони також є прихильниками консервативної партії і живуть у віллах або власних резиденціях. Однак визначення класу не має великого значення в сучасному британському суспільстві. Ставлення ненависті до різних етнічних груп зараз не відіграє жодної ролі у британському суспільстві. Вони поважають кожну етнічну приналежність однаково.

Однак у деяких частинах Англії все ще панує давня ненависть до чорношкірих людей. З міркуванням змішаних відносин дискримінація чорношкірих не настільки сильна, як у минулому. Англійські чоловіки незалежно від їх віку поважають жіночу стать. Вони пропонують перше місце жінкам на вечірках, сімейних та світських вечірках.

Вони виявляють свою повагу, відкриваючи двері жінкам, накидаючи капелюхи та кланяючись жінкам, це можна частіше спостерігати у вищому британському суспільстві. Вони також дуже люблять дотепність. Ті, хто демонструє ідеальну дотепність на посиденьках, стають надзвичайно популярними.

Але жартуючи нікому не завдають шкоди. Оскільки більшість дотепностей є піднесеними, іноземці не дуже швидко їх зрозуміють. Але коли вони усвідомлюють сенс, вони можуть над ними дуже посміятися. Вони вшановують людей, які дотримуються етикету на світських вечірках, сніданках, обідах та вечерях. «Вибачте, дякую, вибачте» тощо – це норма, яка найчастіше використовується у словниковому складі британського народу.

2.4 Звички, менталітет та спосіб життя французів

Французи довгий час були законодавцями моди у найрізноманітніших галузях промисловості. Французька культура була прикладом і зразком для наслідування. Навколо традицій та менталітету французів існувала величезна кількість стереотипів. Їх традиційно вважають елегантними, видатними та вишуканими, а також неймовірно амбітними патріотами.

Французи справді пишаються тим, що є французами; вони дуже горді та волелюбні люди. Місцеві жителі погано говорять іноземними мовами не тому, що їм справді важко, а тому, що вони вважають французьку мову основною мовою міжнародного спілкування. Французи дуже люблять свою мову і вважають її національним надбанням.

Уряд у Франції – це система, яка повинна забезпечити своїм громадянам найкомфортніші умови для життя. Уряд служить людині, а не навпаки. Країна підтримує високий рівень безпеки (не враховуючи регіонів, де мігранти з Парижа живуть у великій кількості), вулиці завжди доглянуті, красиві квіти цвітуть, встановлені фонтани з питною водою.

Ще однією важливою особливістю ментальності французів є те, що вони знають, як насолоджуватися життям і отримувати від цього максимум задоволення. Процес прийому їжі перетворюється на складний і захоплюючий ритуал, закохування може обернутися пристрасною пригодою. Французи приділяють велику увагу манерам. Манери – це частина прекрасного життя.

Французи традиційно виховуються в дусі любові та самооцінки. Вони ставлять свої інтереси вище інтересів інших. Вони можуть бути дещо поблажливі до представників інших національностей – бельгійці традиційно вважалися дурними, американці – скупими, слов'яни – некультурними. Франція сильно варіюється залежно від регіонів.

Париж – це не просто столиця, а символ свободи країни. У місті величезна кількість мігрантів та людей з різною національністю. На півночі країни в Нормандії або в інших віддалених регіонах є більш консервативні люди, які

дотримуються справжніх французьких цінностей. У Франції прийнято поважати права людини у всіх їх проявах.

У цій країні вони не терплять дискримінації за будь-яким принципом. Жінки набагато емансиповані. Вони не хочуть залежати від чоловіків, а тому вони максимально незалежні. Сім'ї французів починаються після 30 років. До цього часу вони вважають за краще насолоджуватися життям у всіх його проявах. Французи мають дуже специфічний гумор, який вважають особливо розумним.

Місцеві жителі дуже люблять спілкуватися. Вони із задоволенням зроблять комплімент навіть незнайомій людині, а висловлювання буде ввічливим і політично коректним. Звернення уваги на колір шкіри, расу чи релігію у Франції вважається непристойним і навіть образливим. Незважаючи на те, що Францію вважали столицею світової моди, французьки відносяться до власної зовнішності без фанатизму.

Дівчата не завжди використовують макіяж або укладають волосся; вони часто віддають перевагу одягу в стилі "унісекс". Навіть багаті люди не одягаються розкішно, тому що у Франції не прийнято демонструвати багатство. Людей не судять за зовнішнім виглядом, і тому абсолютно всі у Франції починають відчувати себе справді вільними та звільненими.

У той же час французи вміють цінувати якісні речі; низька або висока ціна для них не має значення. Для французів принципово важливо реалізуватися в суспільстві. Щоб почуватись комфортно, їм потрібно постійно ділитися з іншими своїм світоглядом, думками та емоціями. Вони не люблять сидіти вдома, тому часто ходять один до одного в гості.

Запрошення на обід означає, що гості будуть чекати до 20.00 вечері з декількома стравами та вином. Французи люблять все нове і не бояться експериментувати; вони із задоволенням відвідують незвичайні виставки, відвідують нові ресторани. Ще однією важливою рисою національного менталітету є любов до землі.

Багато жителів міст кидають своє життя в переповнених містах і їдуть до невеликих населених пунктів, де можуть провести день на відкритому повітрі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Англія розташована на півдні острова Великобританія і займає приблизно дві третини його території. На заході вона межує з Уельсом, на півночі – з Шотландією. В даний час Англія поділяється на дев'ять великих регіонів, які, в свою чергу, складаються з графств – їх налічується всього 48. Найбільші міста: Лондон, Бірмінгем, Лідс, Шеффілд, Ліверпуль і Манчестер.

В Англії найбільше міст зі статусом «сіті», що не дивно, так як саме поняття має англійське походження. Тут їх 51, в той час як в Шотландії сім, в Уельсі шість, а в Північній Ірландії п'ять. Англія омивається Північним морем на сході, протокою Ла-Манш на півдні, Кельтським морем і Брістольською затокою на південному заході і Ірландським морем на північному заході.

Берегова лінія не порізана, тут багато пляжів, зустрічаються мальовничі крейдянні скелі. Територією країни протікає найдовша річка Великобританії – Северн. Її протяжність складає 354 км, а витік знаходиться в Уельсі, в кембрійських горах. В Англії чимало озер і навіть є місцевість, яка називається Озерний край, де знаходиться найбільше озеро – Віндермір.

Але цікаво, що в одному тільки шотландському озері Лох-Несс води приблизно в два рази більше, ніж у всіх озерах Англії і Уельсу, разом узятих. Найбільш поширений вид ландшафту в цій частині Великобританії – це пологі пагорби. На півночі розташовані Пеннинські гори, де знаходиться Скофел-Пайк – найвища точка Англії (978 м).

Країна може похвалитися безліччю природних красот. Це, наприклад, Білі скелі Дувра, «Юрське узбережжя», Скелястий край, пагорби Саут-Даунс і Норт-Даунс, Чеддерское ущелині, національний парк «Нью-Форест», острів Уайт тощо. Крім того, популярністю у туристів користується район Котсуолдс – «серце Англії», де розташовано багато сіл, що зберегли свій традиційний вигляд.

Протягом історії територія сучасної Англії кілька разів піддавалася вторгненням і захопленням, і всі народи залишали на ній свій відбиток. Спочатку, за кілька століть до нашої ери, сюди проникли кельтські племена, які потіснили

автохтонів. Потім, в 55 р. до н.е., ця земля була завойована Юлієм Цезарем і стала римською провінцією під назвою Британія.

В середині першого тисячоліття з'явилися німецькі племена, в тому числі англійці, від яких країна отримала свою сучасну назву. Германці відтіснили кельтське населення на околиці острова – на територію нинішніх Шотландії, Уельсу та Корнуолла. У VIII-IX ст. схід Англії неодноразово піддавався набігам вікінгів, які засновували тут колонії, вводили свої звичаї.

Пізніше ця місцевість, де збереглася скандинавська правова система, стала називатися Данелаг, тобто область датського права. Нарешті, в 1066 р. країну захопили нормани, які поклали початок новій англійській державі. Звичайно, історія Англії настільки багата різноманітними подіями, такими, наприклад, як Війна Червоної та Білої троянд, в результаті якої країна була об'єднана під владою Тюдорів.

Червоно-біла Роза Тюдорів і нині вважається державною емблемою Англії. XVI ст. був відзначений розривом з католицьким Римом і появою англіканської церкви. Як ні парадоксально, але її засновник, велелюбний король Генріх VIII, спочатку був противником Реформації, полемізував з Лютером і навіть отримав від тата титул «захисник віри».

За Реформацією пішла кривава революційна епоха, яка відкрила для Англії шлях до промислового перетворення і подальшого капіталістичного розвитку. У 1707 р. Англійське королівство (включаючи князівство Уельс) об'єдналося з Шотландією, була заснована сучасна Великобританія. У 1800 р. до неї була приєднана Ірландія, яка в 1922 р. розпалася і частково стала незалежною державою.

У 1952 р. на трон зійшла нинішня королева Єлизавета II, яка нещодавно відсвяткувала діамантовий ювілей свого правління. Розвиток англійської культури був багато в чому пов'язаний з експансіоністською політикою тутешніх монархів. Поширення впливу Англії на всі Британські острови, а пізніше і на весь світ зіграло з країною злий жарт.

Люди на території сучасної Франції з'явилися ще 10 тисяч років тому. Приблизно в VI столітті до н.е. на Середземноморському узбережжі Франції були

утворені колонії фінікійців і древніх греків. Пізніше територію сучасної Франції заселили кельтські племена. В епоху Стародавнього Риму Францію називали Галлією. В середині I століття до н.е. більшу частину Галлії завоював Гай Юлій Цезар.

У V столітті н.е. до Франції вторглися племена франків, які в VIII столітті утворили свою імперію (це зробив Карл Великий, який прийняв титул імператора Священної Римської імперії). У X столітті на узбережжі Франції стали здійснювати набіги вікінги, поступово колонізували Нормандію. З 987 року королями Франції були вихідці з сімейства Капетингів, а з 1328 року - Валуа.

В епоху Середньовіччя Франція вела постійні війни зі своїми сусідами, поступово розширюючи територію. Так, в 1337 році почалася «Столітня війна» між Францією і Англією, в результаті якої англійці були вигнані з французьких земель (за ними залишився лише порт Кале). Під час «Столітньої війни» стала знаменита Жанна д'Арк.

В середині XVI століття у Франції під впливом протестантської Реформації починає поширюватися вчення Жана Кальвіна, що призвело до багаторічній громадянській війні. Нантський едикт 1598 року надав французьким протестантам (гугенотам) рівні права з католиками. В результаті Великої французької революції (1789-94 рр.) у Франції була ліквідована монархія і проголошена республіка.

Однак, через деякий час у Франції була встановлена диктатура Наполеона Бонапарта. При Наполеона Бонапарта Франція поширила свою владу практично над усіма європейськими країнами. У 1815 році після поразки при Ватерлоо імперія Наполеона Бонапарта була ліквідована. У XX столітті Франція брала активну участь у всіх двох світових війнах, зазнавши в них багатомільйонні людські втрати.

Після Другої світової війни в 1946-1958 роках у Франції існувала «Четверта республіка», а в 1958 році після прийняття Конституції була встановлена «П'ята республіка». Зараз Франція входить до військового блоку НАТО і є членом ЄС. Історія Франції налічує багато сотень років, і тому французи, звичайно ж, мають дуже багату культуру, яка мала великий вплив на культури інших народів.

Завдяки Франції світ отримав велику кількість геніальних письменників, художників, філософів і вчених:

- Література (П'єр Бомарше, Олександр Дюма-батько, Анатоль Франс, Віктор Гюго, Антуан де Сент-Екзюпері, Анн Голон, Жюль Верн, і Жорж Сіменон);
- Мистецтво (Жан-Антуан Ватто, Делакруа, Дега, і Жан Поль Сезанн);
- Філософія (Рене Декарт, Блез Паскаль, Жан Жак Руссо, Вольтер, Монтеस्क'є, Конт, Анрі Бергсон, Альбер Камю, Жан-Поль Сартр).

Щороку у Франції відзначається багато найрізноманітніших народних свят і карнавалів. Найпопулярніший карнавал проходить щорічно в березні, зустрічаючи весну.

РОЗДІЛ 3

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ІЗ КОЛОРАТИВАМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ, ФРАНЦУЗЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

3.1 Образність та експресивність фразеологічних одиниць

Про природу компонентів ФО існують два протилежні погляди. Деякі лінгвісти розглядають структурні складові фразеологічних перекладів як невербальні формування, а інші формують переважну більшість, визнаючи словесну природу компонентів. Незважаючи на те, що компоненти фразеології позбавлені основних ознак слова, вони якось беруть участь у формуванні фразеологічного значення.

Як наслідок, вони наділені певною частиною семантичної незалежності. На словах, але конкретно взяті, розглядаються складові О.І. Смирницького, з поняттям ФО, що пов'язує термін «експресивно сформований» [8, с. 43]. Зовнішньою ознакою, що відрізняє слово й ФО, є «цілісність слова та експресивність фразеологізму» [9, с. 61].

Під просторовим оформленням слід розуміти особливу структуру синтаксичної єдності, яка полягає в тому, що її складові є окремими словами. Цілооформленість полягає в загальному граматичному оформленні всіх складових елементів. У процесі формування ФО істотну роль відіграє прототип ФО.

Якщо прототип відсутній, то маркери, які є частиною цього фразеологічного повороту, переосмислюються. Таке явище пов'язане з лінгвістичними та екстралінгвістичними факторами. Отже, фразеологічне переосмислення є повним або частковим переносним перетворенням значення прототипу фразеологізму (або фразеологічного варіанту), заснованого на семантичному зрушенні.

Найважливішими типами переосмислення є порівняння, метафора й метонімія. Порівняння та метафору В. М. Мокієнко розглядає як лінгвістичний фактор образів. Порівняння спільності та метафори полягає у створенні

фразеологічних асоціацій, заснованих на подібності предметів або явищ. Проте їх відмінність повинна розглядатися насамперед з точки зору змісту.

Найбільш поширеним є метафоричний тип переосмислення, багато слів набувають метафоричного значення, й те саме стосується словосполучень. Іншим типом переосмислення є метонімія. Вона також служить для створення образів. Розглядаючи фразеологізми, не можна ігнорувати їх основні ознаки – образність й експресивність, оскільки в більшості випадків ці характерні риси та розрізняють сталі звороти від слів.

За словами В.М. Мокієнко, основою цього явища є здатність створювати візуально-сенсорні образи предметів й явищ. Сила образу полягає в її конкретності, її тісному зв'язку з контекстом в широкому сенсі слова. Найбільшою схильністю до фразеології є вільне поєднання слів, що відображає конкретні явища матеріальної реальності, пов'язані з людським життям.

Теоретичне обґрунтування понять образності та експресивності можна знайти в А.В. Куніна. Вчений відзначає, що «образність мотивованої ФО створюється в результаті двопланового сприйняття ФО та значимості його прототипу. Чим далі об'єкти порівнюються, тим яскравіше зображення». Поняття експресивності набагато ширше, воно включає інші категорії: експресивність – це обумовлені образністю, інтенсивністю або емотивністю експресивно-образних якостей слова або фразеології [15, с. 21].

Отже, основне значення ФО накладається й на інші конотативні значення, які сприяють більш точному використанню фрази в мові. Пояснення виникнення ФО, їх образної мотивації допомагає глибше проникнути в смисловий зміст ФО, науково уявити різні аспекти фразеологічного образу, оцінити образні можливості ФО.

Таким чином, формування ФО залежить від того, наскільки величина прототипу фразеологізму може створювати нові візуально-сенсорні образи предметів та явищ й переносити їх на інші об'єкти реальності. Високий рівень зображень характеризується фразеологізмом, в якому включені колороніми. Сьогоднішні реалії, глобальний взаємозв'язок націй та культурних різновидів

нашої планети 21-го століття, зростаючі потреби в спілкуванні й роботі між країнами та людьми різних мов й культурних традицій вимагають підготовки висококваліфікованих вчителів початкової школи, які, як очікується, будуть викладати іноземні мови, та здатні брати участь в міжнародному спілкуванні, а також в здійсненні міжнародного співробітництва.

І, в даний час, само собою зрозуміло, що дослідження й використання лінгвістичного феномена, пов'язаного з кольоровими ідіомами, в свою чергу, вважається однією з проблем, яка знаходиться в центрі уваги лінгвістів усього світу.

На думку А.В. Кунін, ФО – це фіксоване поєднання слів, які повністю або частково змінюють своє значення. Це означає, що символ, який перевищує рівень слова, стабільність та змінене значення слів у поєднанні, є критеріями ФО разом з іншими мовними одиницями, що визначають їх особливий статус у мовній структурі.

Як відомо, словосполучення, які перетворюються на ФО, включаються в складні семантичні процеси. Фразеологи ще не дійшли єдиної думки щодо механізму та закономірностей зміни семантичної сутності слів-компонентів ФО. Формальна семантична структура ФО, тобто вивчення її площини змісту та площини вираження, представляє особливе питання.

Іншими словами, питання полягає в тому, як класифікуються елементи семантики ФО за їх лексичними компонентами, тобто ступенем так званої семантичної комбінації та семантичної розділеності ФО. Дослідники у галузі фразеології сходяться на думці, що жваве обговорення семантичних властивостей компонентів ФО призвело до двох спочатку крайніх точок зору:

1. Фразеологічні компоненти не мають нічого семантично-спільного зі словами, які є у складі ФО не як самостійні одиниці значення, а просто мають відмінні характеристики.

2. Фразеологічні компоненти не мають суттєвих семантичних відмінностей від слів.

На думку А.В. Жукова, загальним недоліком вищезазначених поглядів є «абсолютизація різних властивостей компонентів, які насправді є спільними не для всіх компонентів, виявляються в різній мірі або мають потенційну природу» [19, с. 96]. В.П. Жуков вважав, що компоненти фіксованої фрази не мають належних семантичних маркерів слів, хоча різні типи фіксованих фраз демонструють різний ступінь наближення до слів [20, с. 88].

А.І. Молотков дотримується найбільш екстремальних позицій щодо розглянутого питання, заперечуючи словесний характер компонентів ФО не лише з площини змісту, але й з площини вираження: «компоненти фіксованих фраз – це не суть слів не тільки через те, що вони не мали лексичного значення, але також й з точки зору форми, компоненти фіксованої одиниці втратили різні граматичні категорії» [25, с. 72].

А.Л.Оніані також дотримується першої точки зору й вважає, що компоненти фіксованої одиниці не можуть бути об'єднані в понятті слова. Автор категорично заявляє, що компоненти ФО не слід розглядати не лише як звичайні слова, а й як такі, що мають конкретне використання [38, с. 76]. Є.Х. Рот визначає ФО як «колишні слова» й називає їх «монемою», оскільки вони втрачають свій характер, природу слів та перетворюються на виключно структурний компонент.

Є.Х. Ротт стверджує, що «компоненти включаються в ідіоми як виключно структурні елементи, й впевнений, що «компоненти ідіом, що діють як монемі, представляють елементи, які втратили свій «характер слова», це означає, що вони є колишніми словами» [36, с. 93]. В.Н. Телія вважала, що компоненти фіксованих фраз-ідіом можна називати словами лише умовно, оскільки самі компоненти були позбавлені еталонної та системної кореляції та «зазнали того самого процесу деетимологізації, що й морфеми в деяких словах» [35, с. 51].

3.2 Значення кольорів в англійській мові

Людина може бачити понад 2000 різних відтінків та кольорів. Все, що ми бачимо вдома, на роботі та за її межами, – це образ, створений взаємодією колірної спектру. Поняття психології кольору добре відоме та вона вивчає, як наш мозок сприймає те, що ми бачимо. Відповідно до цього напрямку мислення, кольори можуть впливати на наші емоції та розум.

Вони можуть покращити наш настрій, заспокоїти, стимулювати або створити приємні чи негативні почуття. Наприклад, вплив кольорів на наш мозок постійно використовується у світі маркетингу. Чи для того, щоб залучити наш інтерес, вплинути на наші рішення, чи в крайньому випадку колір може використовуватися для цілей підсвідомого маніпулювання.

Щодо важливості кольорів у нашому житті, вчені мають різні думки. Багато психологів вважають, що кольори впливають на підсвідомі почуття, які впливають на наше мислення та розум. Вони також співіснують із універсальними символічними значеннями, які можуть дещо відрізнятися між культурами та країнами.

На думку деяких психологів, сприйняття кольору тісно пов'язане з особистим смаком та уподобаннями. Отже, на думку цих вчених, жоден колір не можна трактувати як такий, що має універсальні символічні значення. Тим не менш, люди, які вірять у психологію кольорів, включають не лише езотеричних мислителів, але й успішних бізнесменів та маркетологів, які базують свої маркетингові кампанії на позитивних кольорах.

Вибір кольорів допомагає нам пізнати свою та чужу особистість. Деякі кольори можуть збільшити нашу концентрацію, теплі кольори стимулюють тіло та дух, тоді як холодні кольори заспокоюють й тіло, й розум. Всі кольори базуються на трьох основних кольорах – червоному, жовтому та синьому. Інші кольори, такі як оранжевий, зелений або фіолетовий, утворюються шляхом змішування цих основних кольорів.

Проаналізувавши 195 англійських ФО було визначено, що в англійській мові домінують чорний (44 ФО), синій (блакитний) (36 ФО), білий (30 ФО) та червоний (19 ФО) кольори (див. дод. 1).

Найчастотнішим в англійській мові є колоронім «чорний» (23%). Чорний колір асоціюється з елегантністю, а також зі смертю, злом та таємницею (To blackmail – шантажувати; As black as pitch – темрява непроглядна; Black dog – туга зелена). Це таємничий колір, який зливається зі страхом та невідомим та часто має негативні відтінки.

Чорний колір означає владу; він вважається дуже офіційним, благородним кольором, пов'язаним з престижем. Чорний колір поглинає всі інші кольори, що означає, що з психологічної точки зору він створює бар'єри, оскільки поглинає всю енергію, що надходить до нього. Чорний колір стосується прихованого, таємного та невідомого, та в результаті він створює атмосферу таємничості.

Чорний слід сприймати серйозно. Він представляє силу, розкіш, вишуканість та ексклюзивність, з одного боку; а з іншого – смерть, зло та таємницю. Чорний – сміливий, класичний. Чорний – найсильніший з нейтральних кольорів. Позитивним є те, що він зазвичай асоціюється з владою, елегантністю та офіційністю.

З негативного боку він може бути пов'язаним зі злом, смертю та таємницею. Чорний – традиційний колір жалоби у багатьох західних країнах. Це також пов'язано з бунтом у деяких культурах, а також з Хелловіном та окультизмом. Чорний колір випромінює авторитет та вишуканість. Його часто можна побачити на офіційних заходах.

Чорний колір також може асоціюватися з депресією та песимізмом. Чорний не має намірів лякувати, але через свою темряву він викликає багато негативу. Від вишуканої елегантності до втіленого зла, небагато кольорів викликають такі сильні образи, як чорний. Походження слова чорний (black) походить від групи племен, відомих як протоіндоєвропейці.

На думку етимологів, ці стародавні групи, ймовірно, використовували досить неелегантне звучаче слово «bhleg-», щоб означати опік або блиск. По мірі того, як

еволюціонували культури, еволюціонував і «bhleg-». Хоча він зберіг своє початкове значення, це слово стало «phlegein» по-грецьки та «flagrare» по-латинськи.

Однак це слово почало рухатись до своєї сучасної форми завдяки рідній англійській мові, протогерманській. Племена, які населяли Європу протягом першого тисячоліття до н. е., використовували термін «blak-». Старомовні англійці, англосакси, перетворили це слово на «blaec» і почали асоціювати його безпосередньо з кольором.

У той же час вони також використовували слово «blas», щоб означати білий або яскравий. Слова були настільки подібними, що іноді перекладачі ломали голови, намагаючись визначити, чи мав письменник на увазі щось чорне чи біле.

Наступне місце посідає колоронім «синій, блакитний» (21%). Синій – це колір моря та неба, який асоціює його з глибиною, стабільністю та інтелектом (Blue to principles – вірний принципам; Into the blue – в невідомість; Once in a blue moon – дуже рідко). Синій – це колір розуму, що символізує стійкість, довіру, вірність, мудрість, впевненість, віру та правду. Бліді відтінки заспокійливо впливають на психіку.

На відміну від червоного він впливає на психічно, а темно-синій стимулює ясні думки. Світліші та бідніші відтінки заспокоюють розум та покращають концентрацію. Синій – символ чіткого, прямого та чистого спілкування. Та навпаки, деякі відтінки можуть бути дуже холодними, нечутливими або ворожими. Згідно з різними опитуваннями та анкетуваннями, синій регулярно вибирають як найпопулярніший колір серед людей.

Синій часто асоціюється з сумом в англійській мові. Синій також широко використовується для відображення спокою та відповідальності. Темно-синій – більш сильний та надійний. Синій колір також асоціюється з миром та має духовний та релігійний відтінок у багатьох культурах та традиціях. Синій – це колір, який давно асоціюється з мистецтвом, військовою справою, бізнесом та природою.

Це улюблений колір для компаній, які хочуть передати надійність та спілкування (наприклад, Facebook, Twitter та Samsung), а також висловити авторитет таких організацій, як поліція. Його також цінують за заспокійливі та гармонійні якості, пов'язані з морем та небом. З іншого боку, він також використовується для вираження смутку або депресії.

Синій колір відображає вірність, мир та чесність. Він використовується для розслаблення та захисту, але також може асоціюватися із сумом та пасивністю. Синій тонко дає про себе знати, приносячи спокій. Коли людина перевантажена, синій допомагає зберігати спокій. Колір є миротворцем та виступає проти розпалювання конфлікту.

Щоб дізнатись про походження слова синій (blue), експерти озираються на мову протоіндоєвропейців – давньої культури, коріння якої проходить в Середній Азії та Східній Європі. Ці люди вживали слово «bhle-», щоб описати щось світле. Деякі вчені підозрюють, що «bhle» – можливо, мало на увазі навіть щось "жовте". Для сучасних носіїв англійської мови слово «blue» походило від давньоанглійської «bleu», яка була запозичена з давньофранцузької – мови, якою розмовляли жителі північної Франції в Темні Віки.

Третє місце займає «білий» (19%). Там, де чорний поглинає все та будь-що, білий робить все навпаки, оскільки відображає все, ніби як дзеркало. Це стосується чистоти, віри, світла, божества, невинності. Білий колір вважається кольором досконалості, що символізує мораль та високі ідеали. Зазвичай він пов'язується лише з позитивними сторонами.

Білий колір – це колір миру та добра. Білий може інколи відображати стерильність та холод (Show the white feather – злякатися; White-haired boy – улюбленець; White sepulcher – лицемір). Білий колір – це самий повний та чистий колір, колір досконалості. Психологічне значення білого – це чистота, невинність, цілісність та завершеність.

Білий знаходиться на протилежному від чорного кінці спектру, але, як й чорний, він може добре працювати з будь-яким іншим кольором. Білий колір часто асоціюється з чистотою. На Заході наречені зазвичай носять білий в день свого

весілля. Це також пов'язано з галузями охорони здоров'я, особливо з лікарями, медсестрами та стоматологами.

Білий колір асоціюється з добром, а ангели часто зображуються в білому кольорі. Однак на більшій частині Сходу білий колір асоціюється зі смертю та трауром. В Індії це традиційно єдиний колір, який дозволяють носити вдовам. Білий колір означає простоту, чистоту, невинність та досконалість. Білий колір використовує компанія Apple – білий колір представляє простоту продуктів як за їх формою, так й за функцією.

Білий колір також відрізняється суворістю чи стерильністю, що часто використовується дизайнерами для передачі мінімалістичної естетики та чистої сучасної якості. Білий колір являє собою чистоту. Він асоціюється з простотою, досконалістю та змушує інших почуватися добре, надаючи їм ясність та оновлення. Білий колір також може асоціюватися з порожнечою та дистанцією.

Від невинної молодості до мудрої старості білий колір представляє безліч знайомих понять англійською мовою. Однак найдавніше походження самого слова білий (white) ов'яне серпанком таємничості. Етимологи, або мовні експерти, вважають, що слово білий бере початок з праіндоевропейської – мови, яка вимерла тисячі років тому, але породила багато сучасних мов, зокрема англійську, валлійську, литовську та вірменську.

Немає письмових доказів індоевропейської мови, тому експерти змусили вчених лише здогадуватися про те, що слово білий спочатку було «kwintos». Потім це стародавнє слово увійшло в іншу неіснуючу мову, яка називалася протогерманською. Як і попередник, слово «білий» у прогерманській мові втрачено, тому етимологи припускають, що це слово мало назву «khwitaz».

З часом це слово змінилося на «hwit», що виглядає і звучить набагато ближче до білого, який використовується сьогодні. «Hwit» – це давньоанглійське слово, яким розмовляли англосакси, німецькі племена, які почали вторгнення в Англію ще в 5 столітті. Англосакси були не просто варварськими племенами, яких можна іноді побачити у фільмах та книгах.

Вони також були досить грамотними, створивши таких авторів, як Беде, та епічні пригоди, такі як Беовульф. Саме завдяки цій культурі людство має одне з перших письмових свідчень слова, яке стало білим. Англосакси також були першими, хто почав використовувати слово білий як прізвище людини, яка мала світле волосся або світлий колір обличчя.

Наступний колоронім «червоний» (18%). З усіх кольорів червоний привертає найбільшу увагу, він часто використовується в попереджувальних знаках. Червоний колір асоціюється з енергією, пристрастю, любов'ю, пожадливістю, а також із війною, небезпекою, силою, владою та рішучістю. Він оживляє життя й дружбу та часто використовується на прапорах, щоб зобразити гордість й силу даної країни.

Згідно з дослідженнями, він зміцнює метаболізм, прискорює дихання та підвищує кров'яний тиск. Червоний колір – це теплий й позитивний колір, пов'язаний з фізичними потребами та волею вижити. Він випромінює сильну та потужну чоловічу енергію. Червоний є енергійним кольором. Він збуджує емоції та спонукає до дій (See red – збожеволіти; Red-carpet treatment – офіційний прийом; Red-letter day – святковий день).

Червоний – дуже гарячий колір. Це пов'язано з вогнем, насильством та війною. Це також пов'язано з любов'ю та пристрастю. В історії він був пов'язаний як з Дияволом, так і з Амуром. Червоний може насправді мати фізичний вплив на людей, підвищуючи артеріальний тиск і частоту дихання. Він також покращує метаболізм людини.

Червоний колір може асоціюватися з гнівом, але також пов'язаний з важливістю (червона доріжка на виставках нагород та заходах знаменитостей). Червоний колір також вказує на небезпеку (попереджувальні написи часто червоні). У світі червоний колір має різні асоціації. Наприклад, у Китаї червоний – це колір достатку та щастя.

Його також можна використовувати для залучення удачі. В інших східних культурах червоний носять наречені в дні весілля. Однак у Південній Африці червоний – це колір трауру. Червоний відомий тим, що представляє пристрасть.

Червоний колір може асоціюватися з силою та романтикою. Він також іноді асоціюється з гнівом та люттям.

Етимологи підозрюють, що терміном, який вперше був використаний для опису червоного (red), було протоіндоєвропейське слово «*reudh-*». Протягом століть це корінне слово стало світовим мандрівником кольорописуючих термінів. Воно увійшло, наприклад, до давньоіндійської мови санскрит, німецької та дещо загадкової східно-іранської мови, званої авестанською.

У грецькій мові це слово перетворилося на «*erythros*», звідси пішли терміни еритроцит, або еритроцити.

Далі йде колоронім «*зелений*» (11%). Зелений – це колір рівноваги, гармонії та зростання. З точки зору кольорової психології, це чудовий баланс серця та емоцій, що створює рівновагу між головою та серцем. З точки зору кольорової перспективи, зелений – це також колір росту, колір весни, оновлення та відродження (*Green-eyed monster* – ревнощі; *Look through green glasses* – ревноувати; *Greenhorn* – наївний, недосвідчений).

Він оновлює та відновлює виснажену енергію. Ось чому на землі так багато цього розслаблюючого кольору. Зелений – це емоційно позитивний колір. Будучи поєднанням жовтого та синього, зелений охоплює ментальну ясність та оптимізм жовтого з емоційним спокоєм та проникливістю синього, вселяє надію та щедрість духу, недоступні для інших кольорів.

Зелений – дуже приземлений колір. Він може представляти нові початки та зростання. Це також означає оновлення та достаток. З іншого боку, зелений колір може також символізувати заздрість або ревнощі та відсутність досвіду. Зелений має багато тих самих заспокійливих властивостей, що й синій, але він також включає частину енергії жовтого.

Названий на честь англосаксонського слова *grene*, що означає «трава» та «рости», але сьогодні він має дві спільні парадоксальні асоціації. Один – це природа та довкілля, а інший – фінанси та багатство. Коли справа стосується природи, зелений колір являє собою життя та ріст рослин, отже, він використовується для

передачі того, що він є «зеленим» в екологічному, стійкому, органічному, природному сенсі цього слова.

Та звичайно, зелений – це «колір грошей» (тобто американські гроші) й тому пов'язаний із багатством та стабільністю. Зелений колір врівноважує емоції та є символом міцного здоров'я та багатства. Він має здатність активізувати та збалансувати, а також збільшити удачу. Зелений колір також асоціюється із заздрістю та матеріалізмом.

Англійське варіант зеленого (green) залишається надзвичайно близьким до свого початкового написання та значення. Зелений колір часто пов'язують із життям, молодістю та життєвою силою – саме так думали й стародавні культури. Слово бере початок від протоіндоєвропейців, вільних племен, які, ймовірно, були серед найдавніших сільськогосподарських громад.

Вони вживали слово «gro-» в значенні «виращувати». Це слово не сильно змінилося з ростом та падінням культур. Західногерманський народ, який проживав переважно в Північній Європі, вживав слово «gronja». Навіть сьогодні мови, що походять із західногерманської, багаті подібними словами, від сучасного німецького grün до голландського groen.

Коли німецькі племена, що називаються саксами, вторглися в Англію під час Темних Віків, це слово знову змінилося – цього разу на grene – давньоанглійське слово, яке майже схоже на сучасне слово.

Наступний колоронім «сірий» (4%). Колір роз'єднаності, нерішучості та компромісу. Сірий колір – неемоційний колір. Він відокремлений, нейтральний, неупереджений та нерішучий. З точки зору психології кольору, сірий колір є кольором компромісу – не будучи ні чорним, ні білим, це перехід між двома кольорами (Grey matter – розумний, інтелігентний; To turn grey – посивіти, постаріти; The grey population – люди похилого віку).

Чим ближче сірий наближається до чорного, тим драматичнішим й загадковішим він стає. Чим ближче він наближається до срібла або білого, тим яскравішим й жвавішим він стає. Будучи одночасно нерухомим й неемоційним,

сірий колір є твердим й стійким, створюючи відчуття спокою, звільнення від хаотичного світу.

Перше використання сірого (grey / gray) як назви кольору в англійській мові було зафіксовано в 700 р. н. е. Сірий (gray) є в американському правописі приблизно з 1825 р., хоча сірий (grey) є також правильним варіантом. Сірий походить від середньоанглійського grai або grei, від англосаксонського græg, і пов'язаний з голландським grauw та grijs та німецьким grau.

В епоху античності та середньовіччя сірий колір був кольором неофарбованої вовни, а отже, кольором, який найчастіше носили селяни та бідні. Це також був колір, який носили ченці-цистерціанці та монахи з орденів францисканців та капуцинів як символ своїх обітниць – смирення та злиднів. Францисканці в Англії та Шотландії були широко відомі як сірі монахи, і ця назва тепер поширюється на багато місць у Великобританії.

В епоху Відродження та бароко сірий колір відіграє важливу роль у моді та мистецтві. Чорний став найпопулярнішим кольором знаті, особливо в Італії, Франції та Іспанії, а сірий та білий гармонійно поєднувались із ним. Сірий також часто використовувався для малювання олійних картин – техніка, що називається гризаль.

Спочатку картину складали в сіро-білому кольорі, а потім зверху додавали кольори, зроблені тонкими прозорими глазурями. Позитивне значення: спокій, лагідність. Негативне значення: смуток, самотність, одноманітність, меланхолія. Представлення: тварини (миші, слони), пил. Логотипи великих брендів переважно із використанням сірого кольору – Mercedes-Benz, Citroën, Nissan Motor Co., Peugeot, Renault Group, Wikipedia.

Далі йде колоронім «жовтий» (4%). Жовтий – це колір розуму та інтелекту. Це колір, який перегукується з лівою або логічною стороною мозку, стимулюючи розумові здібності та створюючи розумову спритність та сприйняття. Будучи найсвітлішим відтінком у спектрі, жовтий колір піднімає настрій, символізує надію, щастя, бадьорість та веселощі (Yellow-bellied – боягузливий; Yellow pages – «жовтий довідник»; Yellow rag – бульварна газета).

Жовтий вселяє оригінальні думки та допитливість. Жовтий – креативний з ментального боку, колір нових ідей. Жовтий – колір, що може пробудити більшу впевненість й оптимізм. Жовтий – це колір мережі та журналістів, які працюють та спілкуються на ментальному рівні.

Жовтий часто вважають найяскравішим та найенергійнішим з теплих кольорів. Він асоціюється із щастям та сонцем. Жовтий також може асоціюватися з обманом та боягузством. Жовтий також асоціюється з надією, як це можна побачити в деяких країнах, коли жовті стрічки носять сім'ї, у котрих на війні є кохані. Жовтий також асоціюється з небезпекою, хоча й не так сильно, як червоний.

У деяких країнах жовтий колір має дуже різні відтінки. Наприклад, в Єгипті жовтий – для трауру. В Японії він означає мужність, а в Індії – це колір для купців. Він є найпомітнішим кольором здалеку (саме тому він використовується для вуличних знаків) та передає життєрадісність, доброзичливість, радість та енергію. Він також може асоціюватися з розумовою ясністю та інтелектом.

Жовтий (yellow) використовується для опису всього – від сонця до жовтяниці, є одним із найдавніших кольорів, що вживаються в англійській мові. Походження слова жовтий бере коріння в протоіндоєвропейській мові, яка вже не існує, мова, яка вважається родоначальником таких мов як афганська, англійська, іранська та грецька. Однак письмових підтверджень мови немає.

Етимологи визначити оригінальне протоіндоєвропейське слово «ghelwo». З давнього походження слова жовтий це слово увійшло в протогерманську, ще одну вимерлу мову, про яку немає письмових записів. Етимологи припускають, що слово жовтий раніше було «gelwaz». Протогерманська породила ще більше мов, таких як давньоанглійська, середньонідерландська та давньогерманська.

Саме завдяки давньоанглійській, мові англосаксів, експерти знайшли докази того, що слово жовтий стало «geolu» або «geolwe». Найдавніше письмове використання англосаксонського слова зустрічається в епічній поемі "Беовульф", написаній на давньоанглійській мові десь між 8-11 століттям. Невідомий автор використовував його для опису щита, вирізаного з дерева тису.

Таблиця 3.1

Усього 195 (100%)	Найчастотніші колороніми в англійській мові			
	№	Колоронім	Відсоток	Кількість
	1	Чорний	23%	44
	2	Синій, блакитний	21%	36
	3	Білий	19%	30
	4	Червоний	18%	19
	5	Зелений	11%	18
	6	Сірий	4%	11
	7	Жовтий	4%	7

3.3 Значення кольорів у французькій мові

Колір є одним із основних зорових відчуттів та в водночас ефективним каналом комунікації, складною знаковою системою. Доведеним фактом є вплив кольору на психо-фізіологічний стан людини. Як важливий компонент культури, він набуває власної системи асоціацій та стає втіленням певних морально-етичних цінностей, що знаходить своє відображення у мовній картині світу кожної нації.

Колір є однією з констант або одним із принципів культури. Він оточений системою асоціацій, смислових значень, інтерпретацій, колір стає втіленням різних моральних й естетичних цінностей. Концептуальне моделювання свідчить про те, що кольорові значення у французькій та українській культурах мають відмінності, які впливають на глибокі шари свідомості та відображають національно-культурно визначені характеристики.

Інше ставлення до того чи іншого відтінку відображається в мові, а саме у фігуративних виразах, ідіомах, прислів'ях та приказках. Кольори відіграють дуже

важливу роль в нашому житті, розуміємо ми це чи ні. Вони можуть впливати на наші емоції та настрої. Дизайнери вже давно розуміють, як колір може сильно вплинути на настрої й емоції.

Колір – дуже потужний інструмент для спілкування та може використовуватися для позначення дії, впливу на настрої та виникнення реакцій у свідомості людей. Деякі кольори можуть дійсно підняти кров'яний тиск, збільшити метаболізм та навіть, як відомо, викликати напругу очей, якщо дивитися на них досить довго.

У французькому словнику важливу роль відіграють кольори. Кольорові прикметники можна використовувати для позначення об'єктів: *le rouge* – губна помада, *le bleu* – робоча блуза, *une poire* – четверта нота в музиці. Французькі кольорові прикметники мають велику кількість портативних значень що використовуються у фразеології.

Проаналізувавши 165 французьких ФО було визначено, що у французькій мові домінують білий (44 ФО), чорний (36 ФО), червоний (30 ФО) та зелений (19 ФО) кольори (див. дод. 2).

Найчастотнішим у французькій мові є колоронім «білий» (27%). Білий завжди вважався символом світла, чистоти, справедливості, чорний – темряви, смерті, страху. Навіть у середньовічних писаннях ангели були зображені білими, а злі духи були чорні, тобто білий асоціювався з добром, а чорний зі злом. Ця традиція зберігається у французькій мові, яка виражається в ідіоматичних виразах, де чорний колір часто асоціюється з похмурим, песимістичним настроєм, негативним ставленням до чогось, а білий, навпаки, з оптимізмом та чистотою в прямому сенсі.

Білий колір звичайно носить позитивну оцінку навколишнього та на відміну від чорного передає оптимістичне світосприйняття. Білий колір у французькій мові часто приймає значення «порожній, позбавлений чого-небудь», тобто виражає відсутність будь-яких елементів. Білий символізує чистоту, цнотливість, світ, невинність, світло, мудрість, але він є та символом холоду, порожнечі (*Messe blanche* – порожня розмова; *Peur blanche* – смертний страх; *Sourire blanc* –

неприродна усмішка). У Франції білий колір – колір трауру членів королівської сім'ї.

Білий колір не завжди вважається кольором, проте, як каже Мішель Пасторо, французький історик-медієвіст, фахівець із символіки кольорів, «Білий – це колір, який надає рівновагу, цінність та красу всім іншим кольорам» [43, с. 102]. У природі «чистий» білий колір зустрічається рідко. Білий включає пігменти, навіть у дуже малих кількостях, він стає брудно-білим, синювато-білим.

Якщо в західному світі білий колір прирівнюється до чистоти, миру та є символом мудрості, невинності, чистоти та Божественності, то в Азії він є кольором трауру. Хоча деякі кольори заряджають енергією або заспокоюють, білий не має реального впливу на людську поведінку. Він не розслабляє та не дає енергії. На відміну від інших кольорів, які мають тенденцію поглинати світло, білий має особливість відбивати його.

Білий – це чистота нареченої, білого простирадла. Хоча білий колір не є кольором, широка громадськість класифікує його до цієї категорії. На Заході він має значення єдності, ідеального балансу. Поколіннями білий колір пов'язують із шлюбом, чистотою, невинністю, а десь із досконалістю та божественністю (папський одяг).

З фізичної точки зору білий колір можна не вважати кольором. Однак, з точки зору культури чи мови, немає сумнівів, що білий – це колір. Позитивне значення: чистота, невинність, шлюб. Представлення: сніг, світло, молоко, весільна сукня. Етимологічно слово білий (blanc) походить від німецького «blank», що означало «блискучий, прозорий, незаплямований», друге значення, «голий».

Саме з цього кореня народилися слова в латинських мовах: "blanco" (іспанська), "branco" (португальська), "bianco" (італійська). У германських мовах слова «weiss» (німецька) або «white» (англійська) слід порівнювати зі старим високонімецьким «wiz», індогерманічний корінь якого – «kuei», що означає «яскравий, чистий»; цей корінь можна знайти у "Weizen" в німецькій мові або "Wheat" в англійській мові, щоб сказати слово "злак" (céréale) (це стосується білизни борошна).

Логотипи великих брендів переважно використовують білий колір – Yves Saint Laurent, SONY, Alpine, Vespa, Apple, Nespresso, L'Oréal, Nike.

Наступне місце посідає колоронім «чорний» (22%). Чорний колір позначає не тільки авторитетність та вагомість, але й агресивність (Blouson noir – хуліган; Un film noir – фільм жахів; Bête noire – предмет особливої ненависті). Наприклад, прикметник «чорний», що характеризує людину та вказує на його негативні якості, емоції або вчинки, отримує негативний відтінок, передає песимістичний погляд на навколишнє.

Чорний колір також вважається символом нечесності, таємного, прихованих дій. Колір чорний відноситься до прихованого та невідомого, та в результаті він створює атмосферу таємниці. У психології цей колір дає захист від зовнішнього емоційного стресу. Він створює бар'єр між людиною та зовнішнім світом, забезпечуючи комфорт, захищаючи його емоції та почуття, та приховує його вразливість, невпевненість.

Чорний – це символ поглинання всього кольору та відсутності світла. Всі використовують чорний в різний час, щоб сховатися від навколишнього світу так чи інакше. Деякі використовують його щоб приховати почуття, страхи або невпевненість. У психології чорний означає владу та контроль. Чорний – лякаючий колір, недружній та неприступний.

Так само, як білий, чорний не є в строгому розумінні цього поняття кольором, однак він асоціюється з ним з психологічної точки зору, чорний передає колір та символіку. На Заході чорний колір асоціюється з трауром, сумом та зневірою, страхом та смертю. Представлений вбраннями священників та черниць, він також відбиває авторитет та строгість.

Чорний колір має ще одне значення, асоційоване з елегантністю та простотою. Можливо, саме тому, що чорний – це нейтральний колір, який не виражає пристрасних почуттів. Позитивне значення: елегантність, простота, тверезість, строгість, таємничість. Негативне значення: смерть, траур, смуток, порожнеча, темрява. Представлення: темрява (ніч), певні тварини (дрозд, ворон, коти).

Символіка чорного кольору (noir) здається очевидною настільки, що через культури та століття вона викликає смерть. Однак його історія багатша і складніша. Колір ночі та родючої землі, чорний – це також колір чогось спаленого. Сажа також залишатиметься джерелом цього кольору протягом тривалого часу. Оскільки він міцно пов'язаний із процесом прожарювання, чорний колір асоціювався з античності та в середні віки із працею.

Кольори – це не просто спектральні відтінки: матовість або блиск були однаково важливими деталями при їх визначенні, особливо в той час, коли технічні можливості фарбування були обмеженими. У латинській мові існували два терміни – матовий чорний, «ater» та «niger» – глянсовий чорний. Все сходить до індоєвропейського кореня, пов'язаного з вогнем. Однак вогонь одночасно і світиться, і має ефект чорніння.

Третє місце займає «червоний» (18%). Червоний – це теплий та позитивний колір, пов'язаний з найбільшими фізичними потребами та волею до виживання. Він випромінює сильну та потужну енергію. Він збуджує емоції та спонукає діяти. Він означає лідерські якості, що сприяють амбітності та рішучості. Він також вольовий та може дати впевненість тим, хто сором'язливий або позбавлений сили волі.

Будучи кольором фізичного руху, червоний колір будить фізичну життєву силу. Червоний колір може стимулювати апетит, часто використовуваний в ресторанах для цієї мети. Це також збільшує тягу до їжі й інших стимулів. Бути оточеним занадто великою кількістю червоного кольору може викликати у роздратування, хвилювання і, в кінцевому рахунку, гнів.

Цей енергійний колір у французькій мові є суперечливим, з одного боку він символізує дію, енергію та швидкість, увагу, впевненість в собі, потужність, пристрасність, спонтанність та рішучість; але цей колір також агресивний та владний, виснажливий, сердитий та запальний, безжальний, страшний та нетерпимий, бунтівний та впертий, ображений, жорстокий (Chapeau rouge – обезголовлений; Méchant comme un âne rouge – злий як чорт; Marquer quelqu'un au fer rouge – затаврувати розпеченим залізом).

Його отримують змішуванням пурпурового та жовтого кольорів. Червоний – один із двох найпопулярніших кольорів у світі. Його отримують змішуванням пурпурового та жовтого кольорів. Червоний – один із двох найпопулярніших кольорів у світі. Червоний – це теплий та помітний колір. Червоний – символ любові, тепла, чуттєвості та пристрасті.

Він приносить відчуття тепла. Він найпотужніший, динамічний колір із найбільшим потенціалом до дії. Коли йдеться мова про червоний колір, одразу приходить в голову почуття: «пристрасть». Позитивне значення: любов, пристрасть, тепло, запал, тріумф. Негативне значення: гнів, заборона, небезпека. Представлення: кров, вогонь, лава, рослини (помідор, мак, полуниця).

Це колір вогню і крові. Він присутній скрізь: він дарує квітам їх сяйво і жвавість, сяє на заході сонця. Походження слова червоний (*rouge*) не є таємницею: воно походить від латинського «*ruber*» – «червоний» від індоєвропейського кореня з тим самим значенням, «*reudh-*», «*rouhd-*» – яке також можна знайти в англійському «*red*».

Червоний колір, який є кольором вогню, тим самим є знаком сили та світла: отже, він цілком природно представляє життєвий поштовх, силу життя. Латинська мова мала багато термінів для перекладу червоного кольору, що свідчить про привілейоване місце, яке займає цей колір у грецькій та римській культурі: «*ruber, rufus, purpureus, punicus, rubicundus, rutilus, coccinus, mineus, sanguineus, flammeus*» тощо.

«*Ruber*», який позначав усі відтінки червоного, а також відтінок, близький до синього, поступово витіснявся словом «*rubeus, -a, -um*»: «червоний, червонуватий», римське слово, що позначає червоний у всьому його багатстві відтінків й саме від нього буде походити сучасний червоний колір – «*rouge*». «*Ruber*» або «*rubeus*» походять від «*rubescens, rubicundus, rubis, rubiginosus, rubrique* (назва або розділ, раніше писаний червоним кольором), *rubiette* (рід птахів), *rubéole* (заразної хвороби, що характеризується почервонінням на шкірі, що нагадує кір та скарлатину)» та ін.

Багато брендів використовують червоний колір у своєму логотипі – Netflix, Swiss International Air Lines, H&M, Coca-Cola, Nintendo Switch, H.J. Heinz.

Наступний колоронім «зелений» (11%). Зелений колір відноситься до балансу та гармонії. З точки зору психології це відмінний балансер серця й емоцій, що створює рівновагу між головою та серцем. З точки зору кольору, зелений також є кольором зростання, кольором весни, оновлення та відродження. Він відновлює виснажену енергію. Це святилище від стресів сучасного життя, повертає до почуття благополуччя.

Ось чому так багато цього розслаблюючого кольору на землі. Зелений – це емоційно позитивний колір, що дає можливість любити. Будучи поєднанням жовтого та синього, зелений відтіняє ментальну ясність й оптимізм жовтого кольору з емоційним спокоєм та проникливістю синього, надихає надією та щедрістю духу, недоступною для інших кольорів.

У французькій мові зелений має багато позитивних значень – зростання та життєздатність, оновлення та відновлення, впевненість в собі, надійність, емоційна збалансованість та спокій, практичність, турботливість, щедрість, добро та лояльність; негативних рис він має набагато менше – присвійність та матеріалістичність, байдужість та надмірна обережність, задрість, егоїстичність, жадібність й скупість, неухажливість, недосвідченість (*Une verte vieillisse* – бадьора старість; *Temps vert* – сира дощова погода; *Langue verte* – злодійська мова).

Зелений отримують змішуванням блакитного та жовтого кольорів. Зелений колір заспокоює очі. Вважаючись кольором надії, зелений приносить удачу. Він несе спокій та відпочинок. Він є символом зростання, здоров'я, свіжості та природи. Він являє собою стабільність та рівновагу. У негативному контексті він може представляти собою невдачі та нещастя.

Зелений – це колір, який найкраще відображає природу. При появі зеленого кольору люди відразу уявляють собі великі зелені дерева, наповнені листям. Отримання: синій та жовтий. Позитивне значення: надія, удача, стабільність, концентрація. Негативне значення: невдача, нещастя. Представлення: рослини, овочі (перець, горох).

Від латинського «galbinus», що походить від «galbus», «блідо-зелений, жовто-зелений», який пов'язували з індоєвропейським «gal-», походить термін жовтий, "колір золота", та в більш негативному сенсі, коли говорять про колір обличчя, позначений втомою. Також приблизно в 1100 р. слово зелений, від латинського «viridis», «зелений», але також «свіжий, енергійний, молодий», з самого свого створення був тісно пов'язаний з поняттям рослин, трави та росту.

Зелений логотип використовують такі бренди як Tic Tac, La Redoute, Land Rover, Deere & Company, Lacoste, PANZANI S.A.S., Starbucks Corporation, Heineken.

Наступний колоронім «*блакитний, синій*» (11%). Коли говорять про блакитний колір, відразу згадується небо та море – дві природні стихії, які є частиною повсякденного життя. Можливо, це одна з причин, чому синій є кращим кольором. Навіть якщо людям не подобається синій, важко ненавидіти цей універсальний колір (Avoir du sang bleu – мати благородне походження; bas-bleu – педантична жінка; blanc-bleu – впевнена людина).

Подібно блакитному небу або морю, що відкриває горизонти, синій та його відтінки – це колір, тісно пов'язаний із мріями, мудрістю та спокоєм. Це один з улюблених кольорів західних культур: справді, він всюди присутній навколо. Синій – це відгомін життя, подорожей та відкриттів у прямому та переносному значенні.

Як і вода, яка втамовує спрагу, блакитний має освіжаючу і чисту сторону, що дозволяє знайти певний внутрішній спокій. Цей колір, як правило, подобається всім поколінням, але не слід зловживати ним. Позитивне значення: мрія, мудрість, безтурботність, правда, вірність, свіжість. Негативне значення: меланхолія. Представлення: океан, небо, квіти (волошка).

Коли говорять «синій», відразу згадується море / океани та небо, природні уявлення цього чудового кольору. У тваринному світі відразу згадується синій кит, найбільша тварина у світі. Логотипи велеких брендів переважно з використанням синього кольору – Nestlé, Decathlon, Facebook, Dell, KLM, Ford, Oreo.

Наступний колоронім «*жовтий*» (7%). Жовтий означає свіжість, динамізм. Жоден колір не є більш радісним ніж жовтий. Колір сонця, свята та радості, він

скращує світ і робить його сяючим. Це правда, що жовтий – це теплий колір. Подібно до сонця, яке розсіює свої обнадійливі промені, несучи життя на землю, жовтий колір є кольором життя і руху (Cartouche jaune – вовчий квиток; carton jaune – санкція; gants jaunes – щиглі, франти).

Однак жовтий іноді може виявлятися негативним. Пов’язаний із зрадниками, і брехнею, жовтий – це колір, який змішує контрасти. Блідо-жовтий вказує на хворобу, похмурість і смуток. Жовтий колір – це колір відкритості та соціальних контактів: він пов’язаний із дружбою та братерством, а також знаннями. Позитивне значення: свято, радість, тепло, сила, знання, дружба.

Негативне значення: зрада, брехня, обман. Представлення: поштові скриньки, пісок, сонце, квіти (ромашка). Найвідоміші марки, які використовують жовтий колір у своєму логотипі – Ferrari NV, Société Bic, New York City Taxi, Internet Movie Database, McDonald’s, Nikon Corporation.

Наступний колоронім «рожевий» (4%). Рожевий – колір дівчат. Навіть коли час і покоління змінюються, рожевий залишається асоційованим із маленькими дівчатками. Але рожевий може мати інші значення, особливо коли він менш насичений, блідий. Як синій для хлопчиків, так рожевий для дівчаток. Це колір спокуси, романтизму та жіночності.

Будь то цукерково-рожевий, блідо-рожевий або фуксія, рожевий – це динамічний колір, відзначений відтінком делікатності. Він також асоціюється з ніжністю та щастям, існує вираз «бачити життя в рожевому кольорі». Позитивне значення: жіночність, романтизм, спокушання, щастя, ніжність, молодість. Негативне значення: немає. Представлення: квіти (троянди).

Логотипи великих брендів переважно з використанням рожевого кольору – Barbie, FIP, Deutsche Telekom.

Таблиця 3.2

<p>Усього 165 (100%)</p>	<p>Найчастотніші колороніми у французькій мові</p>
---	---

№	Колоронім	Відсоток	Кількість
1	Білий	27%	44
2	Чорний	22%	36
3	Червоний	18%	30
4	Зелений	11%	19
5	Блакитний, синій	11%	18
6	Жовтий	7%	11
7	Рожевий	4%	7

3.4 Значення кольорів в українській мові

У фразеологізмах з компонентом «колір» відбито національну психологію українського народу, внутрішній світ мовця, адже пізнати людину – означає пізнати зміст, закладений у її мові. Саме це визначає риси ментальності особистості, що живе у певній культурі й має певну модель поведінки.

Фразеологізми з колірним компонентом викликають значний інтерес для дослідження. Вони будуються на основі опозицій цінностей орієнтацій людини: ситий – голодний, краса – потворність, добро – зло, життя – смерть, багатство – бідність тощо. У функціонуванні їх найвиразніше виявляються зображувально-емоційна функція, яка допомагає авторові виявити свої почуття, ставлення до фактів, подій та викликає відповідні емоції у читачів (слухачів), та зображувально-змалювальна функція фразеологізмів, яка сприяє наочності у вираженні думок й почуттів, які майстер слова прагне передати у формі образних уявлень.

Колір виділений логічним мисленням у процесі пізнання об'єктивності дійсності завдяки наявності у людини кольорового зору та належить до неосновних форм існування матерії. Кольоровий спектр у природі безперервний, але людина дискретно членує та позначає кольорову гаму. Людське око, за даними вчених,

здатне в оптимальних умовах спостереження розрізнити десять мільйонів кольорів, але у мовах мають значно меншу кількість знаків для їх позначення.

Найпоширенішими у складі фразеологізмів виступають такі кольори: чорний, білий, синій (блакитний), золотий тощо. Рідше вживаються фразеологізми на позначення таких кольорів, як; жовтий; рябий; рудий; зелений (які належать до найдавнішої лексики й відрізняються своїми лексико-семантичними характеристиками від пізніших позначень кольорів з предметною внутрішньою формою); попелястий; сивий; срібний; гороховий; бірюзовий; рожевий; малиновий; коричневий.

Досліджено, що більшість фразеологізмів на позначення кольору мають негативне значення. Світ у свідомості людини «фільтрується» через мережу концептуальних моделей та відповідним чином трансформується, категоризується та осмислюється. Е. Бенвеніст писав колись, що «форму мовної одиниці можна визначити як здатність цієї одиниці розкладатися на елементи нижчого рівня».

Значення мовної одиниці можна визначити як властивість її бути складовою частиною – інтегрантом одиниці вищого рівня» [29, с. 75].

З давніх часів в українців чорний колір був символом зла, а білий – символом добра, тому засвідчено, що для вираження негативної оцінки здебільшого використовуються чорний колір, а для позитивного – білий (хоч й не завжди). Фразеологізми як знаки вторинної номінації пов'язані з асоціативним мисленням, тобто з образним уявленням, яке у різних народів неоднакове, тому цілком можна говорити про самобутність українських фразеологізмів, у яких яскраво виявляється специфічний колорит нашої мови, ментальність народу, зосереджений ексклюзивний світ етносу та мовця, який маніфестує психоментальні особливості народу та індивідуальні риси особистості.

У кожній мові назви навіть основних кольорів, що збігаються в перших значеннях, не збігаються в похідних й в їх фразеологічному використанні. Проаналізувавши 92 українських ФО було визначено, що в українській мові домінують чорний (34 ФО), білий (25 ФО), синій (блакитний) (9 ФО) та червоний (8 ФО) кольори (див. дод. 3).

Найчастотнішим в українській мові є колоронім «чорний» (36%). Чорний колір традиційно втілює зло, руйнування та смерть. В Україні чорний – символ темряви, зла й смерті. Взагалі, всіх злих сил, процесів гниття та затемнення. Виступає символом глибокого трауру й тяжкого горя (чорна справа, чорна невдячність, чорна доля).

Люди, які люблять чорний, можуть бути консервативними та серйозними, або вони можуть вважати себе складними або дуже гідними.

Чорний часто розглядається як колір вишуканості. Багаті й орієнтовані на успіх жінки часто вибирають чорний, оскільки це може створити враження елегантності, витонченості та впевненості. Чорний – це кінець, але кінець завжди має на увазі новий початок. Коли світло з'являється, чорний стає білим, колір нового початку.

Чорний – це поєднання всіх кольорів. Він представляє щось невідоме, таємне. Чорний колір – колір ночі, потойбіччя, всього невідомого і таємного. Чорний колір, як не дивно, пов'язаний з морем. Це слово походить від давньоруського Поньт, Поньтское море. Понтійське море – древня назва Чорного моря. Так, предки визначили колір за зовнішнім виглядом водного простору, яке часто здавалося темним, похмурым. До речі, слово «чорний» пов'язано і з давньоіранським «темний».

Після «чорного» йде «білий» (26%). В Україні білий – символ невинності, чистоти й радості. Українські предки співвідносили цей колір з Богом, тому ставлення до нього було особливо поважним (біла (панська) кістка, біла пляма, білі гребні хвиль). Білий колір – колір досконалості та чистоти. Психологічне значення білого – це чистота, невинність, цілісність й завершення.

У той час як білий не стимулює почуття, він відкриває шлях для створення всього, що може задумати розум. Білий містить рівний баланс всіх кольорів спектра, що представляє як позитивні, так та негативні аспекти всіх кольорів. Його основною рисою є рівність, що припускає справедливість й неупередженість, нейтральність та незалежність.

Цікаво відзначити, що діти приходять у світ з ідеальним балансом білого кольору, готовим віддрукувати своє життя зі всіма кольорами спектра з усіх життєвих подій. Білий повністю відображає, пробуджує відкритість, зростання й творчість. Білий – це колір захисту та заохочення, що пропонує почуття спокою, комфорту й надії, допомагаючи пом'якшити емоційні розлади.

Білий колір визнаний самим древнім кольором. Слово, яке його позначає, має індоєвропейський корінь «bra» або «bre» в значенні «блищати, світити, сяяти». І, дійсно, білий колір часто асоціюється з поняттям «світлий». У багатьох народів білосніжні відтінки символізують світло, чистоту, невинність.

Третє місце займає колоронім «синій, блакитний» (10%). Спокій та задоволення. Знижує частоту пульсу та дихання, кров'яний тиск, налаштовує організм на ошадливий режим й відпочинок. Символічно відповідає воді, флегматичному темпераменту, жіночності, лівій стороні, горизонтальному напрямку, позачасовій вічності.

Синій – це єднання з навколишнім, розряджена емоційність, готовність до естетичних переживань та натхненних роздумів.

Світло-синій – це також колір безпечності. Ясність й прямота. Асоціюється з інтелектуальною діяльністю, спокійними роздумами. Доведено, що в приміщеннях з блакитними стінами, результати спортсменів покращуються. Пошук істини та тяга до досконалості – такі устремління людини, яка обирає небесно-блакитний (за синім морем, синій птах, синя панчоха).

Походження слова «блакитний» досить туманне. Блакитний колір вважають похідним від слова «голуб». Забарвленню цих птахів підібрали точну назву – «блакитний». Виходить, що раніше блакитний колір позиціонували як сизий, а не світло-блакитний. Уточнили відтінок блакитного кольору лише до 18 століття, до цього ніхто точно не міг сказати, який він.

«Синій» пов'язаний зі словом «сяяти», тому початкове значення – «блискучий, сяючий». Дослідники зустрічали слово «синій» в значенні «чорний», «темний». Синій колір придбав сучасний сенс під впливом моря, виблискуючого під променями сонця і кольору неба з сяючим на ньому сонцем.

Після цього колороніму йде «червоний» (8%). В Україні червоний колір має подвійний символізм. З одного боку, це символ любові матері, а з іншого – символ страждання, ворожості, помсти й агресії (червоний мов жар, аж червоні вогні в очах, червоний день). Червоний – це теплий та позитивний колір, пов'язаний з найбільшими фізичними потребами й волею до виживання.

Він випромінює сильну та потужну енергію. Він збуджує емоції й спонукає діяти. Він означає лідерські якості, що сприяють амбітності та рішучості. Він також вольовий й може дати впевненість тим, хто сором'язливий або позбавлений сили волі. Будучи кольором фізичного руху, червоний колір будить фізичну життєву силу.

Червоний колір може стимулювати апетит, часто використовуваний в ресторанах для цієї мети. Це також збільшує тягу до їжі та інших стимулів. Бути оточеним занадто великою кількістю червоного кольору може викликати у роздратування, хвилювання і, в кінцевому рахунку, гнів. Червовий колір – так предки називали червоний колір.

«Червоний» і «червлений» мають спільний корінь з дієсловом «червіти», що означає «фарбувати червоним». У свою чергу «червіти» базується на слові «хробак». Справа в тому, що раніше червону фарбу одержували з черв'яків особливого виду. Слово «червоний» є загальнослов'янським за походженням. Утворено воно від слова «краса» і вживалося спочатку як «хороший, красивий».

Лише після 16 століття «червоний» став символізувати найбільш яскравий колір у колірному спектрі. У червоного кольору є багато відтінків.

Разом с червоний четверте місце посідає «золотий» (8%). Золотий – символ святості, свідчення Божественної Сили, світлого подвигу Сина Божого та чистоти Пресвятої Богородиці. Він також символізує Сонце й багатство. Та золотий колір має бути чистим, а багатство – духовним. Золотий колір символізує святість, поки золото – тільки символ; коли ж золото перестає бути символом багатства, а само стає багатством, воно втрачає символіку святості й стає символікою тлінної наживи.

Стихія золотого кольору – вогонь, а світило небесне – Сонце: саме вони вимагають вогненно-сонячної чистоти від усього золотого. Як колір Сонця та вираз живого, але застиглого, сонячного променя, посідає особливе місце у світовій гармонії кольорів: його місце – тільки центр, його напрям – лише вверху, до Сонця; його стихія – тільки вогонь, бо наймогутніший й найсвятіший вогонь – Сонце, яке ще називається золотом (золота серединка, золота молодь, золоте руно).

Золотий колір автоматично змушує думати про дорогоцінний метал – золото – синонім багатства, лідерства (золота медаль). Золотий – це блискучий жовтий, який, як і жовтий, є носієм сили, за винятком того, що він не вказує на владу, а навпаки, на силу через гроші. Колір помпезності та розкоші, золотий довгий час було привілеєм заможних людей на їхньому одязі, їхніх прикрасах або в їх резиденціях.

Він також пов'язан з родючістю. Золотий не має негативного значення, окрім, як наслідок, якоїсь людської жадібності. Позитивне значення: багатство, родючість. Негативне значення: немає. Представлення: метали (золото), золоті злитки. Логотипи великих брендів переважно з використанням золотого кольору – *Palme d'Or*, *Miss France*, *Carte d'Or*.

Ще один колоронім посідає четверте місце – «зелений» (8%). Зелений колір – це змішування енергій сонця з водою. Він є одним з улюблених кольорів українців. Це було дуже помітно в одязі: куртки без рукавів, спідниці, плахти, чоловічі штани, реміні, шапки, прикраси тощо. Загалом його використовують у поліхромній вишивці або у ткацтві.

Зелений утворюється з поєднання синього та жовтого. Це поєднання також показує значення кольору: це природа, царство рослин, яке існує на межі неба – жовтий колір сонця, та води – блакитний. Активний енергетичний жовтий та заспокійливий гармонійний синій нейтралізують й доповнюють одне одного, переплітаючись зеленим.

Випереджаюча дія жовтого та відступаючий рух синього фіксують зелений колір в одному місці, роблячи його пасивним кольором. Він містить у собі задоволення, спокій, стриманість. Це не колір руху й динаміки, це колір

потенційної енергії, накопиченої, але не діючої, він вказує на внутрішній потенціал, але не дає їй вихід. Зелений – це колір пробудження, колір життя, молодості, зростання та сили.

«Зелений» пов'язаний з древнім «зел'» («зелений»). У давньоруській мові функціонував іменник «зель» в значенні «зелень, трава». Цей же корінь є у знайомих нам словах «злак, зілля, зола, золотий, жовтий».

Таблиця 3.3

Усього 92 (100%)	Найчастотніші колороніми в українській мові			
	№	Колоронім	Відсоток	Кількість
	1	Чорний	36%	34
	2	Білий	26%	25
	3	Синій, блакитний	10%	9
	4	Червоний	8%	8
	5	Золотий	8%	8
	6	Зелений	8%	8

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Отже, доходимо висновку, що фразеологізми відіграють дуже велику роль у поповненні словникового складу всіх мов, а також в способах вираження людської думки в різних контекстах або стилях. Таким чином, у ході нашого дослідження ми з'ясували, що фразеологізм – це семантично перетворена одиниця мови, яка співвідноситься як із словом, так зі словосполученням й пропозицією.

Фразеологізми грають дуже велику роль в поповненні словникового складу мови, а також в способах вираження людської думки в різних контекстах або стилях. Фразеологізми мають складну лексико-граматичну структуру, в утворенні якої грають роль екстралінгвістичні та інтралінгвістичні чинники.

Ці чинники й обумовлюють «національний характер» ФО. На основі цього можна зробити висновок про те, що у фразеологізмах найяскравіше відбита національна своєрідність мови. Французька фразеологія тісно пов'язана та історією, культурою й побутом французького народу, в ній втілені його дух, психологія, відношення до тих або інших фактів реальності.

В англійській мові відбулося досить багато історичних змін, про що свідчить чимала кількість словосполучень та виразів, що накопились за цей час та виявилися доволі влучними та лаконічними. Наукові парадигми сучасності демонструють, що фразеологія – це невичерпне джерело, що постійно поповнює лексичний склад мови.

Важливо також зазначити, що практично усі фразеологізми з компонентом кольору мають свої аналоги в українській мові. Було проаналізовано 195 ФО в англійській мові, найбільш частотними виявилися одиниці з колоронімом «чорний» (23%), «синій, блакитний» (21%), «білий» (19%) та «червоний» (18%) (дод. 4).

Проаналізовано було 165 ФО у французькій мові, найбільш частотними виявилися одиниці з колоронімом «білий» (27%), «чорний» (22%), «червоний» (18%) та «зелений» (11%) (дод. 5). Проаналізовано було 92 ФО в українській мові

та частотними опинилися «чорний» (36%), «білий» (26%), «синій, блакитний» (10%) та «червоний» (8%) (дод. 6).

Якщо проаналізувати забарвленість в цих двох мовах, то можна виявити, що білий колір в англійській та французькій мовах – це символ холоду та порожнечі, а в українській мові – має більш піднесений характер – символ невинності та чистоти, один колір має протилежні значення в різних мовах; це стосується також червоного кольору: в англійській та французькій мовах – це колір небезпеки та чогось забороненого, а в українській – символ любові матері.

Але кольори у цих мовах мають та збіжну забарвленість. Наприклад, чорний – в цих мовах це символ темряви та зла; та синій колір – й в англійській й у французькій й в українській мовах він символізує довіру та недосяжну мрію.

Колір – це розсіювання світла на різних довжинах хвиль, та кожна довжина хвилі сприймається як окремий колір. Об'єкти схильні поглинати або відбивати ці довжини хвиль, тому, коли ми бачимо жовтий лимон, відбивається жовта довжина хвилі, а всі інші поглинаються. Люди відчують колір.

Як або що вони відчують з цього приводу, це залежить від людини. Деякі кольори дають відчуття безтурботності й спокою, вони зазвичай лежать в синьому боці спектру, що складається з фіолетового та зеленого. Інші викликають лють або означають пристрасть; вони лежать в червоному спектрі, який включає помаранчевий й жовтий.

Сприйняття кольору суб'єктивно, а певні кольори мають дуже універсальне значення. Психологія кольору – дуже важливий інструмент, який використовується художниками, декораторами інтер'єра та механізмом маркетингу в багатьох галузях. Причина, по якій багато офісів мають безліч відтінків сірого й коричневого кольору, вбудованих в їх декор, полягає в тому, що ці кольори мають тенденцію до збільшення продуктивності.

Це справедливо для корпоративного середовища, але якщо хтось мав працювати, наприклад, в індустрії моди або в засобах масової інформації, використання яскравих та більш «барвистих» фарб допоможе стимулювати

творчість. Багато автомобільних рекламних роликів показують чорну машину, тому що цей колір пов'язаний з достатком й серйозністю.

Це змушує споживача вважати, що продукт варто купувати. Навіть індустрія продуктів харчування та напоїв використовує колір, щоб привернути більше людей до певних брендів. Фіолетова й золота упаковка певної марки цукерок – це техніка, яка заманює споживача, вважаючи, що це шоколадна ліцензія, та чому б не хотіти купувати найкраще з кращих.

У культурному плані кольори мають різні значення, пов'язані з ними. Колір стимулює мозок, й з давніх часів виявився корисною альтернативою психотерапії. Оскільки кожна людина має різні емоції, пов'язані з різними кольорами, універсальне значення кольорів може або не може працювати в цих випадках. Далі наведено перелік деяких символічних значень кольорів у всьому світі.

Західні культури прийняли деякі східні кольори, тоді як деякі східні культури прийняли західні ідеї.

Значення червоного кольору

Захід	Символ енергії, хвилювань, небезпеки, любої, пристрасті, гніву, Різдва в поєднанні із зеленим, дня святого Валентина
Схід	Символ процвітання, удачі, носять наречені, символ радості в поєднанні з білим
Китай	Колір удачі та святкування, життєвих сил, щастя, довгого життя, використовується як весільний колір, використовується в багатьох церемоніях від похоронів до весіль, традиційно носять на китайський

	Новий рік, щоб принести удачу та процвітання
Індія	Колір чистоти, родючості, любові, краси, багатства та влади, використовується у весільних обрядах, знак заміжньої жінки, також колір страху та вогню
Японія	Символ життя, гніву й небезпеки

Значення рожевого кольору

Захід	Символ турботи та виховання, кохання та романтики, жіночності
Європа	Символ жіночності
Схід	Жіночий колір
Бельгія	Рожевий традиційно використовувався для хлопчиків – зараз частіше він використовується для дівчаток
Японія	Подобається як чоловікам, так й жінкам

Значення помаранчевого кольору

Захід	Колір недорогих речей, Хелловіну у поєднанні з чорним
Схід	Символ щастя, духовності
Ірландія	Кольор протестантів, знаходиться на ірландському прапорі разом із білим для миру та зеленим для католиків
Нідерланди	Колір голландської королівської родини

Індуїзм	Шафран, ніжний помаранчевий колір, вважається сприятливим й священним кольором
----------------	--

Значення жовтого кольору

Захід	Символ щастя, радості, надії, боягузтва, обережності, попередження про небезпеку та небезпечні речовини
Китай	Священний колір, символізує честь, чоловічий колір
Таїланд	Вважається сприятливим, оскільки яскраво-жовта квітка "свищ касії" є національним символом, представляє буддизм, жовтий вважається королівським кольором, кольором понеділка, який є днем народження короля
Японія	Символ мужності, краси та вишуканості, аристократії, життєрадісності
Європа	Символ щастя, радості, боягузтва, слабкості, попередження про небезпеку

Значення зеленого кольору

Захід	Щасливий колір у більшості західних культур, символ весни, нового народження, регенерації, Дня святого Патріка, Різдва в поєднанні з червоним, ревностів, жадібності
--------------	--

Китай	Символ нового життя, регенерації та надії, родючості, ганьби – надання китайцеві зеленого капелюха означає, що його дружина зраджує йому, екзорцизму
Індія	Колір ісламу, надії, нових починань, врожаю
Японія	Символ вічного життя, молодості, свіжості
Середній Схід	Колір ісламу, міцності, родючості, удачі

Значення синього (блакитного) кольору

Захід	Символ довіри та авторитету, консервативності, спокою, депресії, смутку, чоловічий колір
Китай	Колір безсмертя, жіночий колір
Мексика	Символ трауру, довіри, безтурботності
Іран	Колір трауру, символ неба та духовності, безсмертя
Індія	Колір Крішни, національний спортивний колір

Значення фіолетового кольору

Захід	Символ духовності, багатства й слави, колір високопоставлених посад влади, символізує військову честь (пурпурне серце)
Індія	Колір смутку, заспокоєння

Японія	Символізує привілейований прошарок суспільства, багатство
Таїланд	Колір трауру для вдів, колір який символізує суботу
Католицизм	Символ трауру, смерті, розп'яття

Значення білого кольору

Захід	Символ наречених та весіль, ангелів, лікарень, лікарів, миру – білий голуб, чистоти
Китай	Колір смерті та трауру, чистоти, смирення, похилого віку, нещастя
Індія	Символ нещастя, символ скорботи при смерті члена сім'ї, традиційно колір, який дозволяється носити вдові, символізує похорони, мир й чистоту
Корея	Колір чистоти, невинності, моралі, народження та смерті
Схід	Символ смерті, трауру та похорон, смутку

Значення чорного кольору

Захід	Колір влади, контролю, залякування, похорон, смерті, трауру, повстання
Індія	Символізує зло, негатив, темряву, гнів й апатію, колір який відганяє зло
Японія	Колір таємниці та ночі, може асоціюватися з жіночою енергією – або

	є символом зла й загрози, або провокації та привабливості
Таїланд	Символ нещастя, невдачі, зла
Іудаїзм	Колір нещастя, невдачі, зла

ВИСНОВКИ

ФО є унікальним явищем, що зумовлюється асиметрією між їхніми денотативними референтами і сигнікативною системою у процесі функціонування. У них закладено фонову інформацію про позамовну дійсність, тому мова виступає одним з основних засобів збереження етносу.

Феномен асиметрії пояснюється тим, що етимологічний референт денотата модифікувався, набувши у фраземах реліктового статусу. Серед дослідників фразеологізмів немає єдиного визначення фрази «фразеологічна одиниця». Вчені пропонують близько 20 визначень. Серед багатьох особливостей ФО можна виділити найбільш загальний: семантичну цілісність або семантичну невизначеність ФО, метафоричний, образний дизайн, відтворюваність, наявність принаймні двох повнозначних слів та інше.

Серед багатьох класифікацій, найбільш часто використовувану класифікацію фразеологізмів запропонував В. В. Виноградов. Значення фразеологізмів частково впливає з цінностей їх компонентів, і тому ці компоненти наділені певною частиною семантичної автономії. Але головним засобом створення нових значень ФО є фразеологічне переосмислення – це повне або часткове фігуративне перетворення значення прототипу фразеологізму (або фразеологічного варіанту), який заснований на смисловому зрушенні.

Найважливішими типами переосмислення є порівняння, метафори та метонімія. Колір у нашому житті відіграє дуже важливу роль, оскільки численні кольори, їхні імена та символічне значення для будь-яких людей є своєрідним відображенням світу. Сприйняття кольору є відображенням національної ідентичності, як життя і побуту, звичаїв кожної нації.

Знання національних особливостей сприйняття кольору допомагає полегшити спілкування на міжнародному рівні. Фразеологізми, що містять компонент кольору, відображають національно-культурні особливості соціального і духовного життя людей, його ставлення, життя, психології, а також специфіку історичного, культурного, економічного розвитку, природного географічного середовища, національного фольклору, ритуали і звичаї даного народу.

Для того, щоб правильно зрозуміти іншу культуру, потрібно навчитися правильно інтерпретувати значення мови кольору, потрібно знати національні особливості сприйняття кольору, а також вміти використовувати ці знання в реалізації міжкультурної комунікації. Кольорова картина світу включена в культурну картину світу, яка специфічна і різноманітна в різних націях і може бути визначена як відображення реальної картини через призму концепцій, що формуються на основі людського життя, уявлення, отримані через органи почуттів і пропущені через його свідомість, як колективні, так і індивідуальні.

Таким чином, колір, будучи міждисциплінарним об'єктом вивчення різних наук і областей людської діяльності, становить важливу частину в структурі всього людського досвіду і представлений в мові за допомогою цілої системи кольорових об'єктів. У дослідженні нами було обрано та проаналізовано 426 фразеологічних одиниць з елементом колороніму, з яких найуживанішими є кольори: білий (99 одиниць), синій / блакитний (63 одиниці) та чорний (62 одиниці).

Проаналізований у ході аналізу теоретичний матеріал дозволяє нам досягнути вирішення поставлених задач, а саме систематизувати використані нами фразеологічні одиниці та дослідити їх експресивність. У ході нашого дослідження ми з'ясували, що фразеологізм – це семантично перетворена одиниця мови, яка співвідноситься як із словом, так і з словосполученням й реченням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьев Л.Г. Сучасна українська мова. Фразеологія / Авксентьев Л.Г. – Харків: Вища освіта, 1983. – 137 с.
2. Авксентьев Л.Г. Семантична структура фразеологічних одиниць сучасної української мови та особливості її формування / Авксентьев Л.Г. – К.: Мовознавство, 1988. – 183 с.
3. Алефіренко М.Ф. Теоретичні питання фразеології / Алефіренко М.Ф. – Харків: Видавництво при Харківському державному університеті видавничого об'єднання «Вища школа», 1987. – 136 с.
4. Амосова М.М. Основи англійської фразеології / Амосова М.М. – М.: Вища школа, 1989. – 263 с.
5. Антрушина Г.Б. Лексикологія англійської мови / Антрушина Г.Б. – М.: Вища освіта, 1988. – 288 с.
6. Арбекова Т.І. Лексикологія англійської мови / Арбекова Т.І. – М.: Вища школа, 1997. – 240 с.
7. Арнольд І.В. Стилїстика. Сучасна англійська мова / Арнольд І.В. – М.: Флінта: Наука, 2002. – 384 с.
8. Бабій І. Н. Вторинна номінація кольору в художній картині світу / Бабій І.Н. – Черкаси: Прапор, 2010. – 334 с.
9. Бабій І. Н. Семантико-граматична природа прикметників зі значенням кольору у прозовій мові / Бабій І.Н. – Черкаси: Прапор, 2004. – 216 с.
10. Баллі Ш. Французька стилїстика / Баллі Ш. – К.: Спадщина, 1961. – 345 с.
11. Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник / Баранцев К.Т. – К.: Освіта, 1969. – 283 с.
12. Берловська В.Д. Англійська загальнонаукова лексика і фразеологія / Берловська В.Д. – Харків: Вища освіта, 2006. – 165 с.
13. Білоноженко В.М. Фразеологічний словник української мови / Білоноженко В.М. – К.: Наукова думка, 1993. – 788 с.
14. Бурлакова В.В. Основи структури словосполучення в сучасній англійській мові / Бурлакова В.В. – М.: Вища школа, 1975. – 565 с.

- 15.Виноградов В. В. Лексика і лексикографія: Вибрані праці / Виноградов В.В. – К.: Вища освіта, 1993. – 312 с.
- 16.Гак В.Г. Бесіди про французький слові / Гак В.Г. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 336 с.
- 17.Гуричев М. С. Нариси з синтаксису новофранцузької мови / Гуричев М.С. – К.: Наша культура і наука, 1965. – 154 с.
- 18.Жуков В.П. Семантика фразеологічних зворотів / Жуков В.П. – К.: Знання-Прес, 1999. – 212 с.
- 19.Кащеєва М.А. Практична лексикологія / Кащеєва М.А. – М.: Вища освіта, 1974. – 196 с.
- 20.Кочерган М.П. Загальне мовознавство / Кочерган М.П. – К.: Наука, 1999. – 288 с.
- 21.Кунін В.В. Фразеологія французької мови / Кунін В.В. – Харків: Халімон, 1997. – 519 с.
- 22.Ларін Б.О. Фразеологія та лексикографія / Ларін Б.О. – К.: Наукова думка, 1989. – 307 с.
- 23.Матвіяс І.Г. Діалектна основа лексики і фразеології в українській літературній мові / Матвіяс І.Г. – К.: Мовознавство, 2007. – 137 с.
- 24.Назарян А.Г. Фразеологія сучасної французької мови / Назарян А.Г. – К.: Академія, 1989. – 318 с.
- 25.Нікітін М.В. Лексичне значення слова / Нікітін М.В. – М.: Вища школа, 1983. – 127 с.
- 26.Онкович Г.О. Фразеологізми як національно-культурний компонент / Онкович Г.О. – К.: Диво слово, – 146 с.
- 27.Павлова Н. А. Системні семантичні властивості і відносини фразеологізмів / Павлова Н.А. – К.: Академія, 1991. – 290 с.
- 28.Редін П.О. Типи системних зв'язків фразеологічних одиниць у мові / Редін П.О. – К.: Мовознавство, 1994. – 152 с.
- 29.Скрипник Л.Г. Фразеологія української мови / Скрипник Л.Г. – К.: Прапор, 1973. – 759 с.

- 30.Смирницький А.І. Лексикологія англійської мови / Смирницький А.І. – М.: Вища освіта, 1956. – 236 с.
- 31.Сміт Л.П. Фразеологія англійської мови / Сміт Л.П. – М.: Вища освіта, 1959. – 387 с.
- 32.Степанов Ю.С. Французька стилістика / Степанов Ю.С. – Харків: Вища освіта, 2002. – 359 с.
- 33.Удовиченко Г.М. Фразеологічний словник української мови / Удовиченко Г.М. – К.: Знання-Прес, 1984. – 141 с.
- 34.Ужченко В.Д. Фразеологічний словник української мови / Ужченко В.Д. – К.: Освіта, 1998. – 224 с.
- 35.Ухтомський А.В. Англійські фразеологізми в усному мовленні / Ухтомський А.В. – М.: Вища школа, 2005. – 451 с.
- 36.Фалькович М.М. Лексичний мінімум з англійської мови / Фалькович М.М. – М.: Вища школа, 1964. – 339 с.
- 37.Федуленкова Т.Н. Фразеологія і типологія / Федуленкова Т.Н. – К.: Наука, 2005. – 281 с.
- 38.Чекаліна Е.М. Лексикографія французької мови / Чекаліна Е.М. – К.: Спадщина, 2007. – 276 с.
- 39.Южченко В.Д. Народження і життя фразеологізму / Южченко В.Д. – К.: Вища освіта, 1988. – 144 с.
- 40.Alekhina A. Semantic Groups in English Phraseology / Alekhina A. – Minsk, 1978. – 248 p.
- 41.Baranov A. Idioms from a cognitive perspective / Baranov A. – M., 1999. – 110 p.
- 42.Cambridge international dictionary of idioms – Cambridge: Cambridge university press, 1998. – 426 p.
- 43.Chaurand, Jacques & Mazière, Francine La définition / Chaurand, Jacques & Mazière, Francine – Paris: Larousse, 1990. – 210 с.
- 44.Dubois, Jean & Dubois, Claude Introduction à la lexicographie / Dubois, Jean & Dubois, Claude – Paris: Librairie Larousse, 1971. – 122 с.

45. Fowler W. S. A dictionary of idioms / Fowler W. S. – L.: Campbell, 1972. – 231 p.
46. Gross, Gaston Les expressions figées en français ; noms composés et autres locutions / Gross, Gaston – Paris: Éditions Ophrys, 1996. – 302 c.
47. Kunin A. V. English-Russian dictionary of idioms / Kunin A. V. – M., 2005. – 503 p.
48. Lehmann, Alise De définition à définition. L'interprétation dans le dictionnaire par le jeu des renvois / Lehmann, Alise – Paris: Larousse, 1990. – 223 c.
49. Longman dictionary of English idioms – L.: Longman Group UK Limited, 1979. – 427 p.
50. Rey-Debove, Josette & Rey, Alain Le Nouveau Petit Robert, dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, nouvelle édition / Rey-Debove, Josette & Rey, Alain – Paris: Le Robert, 1993. – 205 c.



Усього 195 ФО (100%)



Усього 165 ФО (100%)



Усього 92 ФО (100%)

Фразеологічні одиниці з компонентом на позначення кольору в англійській мові

Black (чорний)	
1	As black as a sweep (чорний як сажотрус)
2	As black as skillet (a stack of black cats) (чорний як сажа)
3	As black as pitch (темрява непроглядна)
4	Be in the black (бути в прибутку)
5	Black art (чорнокнижництво)
6	Black and blue (весь в синцях)
7	Black as coal (as ink, as night) (чорний як вугілля, як чорнило, як ніч)
8	Black as sin (thunder, thunder cloud) (похмуріше хмари)
9	Black box (чорний ящик)
10	Black Country (промислові райони середньої Англії)
11	Black dog (туга зелена)
12	Black economy (тіньова економіка)
13	Black eye (синяк під оком)
14	Black gold (нафта)
15	Blackguard (шахрай, пройдисвіт)
16	Black hole (чорна діра)
17	Black ice (ожеледиця)
18	Black ingratitude (чорна невдячність)
19	Black list (список людей, наділених або підозрюваних в чому-небудь)

20	Black looks (злі погляди)
21	Black Maria (тюремна карета)
22	Black mark (ознака несхвалення)
23	Black market (нелегальна торгівля товаром)
24	Black sheep (паршива вівця)
25	Blacksmith (коваль)
26	Black spot (небезпечне місце)
27	Black stump (далека далечінь)
28	Black tie (чорна краватка зі смокінгом)
29	In black and white (у письмовій формі)
30	In (someone's) black books (у чорному списку)
31	In the black (в кредиті)
32	Jet black (чорний, як смола)
33	Paint a black picture (у чорному кольорі)
34	Pitch-black (чорний, як смола)
35	Prove that black is white (видавати біле за чорне, одне за інше)
36	Put down in black and white (написано чорним по білому)
37	Put up a black (допустити промах, помилку)
38	To be in a black book (чорна книга, чорні списки)
39	To beat black and blue (побити до синців, живого місця не залишити)
40	To blacklist (someone) (вносити в чорний список)
41	To blackmail (someone) (шантажувати)
42	To black out (затемнювати, знепритомніти)
43	To have a blackout (взяти перерву)
44	To know black from white (розуміти що до чого)
45	To put a black on smb. (шантажувати)

Blue (синій, блакитний)	
1	Be in the blues (бути в сум'ятті, зневірі)
2	Boys in blue (моряки, поліцейські)
3	Black-and-blue (синяк)
4	Blue blood (блакитна кров)
5	Blue chips (акції компанії, які виплачують високі дивіденди)
6	Blue collar («Синій комірць»)
7	Blue devils (зневіра)
8	Blue-eyed boy (молода людина, яким захоплюються тому, що він успішний)
9	Blue in the face (позеленіти від злості)
10	Blue funk (стан крайнього жаху)
11	Blue Peter (блакитний прапор з білим квадратом, сигнальний прапор про відхід в море)
12	Blue stocking (синя панчоха)
13	Blue to principles (вірний принципам)
14	Cambridge blue (світло-блакитний колір)
15	Cobalt blue (темно синій колір)
16	Copenhagen blue (сірувато-синій колір)
17	Disappear in the blue (розчинитися в повітрі)
18	Dressed in blue (що належить до партії консерваторів)
19	Duck-egg blue (блідо-зеленувато-блакитний колір)
20	Electric blue (колір електрик)
21	Gentian blue (пурпурно-синій колір)
22	Get the blues (хандрити)
23	Into the blue (в невідомість)
24	Midnight blue (темно синій)

25	Navy blue (синій колір)
26	Nile blue (блідо-зеленувато-блакитний колір)
27	Once in a blue moon (дуже рідко)
28	Out of the blue (абсолютно несподівано, раптом)
29	Oxford blue (темно синій колір)
30	Peacock blue (переливчастий синій колір)
31	Powder blue (пудровий-синій)
32	Robin's-egg blue (світло-зеленувато-блакитний колір)
33	Royal blue (яскравий відтінок синього кольору)
34	Saxe blue (світлий сіро-блакитний колір)
35	Sky blue (блакить)
36	Steel blue (синювато-сталевий)
37	Talk until one is blue in the face (сперечатися до посиніння)
38	To beat black and blue (побити до синців, живого місця не залишити)
39	To burn blue (бути поганою ознакою)
40	To give smb. blue (наводити тугу на кого-то)
41	Wedgwood blue (блідо-блакитний колір)

White (білий)	
1	As white as a ghost (a sheet) (смертельно блідий)
2	As white as a driven snow (білосніжний)
3	Bleed white (викачувати гроші)
4	Be white about gills (мати нездоровий вигляд)
5	Egg white (ячний білок)
6	In black and white (у письмовій формі)
7	Lily-white (білосніжний)

8	Oyster white (сіро-білий колір)
9	Prove that black is white (видавати біле за чорне, одне за інше)
10	Put down in black and white (написано чорним по білому)
11	Raise a white flag (оголосити перемир'я)
12	Show the white feather (злякатися)
13	Snow-white (білосніжний)
14	White clover (блідий)
15	To know black from white (розуміти що до чого)
16	To stand in a white sheet (публічно каятися)
17	White collar («Білий комірцець», службовець компанії, не зайнятий фізичною працею)
18	White crow (біла ворона)
19	White elephant (не корисна річ)
20	White feather (символ боягузтва)
21	White flag (білий прапор, прапор парламентаря, сигнал про капітуляцію)
22	White goods (великі побутові прилади)
23	White-haired boy (white-headed boy) (улюбленець)
24	White-hot (розпечений)
25	White House (Білий дім)
26	White-knuckle (що змушує нервувати)
27	White lie (безневинна брехня, брехня для порятунку)
28	White-livered (боягузливий)
29	White man (порядна людина)
30	White night (безсонна ніч)
31	White plague (туберкульоз)
32	Whiter than white (надзвичайно чистий й білий)

33	White sepulcher (лицемір)
34	White tie (біла краватка-метелик, невід'ємний атрибут вечірнього чоловічого костюма)
35	Whitewash (намагатися приховати недоліки)
36	White wedding (весільна церемонія, де всі атрибути показують непорочність нареченої)
37	White witch (добра чарівниця)
Red (червоний)	
1	As red as a cherry (рум'яний)
2	As red as a poppy (червоний, як мак)
3	As red as a rose (червоний, як троянда)
4	Be in the red (бути в збитку)
5	Be/go on a red alert (бути готовим зустрітися з небезпекою)
6	Blood red (темно червоний)
7	Brick red (червонувато-коричневий)
8	Catch (someone) red-handed (спіймати на гарячому)
9	Chinese red (яскраво червоний)
10	In the red (у боргу, зі збитками)
11	Like a red rag to a bull (як червона ганчірка на бика)
12	Out of the red (виплутатися з боргів)
13	Paint the town red (вдаватися до веселоців, гуляти)
14	Red as beet (червоний як рак)
15	Red as blood (червоний як кров)
16	Red-blooded (повний рішучості, сміливий, відважний)
17	Red carpet ("Червона доріжка")
18	Red-carpet treatment (офіційний прийом)
19	Red cent (мідний гріш)
20	Redcoat (британський солдат)

21	Red-Cross (червоний хрест)
22	Red-faced (почервоніти від збентеження)
23	Red flag (попередження про небезпеку)
24	Red-headed (мати руде волосся)
25	Red heat (розпечний стан)
26	Red herring (відволікаючий маневр)
27	Red-hot (дуже гарячий, дуже популярний й успішний)
28	Red-letter day (святковий день)
29	Red light (сигнал небезпеки)
30	Red man (індіанець)
31	Red ned (дешеве червоне вино)
32	Red Planet (Марс)
33	Red skin (корінний американець)
34	See red (збожеволіти)
35	Thin red line (невелика група відважних людей, яка не поступається своїми позиціями)
36	Turkey red (яскраво червоний)

Green (зелений)	
1	Bottle green (пляшковий колір)
2	Do you see any green in my eye? (я здаюся тобі таким легковірним?)
3	Grass is always greener on the other side (of the fence) (добре там, де нас немає)
4	Green belt (зелена зона навколо міста)
5	Green-eyed monster (ревнощі)
6	Green hand (новачок, недосвідчена людина)
7	Greenhorn (наївний, недосвідчений)
8	Green light (зелена вулиця, свобода дій)

9	Green paper («Зелена книга», урядова публікація)
10	Green room (приміщення в театрі)
11	Green with envy (позеленілий від заздрості)
12	Have green fingers (мати хороші руки, про садівників)
13	Lime green (лаймовий зелений)
14	Lincoln green (жовтувато-зелений)
15	Look through green glasses (ревнувати)
16	Long green (гроші, долари)
17	Nile green (блідо-блакитно-зелений)
18	Pea green (гороховий зелений)
19	To be green about the gills (виглядати хворим)
20	To get the green light (отримати дозвіл на що-небудь)
21	To give the green light (дати «зелене світло», відкрити шлях)

Grey (сірий)	
1	All cats are grey in the dark (вночі всі кішки сірі)
2	Grey area (щось невизначене, яке не відповідає набору правил)
3	Grey cells/matter («сіра речовина», мозкові звивини)
4	Grey eminence ("сірий кардинал")
5	Get grey hair (волосся посивіло від стресу)
6	Grey matter (розумний, інтелігентний)
7	The grey population (люди похилого віку)
8	To turn grey (посивіти, постаріти)

Yellow (жовтий)	
1	Have a yellow streak (бути боязкою людиною)

2	Yellow as a guinea (жовте як лимон, зазвичай про обличчя)
3	Yellow-bellied (боягузливий)
4	Yellow belly (жовторотий пташеня)
5	Yellow pages («Жовтий довідник»)
6	Yellow press (жовта преса)
7	Yellow rag (бульварна газета)

**Фразеологічні одиниці з компонентом на позначення кольору у
французькій мові**

Blanc (білий)	
1	À blanc (без ризику)
2	Avoir blanc-seing (мати свободу дій)
3	Avoir du fromage blanc à la place du cerveau (бути дурним)
4	Avoir du fromage blanc sous la casquette (бути дурним)
5	Blanc comme neige (невинний)
6	Blanc comme un cachet d'aspirine (дуже блідий)
7	Blanc bonnet (однаковий)
8	Carte blanche (свобода дій)
9	Chauffer à blanc (сильно нагріти)
10	Chou blanc (повна невдача)
11	Col blanc (робітник)
12	Connu comme un loup blanc (відомий)
13	Coup blanc (безрезультатна дія)
14	Coupe à blanc (розробка)
15	Cousu de fil blanc (помітний)
16	De but en blanc (несподівано)
17	Dire blanc dire noir (мати протилежні думки)
18	Donner carte blanche (давати свободу дій)
19	Donner son seing-blanc (дозволяти)
20	Être blanc (погано виглядати)
21	Faire chou blanc (зазнати поразки)
34	Film noir (фільм жахів)
22	Fils de la poule blanche (щасливчик)

23	Ivre blanc (адміністративний звіт)
24	Laisser carte blanche (дати повну свободу)
25	Manger son pain blanc le premier (починати з самого приємного)
26	Marquer d'un caillou blanc (пам'ятати)
27	Marquer d'une croix blanche (пам'ятати)
28	Marquer d'une pierre blanche (пам'ятати)
29	Merle blanc (біла ворона)
30	Messe blanche (порожня розмова)
31	Nègre blanc (туманний)
32	Noir sur blanc (письмовий)
33	Nuit blanche (безсонна ніч)
34	Oie blanche (наївна дурепа)
35	Or blanc (платина)
36	Page blanche (незвідане відчуття)
37	Passer du noir au blanc (з однієї крайності в іншу)
38	Passer une nuit blanche (не спати)
39	Peur blanche (смертний страх)
40	Rare comme le merle blanc (рідкісний)
41	Respecter les cheveux blancs (поважати сивини)
42	Rougir jusqu'au blanc des yeux (червоніти)
43	Saigner à blanc (зруйнувати)
44	Sourire blanc (неприродна усмішка)

Noir (чорний)	
1	Au noir (нелегально)
2	Bête noire (предмет особливої ненависті)
3	Bile noire, mélancolie noire (чорна меланхолія)
4	Blouson noir (хуліган)

5	Broyer du noir (впадати в зневіру)
6	Caisse noire (підпільний фонд)
7	Chemises noires (італійські фашисти)
8	Dire blanc dire noir (мати протилежні думки)
9	Être la bête noire (бути об'єктом ненависті)
10	Faire du marché noir (займатися забороненою торгівлею)
11	Gueules noires (шахтарі)
12	Humeur noire (пліткар)
13	Humour noir (чорний гумор)
14	Il fait noir comme dans la gueule du loup (темно)
15	Machines noires (похмурі вигадки)
16	Magie noire (чаклунство)
17	Marché noir (чорний ринок)
18	Mouton noir (паршива вівця)
19	Noir de crasse (чорний як бруд)
20	Noir de suie (чорний як сажа)
21	Nuit noire (невідомість)
22	Noir sur blanc (чорним по білому)
23	Oeil au beurre noir (синяк під оком)
24	Or noir (нафта)
25	Passer du noir au blanc (переходити від однієї крайності в іншу)
26	Petit noir (чашка чорної кави)
27	Porter du noir (одягатися в чорний одяг)
28	Pousser au noir (перебільшувати неприємну сторону)
29	Radis noir (священик у сутані)
30	Regarder dans oeil noir (дивитися спопеляючим поглядом)
31	Rendre noir (очорнити)
32	Travailler comme un noir (важко працювати)
33	Très noir (смоляний)

34	Vache noire donne du lait blanc (з лиця воду не пити)
35	Voir la vie en noir (впадати в депресію)
36	Voir tout en noir (впадати в депресію)
Rouge (червоний)	
1	Bâton de rouge à lèvres (помада)
2	Brûler le feu rouge (проїхати на червоне світло)
3	Carton rouge (догана)
4	Chapeau rouge (обезголовлений)
5	Compte un rouge (пасивний рахунок)
6	Dérouler le tapis rouge (вшанувати)
7	Être dans le rouge (перебувати в зоні надзвичайних ситуацій, труднощів, небезпеки)
8	Être rouge comme une écrevisse (дуже червоний, як раки після варіння)
9	Fâcher tout rouge (розлютитися)
10	Feu rouge (сигнал небезпеки)
11	Griller un feu rouge (проїхати на червоне світло)
12	Marquer quelqu'un au fer rouge (затаврувати розпеченим залізом)
13	Méchant comme un âne rouge (злий як чорт)
14	N'avoir pas un rouge liard (бути бідним)
15	Peau-rouge (північноамериканські індіанці)
16	Petit rouge (стаканчик червоного вина)
17	Plaine rouge (гільйотина)
18	Poisson rouge (золота рибка)
19	Rouge à lèvres (губна помада)
20	Rouge comme une cerise (червоний як вишня)
21	Rouge comme un coquelicot (дуже розгублений, сором'язливий)
22	Rouge comme un homard (червоний як омар)
23	Rouge comme une tomate (червоний як помідор)

24	Rouge de colère (розлючений)
25	Rouge de honte (ганебний)
26	Rouge de timidité (сором'язливий)
27	Tapis rouge (килим для церемоній)
28	Téléphone rouge (пряма лінія)
29	Travailler dans le rouge (працювати як проклятий)
30	Tube de rouge à lèvres (помада)
Vert (зелений)	
1	Avoir le feu vert (мати повну свободу дій)
2	Déchets verts (органічні відходи)
3	Donner le feu vert (дозволяти)
4	Donner une volée de bois vert (люто критикувати)
5	Espace vert (зелений простір)
6	Être encore vert (залишатися динамічним)
7	Être vert de froid (посиніти від холоду)
8	Être vert de peur (позеленіти від страху)
9	Habit vert (академічна форма)
10	Langue verte (злодійська мова)
11	Manger son blé vert (витрачати свої статки)
12	Mettre au vert (відступати)
13	Parti vert (екологізм)
14	Poumon vert d'une ville (зелена легеня міста)
15	Recevoir une volée de bois vert (сильно вдарити)
16	Révolution verte (зелена революція)
17	Tapis vert (стіл переговорів)
18	Temps vert (сира дощова погода)
19	Verte vieillesse (бадьора старість)
Bleu (блакитний, синій)	
1	Avoir du sang bleu (мати благородне походження)

2	Bas-bleu (педантична жінка)
3	Bête bleue (шкапа)
4	Blanc-bleu (впевнена людина)
5	Bleu-bite (військовий призовник)
6	Casques bleus (збройні сили ООН)
7	Col bleu (матрос)
8	Cordon-bleu (майстерна куховарка)
9	Cultiver la petite fleur bleue (сентиментальничати)
10	Dénicher l'oiseau bleu (відшукати що-небудь рідкісне)
11	Être fleur bleue (бути наївним й занадто сентиментальним)
12	Fleur bleu (сентиментальний)
13	Homme de bleu (моряк)
14	N'y voir que du bleu (бути ображеним)
15	Passer au bleu (забути щось зробити)
16	Petit bleu (телеграма)
17	Rester bleu (дивуватися)
18	Sang bleu (блакитна кров)
Jaune (жовтий)	
1	Cartouche jaune (вовчий квиток)
2	Carton jaune (санкція)
3	Être jaune comme du safran (страждати жовтяницею)
4	Gants jaunes (щиглі, франти)
5	Jaune comme cire (жовтий колір обличчя)
6	Jaune comme un coing (дуже жовтий)
7	Nain jaune (карткова гра)
8	Peindre en jaune (наставляти роги)
9	Race jaune (монголоїдна раса)
10	Rire jaune (змушено сміятися)
11	Sourire jaune (криво посміхатися)

Rose (рожевий)	
1	À l'eau de rose (нудотний)
2	Bonbon rose (легковажна істота)
3	Ce n'est pas rose (складно)
4	Découvrir le pot aux roses (розкрити таємницю)
5	Roman rose (любовна історія)
6	Voir la vie en rose (відчувати себе щасливим)
7	Voir voler les éléphants roses (напитися до зеленого змія)

Фразеологічні одиниці з компонентом на позначення кольору в українській мові

Чорний	
1	Видавати біле за чорне (виставляти що-небудь іншим)
2	Малювати чорними фарбами (показувати щось у непривабливому вигляді)
3	На (про) чорний день zostаватися (бути) (залишатися на час нестатків)
4	На чорну годину (на випадок тяжкої матеріальної скрути)
5	Наганяти чорну хмару (псувати настрої кому-небудь)
6	Пробігла чорна кішка (про неприємну розмову)
7	Тримати в чорному тілі (суворо поводитися з ким-небудь)
8	У роті чорно (хто-небудь дуже сердитий, лютий)
9	Чорна буря (шквалистий сухий вітер)
10	Чорна душа (про людину підступну, безсердечну)
11	Чорна злість (злоба) (дуже велика ненависть)
12	Чорна кістка (люди недворянського походження)
13	Чорна кішка пробігла поміж (хтось посварився з кимось)
14	Чорна кров (про загиблих ворогів)
15	Чорна меланхолія (дуже похмурий, сумний настрої)
16	Чорна невдячність (зло замість вдячності за зроблене добро)
17	Чорна пляма (що-небудь негативне, яке ганьбить кого-небудь)
18	Чорна смерть (чума)
19	Чорне діло (злочин, поганий вчинок)
20	Чорне духівництво (духовенство) (чернецтво)
21	Чорне золото (нафта; кам'яне вугілля)
22	Чорне слово (лайливий вираз)

23	Чорні злидні (дуже великі злидні)
24	Чорні хмари збираються (кому-, чому-небудь загрожує неприємність)
25	Чорний двір, чорне дворище (задній двір з приміщеннями для наймитів)
26	Чорний день (дуже тяжкий час, сповнений страждань)
27	Чорним по білому (цілком ясно, виразно, зрозуміло)
28	Чорний ринок, чорна біржа (місце для нелегальних валютних операцій)
29	Чорний хід (прохід у будівлі, признач. для господарських потреб)
30	Чорний хліб (що-небудь, зароблене важкою, виснажливою працею)
31	Чорний, як сім галок (дуже чорний)
32	Чорний, як смоль (дуже чорний)
33	Чорно перед очима (хто-небудь дуже знесилений, утомлений)
34	Як чорний віл на ногу наступив (дуже засмучений, невеселий)
Білий	
1	Біла ворона (той, хто виділяється серед інших)
2	Біла пляма (невивчені питання, які потребують свого розв'язання)
3	Біле вино (натуральне виноградне вино)
4	Біле м'ясо (м'ясо, придатне для дієтичного харчування)
5	Білий білет (свідоцтво про звільнення від військової служби)
6	Білий вірш (вірш без рим)
7	Білий двір (не забруднений, чистий двір)
8	Білий крук (те ж що й біла ворона)
9	Білий ліс (березовий ліс)
10	Білий ранок (світанок)
11	Білий світ (ранок, світанок; земля, життя)
12	Білим світом нудити (томитися, скучати)
13	Білими нитками шитий (по-шахрайськи, нечесно)

14	Білі ночі (літні ночі на півночі, коли вечірній присмерк зливається з світанком)
15	Білі раби (експлуатовані люди)
16	За слізьми світа білого не бачити (плакати невтішно)
17	До білої пам'яті (до глибокої старості)
18	Казка про білого бичка (що-небудь надумане, вигадане)
19	На білому (білім) світі – на землі, серед людей
20	Не бачити світу білого (тяжко страждати, бути ув'язненим)
21	Покинути білий світ (помирати)
22	Прощатися з білим світом (умирати)
23	Серед білого дня (удень)
24	У білий світ як у копійчку (не туди, куди слід)
25	Чорним по білому (абсолютно виразно, чітко)
Синій, блакитний	
1	Аж синій (дуже, надзвичайно)
2	Бідний, аж синій (дуже бідний)
3	Блакитна квітка (нездійсненна мрія)
4	За синім морем (у далеких краях, дуже далеко)
5	Синій птах (символ невловимого щастя)
6	Синя далечінь (символ недосяжної омріяної мети)
7	Синя панчоха (незаміжня жінка, позбавлена жіночності)
8	Тече блакитна кров у жилах (хто-небудь має, родовите походження)
9	Як бубон синій (який дуже посинів)
Золотий	
1	Золота серединка (про спосіб дії, якому чужі крайності)
2	Золота молодь (багаті діти, які розтринькують гроші батьків)
3	Золоте руно (омріяна мета, багатство)
4	Золоте слово (мудрий й гарний вислів)
5	Золотий вік (щаслива пора, епоха розквіту)

Червоний

108

1	Проходити червоною ниткою (бути основним, провідним у чому-небудь)
2	Пускати червоного півня (підпалювати що-небудь, викликати пожежу з метою помсти)
3	Червона лінія (умовна лінія, яка визначає межі і напрям чого-небудь)
4	Червона нитка (керівна ідея, головна думка)
5	Червона Шапочка (вкрай наївна людина)
6	Червона юшка (кров)
7	Червоний мов рак (про людину, в якої червоніє обличчя від великого припливу крові)
8	Червоні вогні в очах (хтось погано себе почуває)
6	Золотий телець (збагачення як єдина мета життя)
7	Золотити пілюлю (скращувати заподіяну кому-небудь прикрість)
8	Золоті ворота (урочистий вхід)

Зелений

1	Давати зелену вулицю (пропускати без затримок, поза всякою чергою)
2	До зелених віників (дуже довго, тривалий період)
3	До зеленого змія (надміру, до нестями)
4	Зелена вулиця (можливість рухатися вперед без перешкод й зупинок)
5	Зелене будівництво (створення парків, скверів, озеленення вулиць)
6	Зелений стіл (стіл покритий сукном кольору зелені й признач. для гри в карти)
7	Зелений театр (літній театр серед зелені)
8	Молодий та зелений (недосвідчений, юний)