

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет іноземних мов**  
**Кафедра англійської мови з методикою викладання**

«Допущено до захисту»  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ІЗ КОЛОРИСТИЧНИМ  
КОМПОНЕНТОМ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ 5-9 КЛАСІВ ЗЗО**

Кваліфікаційна робота студентки групи  
ЗАМм-23

ступінь вищої освіти магістр  
спеціальності 014.021 Середня освіта  
(Мова і література (англійська))  
Слізовської Аміни Вячеславівни  
Керівник: к.ф.н., доц. Гарлицька Т. С.

Оцінка:

Національна шкала \_\_\_\_\_

Шкала ECTS \_\_\_\_\_ Кількість балів \_\_\_\_\_

Голова ЕК \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище, ініціали)

## ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Слізовська Аміна Вячеславівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

## **ВСТУП**

<b>РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації.....	6
1.2. Характеристика та ознаки фразеологізмів із колористичним компонентом.	9
<b>РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОЛОРИСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ.....</b>	<b>19</b>
2.1. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів.....	19
2.2. Функціональні особливості фразеологічних одиниць.....	22
<b>РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОЛОРИСТИЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....</b>	<b>29</b>
3.1. Основні етапи використання фразеологізмів в англійській мові.....	29
3.2. Особливості вживання та перекладу фразеологічних одиниць на уроках англійської мови.....	31
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>40</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Порівняльне вивчення мов, що має на меті виявлення спільних і відмінних рис, є актуальною проблемою сучасного мовознавства. Особливий інтерес у цьому контексті викликають дослідження фразеології, адже вона яскраво відображає унікальні риси життя народу, його культуру, традиції та менталітет. Володіння фразеологічними одиницями стає важливою складовою знання мови. Порівняльний аналіз фразеології різноструктурних і типологічно різних мов є надзвичайно важливим, оскільки він дозволяє виявляти спільні й відмінні риси, що сприяє розробці рекомендацій для ефективного оволодіння мовою.

Фразеологічні одиниці (ФО) мають велике значення не лише для збагачення лексики, а й для вираження різних значеннєвих відтінків, посилення багатозначності, конкретизації дій та вираження думок. Особливу увагу привертають фразеологізми з компонентами, що позначають кольори, оскільки вони охоплюють значний пласт у фразеології англійської та української мов. Дослідження таких фразеологізмів дозволяє глибше пізнати обидві мови, а також познайомитися з культурою, традиціями та менталітетом цих народів.

Кольоропозначення, будучи життєво необхідними поняттями, відіграють важливу роль у формуванні фразеологізмів і розвитку фразеологічної системи будь-якої мови. Завдяки своїм естетичним можливостям (семантичне багатство та здатність створювати нові, експресивно-образні значення), вони активно використовуються в процесі фразеологічної номінації. Колір є однією з найбільш помітних ознак предмета, і оскільки жоден об'єкт не існує поза кольором, його характеристика є необхідною для візуалізації навколишнього світу.

**Мета роботи** полягає в дослідженні фразеологічних одиниць із колористичним компонентом та особливостях їх використання на заняттях з англійської мови 5-9 класів ЗЗСО.

Поставлена мета передбачає вирішення наступних **завдань**:

1) визначити теоретичне підґрунтя дослідження фразеологізмів у сучасній англійській мові;

2) надати характеристику та ознаки фразеологізмів із колористичним компонентом;

3) обґрунтувати структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць;

4) окреслити особливості перекладу фразеологічних одиниць;

5) охарактеризувати етапи використання фразеологізмів на уроках англійської мови.

**Об'єкт дослідження:** фразеологічні одиниці із колористичним компонентом.

**Предмет дослідження:** лінгвістичні характеристики фразеологічних одиниць та особливості їх використання в шкільній програмі.

**Матеріалом дослідження** є словники сучасних фразеологізмів англійської мови.

**Методи дослідження:** суцільної вибірки, структурного аналізу, компонентного і семантичного аналізу, кількісного аналізу, метод аналізу словникових дефініцій.

**Практичне значення роботи** визначається можливістю подальшого використання результатів дослідження під час вивчення фразеології на заняттях з лексикології, стилістики, практичного курсу англійської мови.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 44 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

### 1.1. Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації

Дослідження особливостей фразеології на сучасному етапі розвитку англійської мови є одним із важливих питань лінгвістики. Як було показано в роботах [1], фразеологізми значно відрізняються від вільних словосполучень. Вони характеризуються стійкістю, неподільністю, а багато з них також відзначаються високим рівнем образності. Фразеологічні одиниці, значення яких повністю не відповідає значенням їхніх окремих частин, називаються ідіомами. Ідіоми, на відміну від фразеологізмів, мають виражену метафоричність і яскраву стилістичну забарвленість [1]. Фразеологізми охоплюють вирази різного розміру: від двокомпонентних словосполучень до приказок, які є яскравими образними висловами у формі речення. Спільні риси цих одиниць включають їх приналежність до спортивної сфери, семантичну цілісність, неподільність і відтворюваність, проте приказки, на відміну від словосполучень, передають завершену думку [2]. Межі фразеологічних одиниць зазвичай чітко визначаються матеріальним складом їх компонентів [1].

Підсумовуючи наукові підходи до визначення фразеологізмів, можна зазначити, що фразеологізм – це семантично пов'язане словосполучення, яке виникає в результаті метафоризації та відтворюється як усталена і цілісна конструкція. Приклади таких одиниць включають вирази *be on the ball* – бути в курсі справ [3, с. 14] і *behind the eight ball* – опинитися в незручному становищі [3, с. 14].

Виділяють три типи фразеологічних одиниць: фразеологічні зрощення, єдності та сполучення [2]. У спортивних фразеологізмах можна зустріти всі три типи.

Фразеологічні сполучення, як-от *come out on top* – здобути перемогу [3, с. 42], формуються через взаємозв'язок значень слів, зберігаючи їх первинний

зміст. Такі фрази часто мають сталість і повторюваність, що дає підстави вважати їх фразеологізмами.

Фразеологічні єдності включають семантично неподільні вирази, де загальне значення мотивоване компонентами, наприклад, *run like a hare* – мчати або *take over the reins* – взяти під контроль.

Фразеологічні зрощення — це абсолютно неподільні одиниці, значення яких не можна вивести з компонентів. Вони часто з'являються в спортивній сфері через кілька факторів:

Значення фразеологізму змінилось з часом і втратило зв'язок із початковим значенням. Наприклад, *make a dead set at* спочатку використовувалося щодо собак, які завмирили перед сигналом, а тепер означає «здобувати прихильність».

Фразеологізми можуть виходити за межі спортивного дискурсу, як у випадку з *play a blinder*, який тепер означає «добре зіграти», незалежно від виду змагань.

В деяких випадках значення фразеологізму розширюється і переноситься в спортивну сферу, як, наприклад, у фразі *roll of honour*, що спочатку означала «список загиблих у битві», а тепер використовується для позначення переліку осіб із визначними досягненнями в спорті.

Мовознавці, які підтримують широке розуміння фразеології [4; 26], включаючи комунікативні одиниці (речення) та крилаті фрази, виділяють четвертий тип фразеологізмів — фразеологічні вирази. Це стійкі за складом і вживанням семантично подільні звороти, що складаються виключно з лексем із вільним значенням [4]. На відміну від інших фразеологічних одиниць, фразеологічні вирази мають форму завершеного речення. Проте, як і інші види фразеологізмів, вони часто зазнають метафоричного переосмислення, що змінює значення компонентів.

Існує класифікація фразеологізмів за історичною еволюцією їх семантики. Це дозволяє простежити розвиток та трансформацію початкових словосполучень [4]. Змінні словосполучення характеризуються мінімальною

ідіоматичністю, наприклад, win on points – перемогти за очками [5, с. 274]. Метафоричні словосполучення мають стереотипність і відхід від початкового значення, як-от a knock-out argument – серйозний аргумент. Ідіоми, натомість, відрізняються значною деформацією лексичного та граматичного складу, як у виразі open the ball – проявити ініціативу (авторський переклад).

Відповідно до класифікації [5], фразеологізми поділяються на кілька типів залежно від функцій, які вони виконують. Референціальні фразеологізми, як-от hard and fast rule (жорстке правило), мають номінативну функцію. Структурні фразеологізми (наприклад, as well as – так само, як) служать для зв'язку слів у реченнях. Комунікативні фразеологізми, такі як Break your leg! (Хай щастить!), відповідають визначенню комунікативних фразеологізмів за О. Куніним.

Враховуючи різні підходи до класифікації фразеологізмів, можна зробити висновок, що ці мовні одиниці мають різнопланову семантичну структуру. Вона варіюється від номінативних фразеологізмів до повноцінних комунікативних одиниць. У сфері спортивної фразеології також виділяються синонімічні та антонімічні ряди, як це спостерігається в загальному словнику.

Синоніми у спортивній фразеології часто пов'язані з перемогою чи поразкою. Наприклад:

Перемагати: be out for the count (бути переможцем), be streets ahead (випереджати конкурентів), gain the upper hand (отримати першість);

Програвати: be on the ropes (зазнавати поразки), be out of the running (не мати шансів на виграш), get the wooden spoon (зайняти останнє місце);

Правильно: according to Hoyle (за правилами), fair field and no favour (на рівних умовах);

Брати участь: be a party to something (бути учасником), be in (бути у грі);

Лідувати: be ahead of the field (бути попереду), be on a winner (бути на шляху до успіху).



Дослідження спортивних фразеологізмів вказує на значну кількість виразів, пов'язаних із перемогами та поразками (приблизно 1% від загальної кількості).

З погляду на багатозначність, деякі фразеологізми є однозначними, як, наприклад, *an early bath* (швидке виведення гравця з гри). Інші ж є полісемантичними, наприклад, *make a clean sweep* – позбутися небажаних людей чи здобути першість у серії змагань. Така багатозначність є проявом динамічної семантики, де значення фразеологізму може змінюватися залежно від контексту. Прикладом може бути вираз *turn the tables*, що спочатку використовувався у спортивних іграх, але тепер означає «змінити стан справ» і використовується у ширшому контексті.

Дослідження виявило, що колористичні фразеологізми є важливим джерелом поповнення фразеологічного складу англійської мови протягом тривалого часу. Вони допомагають забарвити всі усі типи фразеологізмів: фразеологічні зрощення, єдності, сполучення, вирази за однією класифікацією, а також змінні словосполучення, стійкі метафоричні сполучення та ідіоми за іншою. Крім того, існують номінативні та комунікативні фразеологізми. Притаманні явища синонімії та антонімії, причому найбільші синонімічні ряди спостерігаються у фразеологізмах, пов'язаних із поняттями «перемога» та «поразка».

Перспективи для подальших досліджень включають в різних дискурсах та особливості її перекладу. Результати дослідження відкривають широкі можливості для майбутніх наукових робіт у цій галузі.

## **1.2. Характеристика та ознаки фразеологізмів із колористичним компонентом**

На сучасному етапі розвитку філологічної науки вивчення фразеології є одним із актуальних питань. Завдяки багатому семантичному потенціалу та унікальним образним характеристикам фразеологічні одиниці широко

застосовуються в усіх типах комунікації. Однак недостатньо уваги приділено методичному аспекту навчання фразеологізмів на уроках англійської мови в школі. Збагачення іншомовного словникового запасу учнів — одне з ключових завдань учнів для 5-9 класів, оскільки воно підвищує їх комунікативні можливості, інтерес та мотивацію до вивчення англійської мови. Вживання фразеологізмів увиразнює мовлення дітей, знайомить їх із культурою англійськомовних країн та багатством англійської мови.

Незважаючи на те, що певна кількість фразеологічних одиниць входить до активного словникового запасу учнів молодшої школи, вона є невеликою. На жаль, у методиці викладання англійської мови недостатньо уваги приділяється збагаченню мовлення учнів шляхом вивчення фразеологізмів. Існує потреба в удосконаленні методичних рекомендацій для вчителів щодо ефективної роботи з фразеологічним матеріалом на уроках англійської мови в початковій школі.

Сучасні дослідження, спираючись на теорію концептуальної метафори Дж. Лакоффа і М. Джонсона, стверджують, що метафора впливає не тільки на мову, але й на мислення та дії людини. Вони зазначають, що повсякденна понятійна система людини, в якій вона мислить і діє, метафорична за своєю суттю: «метафора пронизує все наше повсякденне життя та проявляється не лише у мові, а й у мисленні та в дії» [6, с. 3].

Крім того, фразеологічні одиниці, зокрема образні вислови, часто використовуються у політичній комунікації та рекламі, оскільки образи мають сильний вплив на свідомість людини. Вони відтворюють у пам'яті минулі почуття, враження і спогади, роблячи інформацію більш конкретною і живою. Це підвищує ефективність сприйняття інформації, роблячи її яскравішою та зрозумілішою.

Для активізації вивчення фразеологізмів корисно звертатися до образної основи цих виразів. Наприклад, фразеологізм *the tail wagging the dog* означає ситуацію, коли щось менш значуще контролює або впливає на щось більше. Образ, закладений у цей вираз, взято зі сфери свійських тварин, зокрема собаки, де хвіст, що зазвичай підкорюється тілу, починає ним керувати. Такий вираз

часто використовують для опису ситуацій, коли невелика група людей підкорює собі більшість або має на неї надмірний вплив.

Структура та використання фразеологізмів тісно пов'язані з такими мовними аспектами, як фонетика, лексика та граматики. Тому знайомство з ними слід починати з найбільш уживаних фразеологічних одиниць, які утворюють фразеологічне ядро, надаючи мові особливу виразність та привабливість. Окрім вивчення значення фразеологізмів під час практичних занять, їх можна використовувати для початкового ознайомлення з синтаксисом, зіставляючи фразеологізми зі словосполученнями. Глибше вивчення фразеології потребує продуманого підходу і організації. Важливо враховувати методико-дидактичні параметри, які залежать від психолого-педагогічних особливостей учнів: етапу навчання, віку, розміру групи, кількості навчальних годин тощо. Ці фактори разом з лінгвістичними аспектами впливають на такі важливі моменти, як мінімізація навчального матеріалу, методи його подачі, прогнозування типових помилок та форми активізації фразеологічних одиниць [6].

Для навчальних цілей фразеологізми відбираються за темами, такими як сім'я, характер людини, освіта тощо. З кожної теми рекомендується вибирати 10–12 фразеологічних одиниць, оскільки в такій кількості їх легше засвоїти та запам'ятати. У процесі вивчення додаються синонімічні та антонімічні вирази, що суттєво збільшує кількість фразеологізмів. Такий обсяг дозволяє школярам не тільки успішно засвоювати матеріал, але й правильно використовувати його в мовленні. Наприклад, для теми «Характер людини» можна запропонувати такі вирази, як: *wet blanket* – зануда, *lazy bones* – ледачий, *wheel horse* – роботяга, *nickel nurser* – скнара, *safe pair of hands* – надійна людина, *a bull in a china shop* – незграбний, *rara avis* – біла ворона тощо. Водночас тематичне структурування має свої переваги та недоліки. Один із недоліків полягає у полісемантичності фразеологізмів, що дозволяє відносити їх до різних тем, а також відсутності чіткого критерію тематичної співвіднесеності. Однак із дидактичного погляду це можна розглядати як перевагу, оскільки повторне

використання фразеологізмів у різних контекстах сприяє їх кращому засвоєнню. Крім того, під час відбору фразеологічних одиниць присутній певний суб'єктивізм, оскільки немає точних даних про частоту вживання і комунікативну цінність виразів, що змушує викладача покладатися на свій досвід і інтуїцію [7].

Наступний етап у навчанні фразеологізмів зосереджений на розвитку навичок їх використання в мовленні. Крім виконання вправ, ключова роль відводиться викладачу, який повинен надавати детальні коментарі щодо фразеологічних одиниць, супроводжуючи їх відповідними інтонаціями, жестами та створенням відповідних ситуацій. Рекомендуються такі вправи, як: «Складіть позитивну і негативну характеристику людини, використовуючи фразеологізми» або «Заповніть пропуски в реченнях відповідними фразеологічними одиницями». На завершальних етапах викладач пропонує синоніми та антоніми до вивчених раніше фразеологізмів і організовує роботу за аналогічною схемою. Комбінаторний підхід, який передбачає виконання вправ з фразеологізмами в контексті, сприяє розвитку так званої «фразеологічної пильності». Ця пильність разом з мовною здогадкою готує учнів до розуміння фразеологізмів в оригінальних текстах.

При читанні художніх текстів порівняльний аналіз фразеологізмів не завжди є достатнім. Існують фразеологічні одиниці, які не мають повних відповідників в іншій мові, і тому зіставний аналіз не завжди допомагає в їх правильному розумінні. Такі фразеологізми тісно переплетені з лексико-фразеологічною системою мови та тексту. Через це переклади або словникові визначення не завжди дають правильне розуміння таких виразів.

Отже, під час вивчення фразеології на поглибленому етапі слід використовувати три основні підходи: семантичне тлумачення, лінгвокраїнознавчий коментар і порівняльний аналіз фразеологічних одиниць рідної та іноземної мов.

Відповідно до дидактико-методичних принципів, ефективне засвоєння лексичного матеріалу повинно базуватися на спеціально підібраному та

тематично структурованому мінімумі, який необхідно опанувати. Аналіз навчальних матеріалів свідчить, що у підручниках англійської мови для учнів 5-9 класів недостатньо уваги приділяється фразеології, що негативно впливає на рівень володіння мовою[8].

Дослідження різних авторів, зокрема І. Рахманова та С.Ю. Ніколаєвої, дозволяють виділити кілька критеріїв для класифікації лексичних вправ: – контекстне або неконтекстне вживання лексики у вправах; – рівень комунікативності; – ступінь складності лексики; – типи дій з лексичним матеріалом; – одномовність чи багатомовність вправ.

Розвиваюча мета навчання враховує особисті інтереси та потреби учнів 5-9 класів їх інтелектуальний розвиток, а також формування когнітивних навичок, необхідних для ефективної комунікативної діяльності. Це сприяє розвитку соціальних навичок, мотивації до постійного самовдосконалення і прагненню до взаємодії.

Засвоєння фразеологічних одиниць і їх правильне використання при перекладі є одним із найскладніших завдань вивчення іноземних мов. Це завдання тісно пов'язане з формуванням інтеркультурної компетенції — здатності ефективно діяти у культурно різноманітних ситуаціях. За словами В. Шаклеїна, інтеркультурна компетенція складається з трьох основних компонентів: когнітивного, афективного та біхевіорального. Когнітивний компонент передбачає знання та розуміння як своєї, так і іноземної культури. Афективний компонент включає емоційне проживання міжкультурних ситуацій та здатність до інтеркультурної емпатії. Біхевіоральний компонент відповідає за навички міжкультурної комунікації та вирішення конфліктів. Важливо підкреслити, що жоден із цих аспектів не є вродженим, тому вони повинні розвиватися під час навчання іноземної мови [9].

Існує кілька підходів до навчання професійного перекладу, серед яких можна виділити лінгвістичний, соціосемантичний, прагматичний та комунікативний. Лінгвістичний підхід зосереджується на змістовних відносинах між оригіналом і перекладом, відштовхуючись від того, що

переклад має справу щонайменше з двома мовами. Соціосемантичний підхід акцентує увагу на соціальних аспектах і взаємодії знакових систем у процесі комунікації. Він розглядає вплив лінгвістичних, екстралінгвістичних і паралінгвістичних факторів на мовлення. Комунікативний підхід, який є важливою частиною сучасної лінгвістики, фокусується на прагматичному впливі перекладу і, на нашу думку, є домінуючим при навчанні перекладу з другої іноземної мови.

Останнім часом набуло актуальності поняття «плюрилінгвізм» у межах Загальноєвропейських рекомендацій з вивчення мов. Плюрилінгвізм відрізняється від мультилінгвізму, який передбачає знання кількох мов і їх співіснування в суспільстві. Плюрилінгвізм ґрунтується на розширенні мовного досвіду індивіда, де всі мови взаємодіють, а знання і досвід формують єдину комунікативну компетенцію.

У контексті плюрилінгвального підходу переклад з другої іноземної мови краще розглядається через призму філософії тотожності-еквівалентності. Хоча існують різні підходи до перекладу (лінгвістичний, соціосемантичний, комунікативний), лише макролінгвістичний підхід, який об'єднує всі ці методи, дозволяє розглядати переклад з позиції філософської еквівалентності.

Засвоєння фразеологічних одиниць і їх правильне використання при перекладі є одним із найскладніших завдань вивчення іноземних мов. Це завдання тісно пов'язане з формуванням інтеркультурної компетенції — здатності ефективно діяти у культурно різноманітних ситуаціях. За словами В.М. Шаклеїна, інтеркультурна компетенція складається з трьох основних компонентів: когнітивного, афективного та біхевіорального. Когнітивний компонент передбачає знання та розуміння як своєї, так і іноземної культури. Афективний компонент включає емоційне проживання міжкультурних ситуацій та здатність до інтеркультурної емпатії. Біхевіоральний компонент відповідає за навички міжкультурної комунікації та вирішення конфліктів. Важливо підкреслити, що жоден із цих аспектів не є вродженим, тому вони повинні розвиватися під час навчання іноземної мови[9].

Існує кілька підходів до навчання професійного перекладу, серед яких можна виділити лінгвістичний, соціосемантичний, прагматичний та комунікативний. Лінгвістичний підхід зосереджується на змістовних відносинах між оригіналом і перекладом, відштовхуючись від того, що переклад має справу щонайменше з двома мовами. Соціосемантичний підхід акцентує увагу на соціальних аспектах і взаємодії знакових систем у процесі комунікації. Він розглядає вплив лінгвістичних, екстралінгвістичних і паралінгвістичних факторів на мовлення. Комунікативний підхід, який є важливою частиною сучасної лінгвістики, фокусується на прагматичному впливі перекладу і, на нашу думку, є домінуючим при навчанні перекладу з другої іноземної мови.

Останнім часом набуло актуальності поняття «плюрилінгвізм» у межах Загальноєвропейських рекомендацій з вивчення мов. Плюрилінгвізм відрізняється від мультилінгвізму, який передбачає знання кількох мов і їх співіснування в суспільстві. Плюрилінгвізм ґрунтується на розширенні мовного досвіду індивіда, де всі мови взаємодіють, а знання і досвід формують єдину комунікативну компетенцію.

У контексті плюрилінгвального підходу переклад з другої іноземної мови краще розглядається через призму філософії тотожності-еквівалентності. Хоча існують різні підходи до перекладу (лінгвістичний, соціосемантичний, комунікативний), лише макролінгвістичний підхід, який об'єднує всі ці методи, дозволяє розглядати переклад з позиції філософської еквівалентності.

Переклад ідіоматичних або стійких фразеологічних сполучень є яскравим прикладом складності роботи з текстами на рівні словосполучень. Як зазначалося раніше, значення фразеологізмів не дорівнює сумі значень їх складових частин. У контексті навчання другої іноземної мови виникає потреба в дослідженні лінгвометодичних аспектів навчання адекватного перекладу фразеологічних одиниць, які поділяються на три класи: ідіоми, ідіофразеоматизми та фразеоматизми.

Ідіоми є стійкими сполученнями лексем, які, хоча й оформлені у тексті окремо, мають повністю або частково переосмислені значення, наприклад, *casse-tête chinois* (китайська грамота, головоломка) або *la querelle d'Allemands* (сварка через дрібниці). Ідіофразеоматизми, в свою чергу, мають і пряме, і образне значення, причому пряме часто є термінологічним або професійним, наприклад, *la part du gâteau* (частка) або *mettre sur les rails* (покласти початок). У фразеоматичних одиницях значення також пов'язане з уявними образами, наприклад, *c'est un amiral suisse* (сухопутний моряк).

Ключовими характеристиками усіх трьох класів фразеологізмів є стійкість, готовність до відтворення у фіксованому вигляді, семантична ускладненість, постійний лексичний склад, а також фіксовані морфологічні та синтаксичні структури. Фразеологічні одиниці широко використовуються в мовленні через їх експресивність, образність та оцінювальну складову, що робить мовлення більш природним і живим.

Фразеологізми також несуть значний обсяг лінгвокраїнознавчої інформації, яка відображає культурні особливості мови. Щоб правильно розуміти і перекладати такі вирази, необхідно знати культурний контекст, з якого вони походять. Це важливо для передачі унікальної картини світу, яку відображають фразеологізми[8].

Знання та правильне використання фразеологізмів під час перекладу на іноземні мови, зокрема на другу іноземну (наприклад, французьку, іспанську чи німецьку), є показником високого рівня володіння мовою. На жаль, питання перекладу ідіом залишається недостатньо дослідженим, і в багатьох навчальних посібниках фразеологізми включаються лише як словникові одиниці, без додаткових вправ для їх активного використання.

Фразеологічні одиниці з кольоровим компонентом активно використовуються в різноманітних текстах. Стрімкий розвиток засобів масової інформації та нових комунікаційних технологій за останні три десятиліття суттєво вплинув на функціонування мови. Популяризація таких медіа, як преса, радіо, телебачення, а також поява й поширення Інтернету призвели до значних



змін у сучасній мовній ситуації, що стало новим викликом для мовознавців. До кінця ХХ століття кількість досліджень, присвячених функціонуванню мови в ЗМІ, досягла критичної точки, що зумовило необхідність формування нової галузі філології – медіалінгвістики.

Медіалінгвістика є науковою дисципліною, що вивчає мову медіа, прагнучи пояснити її функціонування в контексті загальних тенденцій мовної культури. Важливою теоретичною складовою цієї галузі є концепція медіатексту. Термін "медіатекст" вперше з'явився в англійській літературі у 90-х роках ХХ століття. Це поняття стосується текстів різних жанрів: журналістських, публіцистичних, газетних, телевізійних, рекламних та інтернет-текстів. Загалом, медіатекст закріпився як термін, що позначає масово-комунікативний текст ЗМІ. Медіатекст – це продукт ЗМІ, призначений для впливу на громадську думку, який має певні характеристики: комунікативний намір, логічна завершеність і прагматична установка. Медіатексти можуть поєднувати в собі вербальні, візуальні, аудіо та інші елементи, що робить їх багаторівневими та багатовимірними. Важливою особливістю медіатекстів є їхня адресація широкій аудиторії[10].

Зважаючи на високий рівень стилістичного різноманіття медіа-мовлення, визначити точну жанрову систему медіатекстів досить складно. Однак універсальна класифікація, виділяє чотири основні типи медіатекстів: новини, аналітичні матеріали й коментарі, тексти-нарис (або тематичні матеріали, що відповідають англійському терміну "features"), а також реклама. Тексти новин найкраще виконують інформаційну функцію, тому ми вирішили зосередити увагу саме на цьому жанрі.

Сьогодні ЗМІ та медіа-ресурси охоплюють усі сфери людського життя, і в кожній країні існують свої найбільш популярні канали поширення новин. Доцільно також наводити приклади ідіотичних фразеологізмів, що мають оригінальні значення. Наприклад, вираз *souffler un moment* означає «перевести дух». Переклад таких фраз є поширеним видом перекладу, оскільки

у роботі з текстом часто стикаємося із ситуацією, коли деякі слова перекладаються буквально, а інші – на рівні словосполучень [11].

Важливим аспектом є пояснення учням того, що іноді навіть словосполучення не можуть слугувати одиницями перекладу, і відповідність може бути досягнута лише на рівні речення.

У формуванні інтеркультурної компетенції важливу роль відіграє засвоєння фонових знань про культуру, традиції та реалії життя іншої країни, оскільки у фразеологізмах часто міститься лінгвокраїнознавча інформація.

Також при створенні вправ для перекладу фразеологізмів з другої іноземної мови на рідну, необхідно враховувати проблему інтерференції, яка часто виникає під час перекладу з української на англійську.

З урахуванням наведених фактів, можна зробити висновок, що навчання фразеологізмів як мовних одиниць та невід'ємних компонентів мовлення є надзвичайно продуктивним. Це особливо стосується їх семантичної структури, рівня семантичної єдності компонентів та ступеня мотивованості їхнього значення. Основними викликами в роботі з фразеологічними матеріалами є їх розуміння та адекватний переклад[11].

Розробка технологій перекладу фразеологізмів, що базується на макролінгвістичному підході та принципі компаративізму, може значно сприяти формуванню професійних навичок у майбутніх філологів. Опанування фразеологізмів і їх правильний переклад є показником високого рівня володіння іноземною мовою, що є важливим для перекладачів, які працюють з другою іноземною мовою. Це дозволяє досягти високої професійної майстерності у галузі перекладу та мовної комунікації.

## РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОЛОРИСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ

### 2.1. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів

Кожна мова світу має засоби, які роблять мовлення яскравішим, багатшим і дозволяють передати різноманітні відтінки значень. Фразеологізми виконують саме цю функцію.

Фразеологізм або фразеологічний зворот – це стійке, лексично неподільне і цілісне словосполучення або речення, яке за своїм значенням еквівалентне одному слову. Наука, що досліджує фразеологізми, називається фразеологією. Переклад фразеологізмів між мовами часто є складним, оскільки їх дослівний переклад рідко можливий, тому зазвичай необхідно шукати аналогічні вирази в мові перекладу.

Фразеологічні звороти, як відтворювані мовні одиниці, завжди функціонують як структурно цілісні утворення. Вони складаються зі слів з різними морфологічними характеристиками, які перебувають у різних синтаксичних зв'язках. За структурою фразеологізми поділяються на дві основні групи: відповідні до речення (наприклад, «The neighbor's grass is greener» – «У сусіда трава зеленіша») і відповідні до словосполучення (наприклад, «to be in the red» – «бути збитковим»)[12].

Серед фразеологізмів, що відповідають за структурою реченням, виділяються дві категорії:

Номінативні фразеологізми – це звороти, які позначають певне явище або об'єкт і виконують функцію певного члена речення (наприклад, «the green cloth» – більярдний стіл, «yellow metal» – золото, «black-coated workers» – службовці, «white-collared workers» – трудова інтелігенція).

Комунікативні фразеологізми – це вирази, які передають цілі речення і можуть вживатися як самостійно, так і в складі більш складних речень (наприклад, «paint the town red» – віддаватися веселощам, гуляти; «like a red rag

to a bull» – як червона ганчірка на бика). При обговоренні соматичної фразеології відзначається, що вона включає фразеологічні одиниці, які мають лексичний компонент, пов'язаний з частинами тіла, органами та іншими елементами людського організму, такими як матерії і субстанції. Робиться розрізнення між національнокультурними та міжкультурними соматичними фразеологізмами. Важливою передумовою оцінки висловлювання є референція до соматичних фразеологізмів з кодом культури, оскільки вони містять етимологічнозалишкові уявлення про певну життєву ситуацію. Значення фразеологізмів має багато різних аспектів, таких як фонові знання носія мови, його життєвий досвід, символічний потенціал компонентів-соматизмів, а також культурно-історичні традиції народу, який використовує цю мову.

Серед фразеологічних зворотів, які побудовані на основі поєднань слів, виділяють кілька типових груп [13]:

Прикметник + іменник (Adj. + N): у цих поєднаннях прикметник і іменник є рівнозначними за змістом і обидва несуть семантичне навантаження. Приклади: *daily bread* (щоденний хліб), *white magic* (біла магія — чаклунство за допомогою божественних сил), *white lie* (невинна брехня, брехня «в ім'я добра», що виправдовується моральними нормами).

Іменник + іменник у формі присвійного відмінка (N + of N): такі поєднання включають іменники з присвійними відношеннями. Приклади: *priest of the blue bag* (адвокат), *knight of the green cloth* (картяр), *the pink of health* (символ здоров'я), *a bit of blue sky* (промінь надії), *the pink of perfection* (втілення досконалості).

Прийменник + прикметник + іменник (Pr. + Adj. + N): ці конструкції починаються з прийменника, за яким слідує прикметник і іменник. Наприклад: *to be in a black book* (бути в чорному списку).

Дієслово + іменник (V + N): тут дієслово поєднується з іменником для створення певного фразеологізму. Приклади: *to have white hands* (мати чисту совість), *paint a black picture* (бачити ситуацію в чорному світлі), *to bleed white*

(знекровлювати), to show the white feather (виявити боягузтво), to look through green glasses (заздрити).

Дієслово + прислівник (V + Adv.): наприклад, to lie whitely (брехати невинно).

Конструкції із сурядними сполучниками: фразеологізми, що використовують сурядні сполучники. Приклади: black and white (чорно-біле зображення), the Red, White and Blue (кольори англійського прапора).

Конструкції з підрядними сполучниками: наприклад, by all that's blue! (хай йому грець), between the devil and the deep blue sea (між двох вогнів).

Конструкції із запереченням «не»: приклади включають not to care a red cent (не цікавитися анітрохи), not worth a red cent (не вартий ламаного гроша), not to give a red cent (зовсім не цінувати), not to have a red cent (не мати грошей зовсім) [14, с. 51].

З розвитком промисловості, особливо з появою можливості створювати різноманітні фарби та отримувати нові відтінки шляхом їх змішування, значно зросла потреба у визначенні кольорів та їх відтінків. У тих випадках, коли колір стає головною ознакою, що вирізняє однорідні предмети, його значення суттєво зростає. Наприклад, при виборі пряжі, тканини, а останнім часом також автомобілів, шпалер, косметики (такої як тіні чи помада), для споживача важливо не лише сприйняття кольору, але й точне знання його назви та відтінку. Це питання актуальне і для продавців, які презентують товар. Саме цим можна пояснити появу таких назв, як nautilus colour (колір наутилус), vermilion (вермільйон), amethyst (колір аметист), agum lily (колір білої лілії), dark blue night (колір «синя ніч»), clove (гвоздиківий). У сучасних товарах важливу роль відіграє не лише забарвлення, але й його рекламна назва, що часто буває яскравою та помітною.

З'явилася тенденція використовувати власні назви у складі колірних позначень: назви літературних персонажів, міст, морів, островів і т. д., наприклад: the Baltic colour (колір Балтики), Narva colour (колір Нарви), Medio colour (колір Медео). Також популярними стали назви, що походять від тварин,

рослин або дорогоцінних каменів: *nautilus colour* (колір наутилус), *iguana* (колір ігуана), *opal colour* (колір опала).

Отже, дериваційні моделі фразеологізмів з колоронімами дуже різноманітні. Найпоширенішою є модель «прикметник-колоронім + іменник», при цьому іменник може позначати різні об'єкти, такі як предмети, процеси, події, дії, люди, тварини або матеріали. Основними елементами фразеологічних одиниць з колоронімами залишаються базові прикметники-колороніми.

## 2.2. Функціональні особливості фразеологізмів

Фразеологізми з колористичними компонентами (ФОККНКС) виступають як важливі структурно-семантичні моделі мовної системи, в яких синтагматичні та парадигматичні зв'язки визначають їхню функціональну і комунікативну роль. Синтагматичні зв'язки відповідають за те, як компоненти фразеологічних одиниць (ФО) комбінуються у мовленнєвому потоці, зокрема коли ці одиниці містять колористичні елементи, що відображають національно-культурну семантику. Наприклад, вирази на кшталт "*schwarze Partie*" (поїздка без дружин) показують культурні відтінки та специфіку, властиву певній мовній спільноті.

Парадигматичні зв'язки, в свою чергу, підкреслюють залежність цих виразів від мовної та культурної компетентності носіїв мови, тобто від того, як вони вписуються в ширший контекст культурних та мовних структур. Вони також регулюють, як фразеологізми використовуються в різних мовних ситуаціях[15].

Колористичний компонент відіграє значну роль у фразеологічних одиницях і виконує атрибутивну функцію, коли позначає якісні ознаки або градації характеристик предметів або явищ (наприклад, "*grauer Onkel*" — образ літнього чоловіка з недоброчливими намірами). Також колористичний елемент може виконувати предикативну функцію, виступаючи маркером

оцінки певних явищ або ситуацій, як у виразі "*rot sehen*" – бути дуже збудженим або роздратованим.

Ці вирази мають різні граматичні значення, які залежать від синтаксичної структури:

- Іменникові фразеологізми позначають предмети або явища ("*schwarze Partie*" – чоловіча подорож без дружин).
- Дієслівні фразеологізми передають дію або процес ("*weiß machen, was schwarz ist*" – брехати).
- Прикметникові фразеологізми виражають якість або ознаку ("*rot sehen*" – бути дуже збудженим).
- Прислівникові фразеологізми показують модальність ("*mit roten Ohren abziehen*" – піти з ганьбою) [15].

Отже, колористичні компоненти у фразеологізмах не лише підкреслюють певні національні і культурні особливості, а й забезпечують глибину і виразність мови, дозволяючи точніше передавати емоції та оцінки у різних контекстах.

Прагматизація предикативної функції фразеологізмів з колористичними компонентами (ФОККНКС) у результативній конструкції типу «підмет + sein/werden + колористичний компонент» базується на співвідношенні мовних законів із реальним світом та світом мови. Це відображає процеси асоціювання за схожістю та причинно-наслідковими зв'язками. Наприклад, вислів *die Wiese wird grün* («поле стає зеленим») вживається у значенні «справа починає процвітати», що свідчить про використання природних явищ для опису економічних процесів.

Успадкована від мови здатність відображати пізнавальний спектр людини знаходить своє втілення в «ситуативній рамці» типу «колористичний компонент + bleiben/machen + колористичний компонент». Ця структура підкреслює сигніфікативно-денотативне значення, яке акцентує тривалість дії та концептуальну основу, закладену багатовіковими спостереженнями. Наприклад, вислів *Schwarz bleibt schwarz* («чорне залишається чорним»)

вживається в сенсі «погана людина рідко виправляється», що підкреслює постійність негативних якостей.

На морфологічному рівні такі конструкції можуть виступати в різних формах, зокрема[16]:

- Ад'єктивно-субстантивні конструкції, де колористичний компонент виступає як комунікативна та психологічна інтерпретація знань. Наприклад, *blauer Wisch* — «письмова догана».
- Ад'єктивно-дієслівні конструкції, де колористичний компонент підсилює символічне значення. Наприклад, *schwarz sehen* — «бути песимістом» або «дивитися телебачення без оплати зборів».
- Ад'єктивно-дієслівні з компаративним аспектом конструкції, що підкреслюють дію, стан або якість через відображення реальної дійсності. Наприклад, *rot anlaufen wie eine Tomate* — «почервоніти від злості».

Крім того, колористичні компоненти у фразеологізмах можуть використовуватися в еліптичних конструкціях для компресії значення, що дозволяє досягти стислості й виразності, як у вислові *Je grauer, je schlauer* («Чим сивіший, тим мудріший»). Таким чином, прагматична конструкція з колористичним компонентом не лише передає культурний зміст, але й сприяє оптимізації комунікативного акту.

Фразеологічні одиниці виступають носіями культурно значущих ознак, що дозволяють оцінювати об'єкти й явища через мовні та культурні коди. Вони відіграють ключову роль у мовній системі, передаючи багатовіковий досвід та відображаючи специфіку лінгвокультурного простору [16].

Кольороозначені фразеологізми відіграють важливу роль у мові, супроводжуючи і характеризуючи майже всі аспекти людської діяльності, навколишнього світу та самої людини. Колір, як невід'ємна частина людського сприйняття світу, глибоко пронизує фразеологію української мови, передаючи характеристики людського життя через накопичений культурний досвід.

Для людини колір має не лише об'єктивне значення, а й стає моральною та естетичною категорією, що виражає оцінки, норми та установки. Багато



фразеологізмів, які використовують кольори, супроводжуються оцінними конотаціями, відображаючи ціннісну картину світу конкретної національної культури. Наприклад, в українській фразеології опозиція «добре-погане» часто виражається через ахроматичні кольори, зокрема чорний і білий. Чорний колір домінує в таких фразах, як *чорним по білому*, *чорна хвороба*, *чорна невдячність*, що пов'язує чорний з негативними емоціями та подіями [17].

Крім ахроматичних кольорів, хроматичні кольороназви також широко використовуються у фразеології української мови, відображаючи культурно-асоціативні традиції етносу. Зібраний матеріал показує, що ці фразеологізми часто описують як зовнішній, так і внутрішній світ людини.

Основні підгрупи таких фразеологізмів включають:

1. Фразеологізми, що характеризують людину за походженням (*біла кість*, *голуба кров*), або недосвідченістю (*зелено під носом*, *молодий та зелений*). Такі вирази індивідуалізують людину в соціумі.
2. Фразеологізми, що відображають риси характеру, наприклад, наївність (*дивитися крізь рожеві окуляри*), злість (*чорна душа*), скупість (*жаба зелена*) або хитрість (*з зеленою мухою в носі*).
3. Фразеологізми, що виражають емоції та почуття, такі як радість (*ловити білі метелики*), журба (*на білий світ не дивився б*), здивування (*як баран на нові ворота рябого собаки*).

Окрема група фразеологізмів з кольорами стосується часових характеристик (*від світу білого до темної ночі*, *як білі мухи полетять*) і просторових характеристик (*за синім морем*, *на білий світ*). Архетипні значення кольорів, закладені в цих фразах, відображають первинні асоціації людини з найважливішими природними явищами, такими як день, ніч, вода та зміна сезонів.

Отже, колористична фразеологія української мови демонструє глибоку культурну символіку, використовуючи колір для опису різних аспектів людського досвіду, почуттів та характеристик.

Система кольорових позначень в англійській мові є досить розгалуженою та складною. Оскільки колірна символіка має свої особливості в кожній мові, це питання активно досліджується як вітчизняними, так і закордонними науковцями.

Фразеологічні одиниці, виділені за допомогою методу суцільної вибірки, можна умовно розділити на три групи в залежності від емоцій, почуттів та асоціацій, які викликають різні кольори.

#### 1. Фразеологізми з позитивною та негативною конотацією.

Ця група є найбільш чисельною, оскільки багато кольорів мають широкий спектр символічних значень. До цієї категорії входять чорний, білий, червоний, синій та зелений.

Розглянемо фразеологізми, що містять ці кольори.

#### 1. Фразеологізми з елементом «black».

Було виявлено 58 фразеологізмів з компонентом «чорний», що становить 30,6% від загальної кількості. Багато з них мають негативну конотацію, пов'язуючи чорний колір із негативними явищами, такими як смерть (47 одиниць, 81%):

- Black-letter day – трагічний день
- Black beast – предмет ненависті
- Black ingratitude – чорна невдячність

Чорний колір також асоціюється з вугіллям і темрявою, маючи при цьому нейтральну конотацію, наприклад: black as coal, black as night (5 одиниць, 8,6%). Декілька фразеологізмів мають позитивний зміст (6 одиниць, 10,3%):

- Climb into the black – почати отримувати прибуток
- Be in the black – бути при грошах
- Black swan – велика рідкість

#### 2. Фразеологізми з елементом «white».

Серед розглянутих фразеологізмів виділено 27 одиниць з компонентом «білий» (14,8% від загальної кількості). Більшість з них мають позитивне значення (16 одиниць, 59,2%) [18]:

- White-collar job – «чиста» робота
- White as milk (snow) – найчистіший, білосніжний
- White man – порядна людина

Проте є й негативні фразеологізми, як-от hang out the white flag (здатися), show the white feather (показати малодушність) (10 одиниць, 37,03%).

### 3. Фразеологізми з елементом «blue».

Синій колір представлений в англійській фразеології (34 одиниці, 17,9% від загальної кількості). Цей колір має переважно позитивну або нейтральну конотацію (20 одиниць, 58,8%):

- A bit of blue sky – промінчик надії
- The blue blanket – небесна блакить
- Blue blood – блакитна кров

Також синій колір може означати смуток та меланхолію (14 фразеологізмів – 41,2%):

- In a blue funk – глибоко нещасна
- Blue ruin – загибель
- Blue fear – панічний стан

### 4. Фразеологізми з елементом «green».

Зелені фразеологізми представлені 24 одиницями. Ці фразеологізми можуть мати як позитивні, так і негативні значення. Наприклад, позитивні асоціації пов'язані з молодістю (13 одиниць, 61,9%):

- Green years – молоді роки
- Green old age – щаслива старість
- Keep the bones green – зберігати здоров'я

З іншого боку, зелений може асоціюватися з негативними рисами, наприклад, у фразеологізмі a green-eyed monster (ревнива людина) (6 одиниць, 28,5%).

### 5. Фразеологізми з елементом «red».

Всього виділено 28 фразеологізмів (14,8% від загального числа). Частіше червоний колір виражає негативні емоції (14 одиниць):

- See the red light – підозрювати небезпеку
- Be in the red – мати збитки
- See red – розлютитися

Також є фразеологізми з позитивною конотацією, що становлять іншу половину:

- Red carpet – елегантний
- Roll out the red carpet – підготуватися до важливої зустрічі
- A red-letter day – щасливий день

## 2. Фразеологізми з позитивною конотацією [19].

Ця група є найменш чисельною, з фразеологізмами, що містять елемент pink (рожевий). Всього виявлено 6 одиниць (3,1% від загальної кількості), які асоціюються зі здоров'ям і веселощами:

- Everything is rosy – все чудово
- Be tickled pink – веселитися
- Look rosy – мати здоровий вигляд

## 3. Фразеологізми з негативною конотацією.

1. Сірий колір (grey) представлений 7 одиницями (3,7%), асоціюючись з таємницями і занепадом:

- Get grey – постаріти
- Grey area – щось, що важко зрозуміти

2. Жовтий колір (yellow) має негативну семантику, представлену 6 одиницями (3,1%):

- Yellow as a guinea – жовте як лимон
- Yellow streak – боягузтво

3. Коричневий колір (brown) найменш представлений, всього 2 одиниці:

- Be in the brown study – зануритися в похмурі думки
- Be brown off – бути виснаженим

Отже, більшість фразеологізмів з кольоровими позначеннями можуть вказувати на різноманітні емоції, проте деякі кольори мають виняткові конотації.

## РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОЛОРИСТИЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

### 3.1. Основні етапи використання фразеологізмів в англійській мові

Одним із головних завдань фразеології є розробка класифікацій фразеологізмів на основі різних принципів. Ця галузь досліджує методи вивчення фразеологізмів, а також принципи їх виділення, класифікації та семантизації[20].

У мовознавстві застосовуються різні методи для опису та аналізу фразеологізмів, зокрема:

1. **Метод аплікації** — це обмежений варіант методу ідентифікації, який встановлює відмінності у структурно-семантичній організації фразеологічних одиниць від сполук, що формуються згідно з регулярними закономірностями.
2. **Метод ідентифікації** — цей метод спрямований на встановлення тотожності синтаксичних конструкцій та слів.

Існують фразеологізми з різними рівнями зв'язку між компонентами. Наприклад, в словосполученнях на кшталт "breach of faith" (обіцянка, довіра тощо) значення окремого компонента може сприйматися як самостійне. Це призводить до розмитості меж між фразеологічними одиницями. На відміну від них, фразеологізми з високою ідіоматичністю мають синтаксичну цілісність. Наприклад, в виразі "a good sport" (славний парубок) додавання прислівника "very" змінює його сенс.

В англійській мові є багато фразеологізмів, що мають декілька варіантів. Наприклад, вираз "при повному параді" можна передати як "in fine feather", "in full feather" або "in high feather". У літературі іноді зустрічаються фразеологізми, які автори свідомо модифікують для досягнення певного ефекту.

У творах таких авторів, як Теодор Драйзер, Чарльз Діккенс та Бернард Шоу, фразеологічні одиниці зазнають змін, що ілюструє їхню гнучкість у використанні.

Виходячи з цього, можна виокремити кілька критеріїв, що відрізняють прості словосполучення від фразеологічних одиниць:

- У фразеологізмах відсутнє варіювання компонентів і можливість синтаксичного розширення.
- Фразеологізмам властива ідіоматичність.
- Вони мають обмежений набір граматичних форм для своїх компонентів.

При дослідженні фразеологічного складу сучасної англійської мови важливо звернути увагу на поняття ідіоми. У своєму "Словнику лінгвістичних термінів" визначає ідіому як фразеологічну одиницю з вираженими стилістичними особливостями, яка надає мові елемент жарту чи гри [21].

Гальперін І. Р. також зазначає, що в кожній мові є сполучення слів, значення яких не є прямим результатом значень складових. Такі сполучення, на думку Гальперіна, називаються фразеологічними одиницями. Основною рисою фразеологізмів є семантична єдність та стійкість їх компонентів.

Фразеологічні одиниці можна порівняти з метафорами, оскільки обидва явища є результатом вторинної номінації. Вони утворюються в контексті соціальної практики та мають образний характер.

Таким чином, фразеологізми і метафори є ефективними стилістичними прийомами, що використовуються в різних сферах мови, але найбільш поширені в повсякденному спілкуванні [22].

Важливість мовної номінації (первинної і вторинної) полягає в тому, що поняття відображаються мовними знаками. Первинна номінація реалізується через слово, а вторинна — через вже функціонуючу мовну форму, що набула нового значення.

Отже, в процесі вторинної номінації взаємодіють чотири компоненти: дійсність, понятійно-мовна форма, значення мовної форми та її нова функція.

### **Класифікація фразеологічних одиниць**

Академік В. В. Виноградов класифікує фразеологізми за ступенем семантичної злитості їх компонентів, виділяючи три типи:

1. **Фразеологічні єдності** – це стійкі сполуки, які зберігають семантичну відокремленість компонентів, проте мають загальне переносне значення. Наприклад, "to burn bridges" (спалювати мости) або "to spill the beans" (видати секрет).
2. **Фразеологічні зрощення** – це фрази, де значення не може бути виведене з окремих слів, наприклад, "to kick the bucket" (померти).
3. **Фразеологічні сполуки** – це вирази з високою ідіоматичністю, які функціонують як єдине ціле.

Таким чином, дослідження фразеологізмів в англійській мові дозволяє глибше зрозуміти не лише мовну структуру, а й культурні, соціальні аспекти, які впливають на їх використання. Класифікація фразеологізмів допомагає виявити, як вони функціонують у повсякденному спілкуванні.

### **3. 2. Особливості вживання та перекладу фразеологічних одиниць на уроках англійської мови**

Сучасні дослідники у галузі методики викладання іноземних мов вивчають проблеми опанування мовними рівнями в різних аспектах. Відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти [23, с. 4–5], які застосовуються для викладання іноземних мов у Європі, акцент робиться на формуванні мовних картин світу у свідомості представників різних націй, що сприяє їхній правильній мовленнєвій орієнтації у відповідному середовищі [24, с. 210].

Засвоєння фразеологічних одиниць і їх коректне відтворення під час перекладу є одним із найскладніших завдань у процесі навчання іноземних мов. Це стосується формування інтеркультурної компетенції, яка передбачає здатність ефективно взаємодіяти у культурно різноманітних ситуаціях. За твердженням, інтеркультурна компетенція складається з трьох основних

компонентів: когнітивного, афективного та біхевіорального. Когнітивний компонент охоплює знання, досвід і інформацію не лише про інші культури, але й про свою. Афективний компонент пов'язаний з емоційним переживанням міжкультурних ситуацій та здатністю до інтеркультурної емпатії. Біхевіоральний компонент визначає вміння здійснювати міжкультурну комунікацію та вирішувати міжкультурні конфлікти. Ці складові не є вродженими, тому їх необхідно розвивати на заняттях з іноземної мови [25].

Існує кілька підходів до навчання професійного перекладу, таких як лінгвістичний, соціосемантичний, прагматичний і комунікативний. Лінгвістичний підхід ґрунтується на тому, що переклад передбачає взаємодію щонайменше двох мов (у нашому випадку — трьох). Прихильники цього підходу зосереджуються на змістовних, а не лише формальних відносинах між оригіналом і перекладом.

Соціосемантичний підхід ставить у центр уваги соціальні аспекти та взаємодію різних знакових систем у процесі вербальної комунікації. Він залучає до аналізу макролінгвістичні фактори, які вивчають вплив лінгвістичних, екстралінгвістичних і паралінгвістичних чинників на мовленнєве спілкування, включно з впливом особливостей мови, культури та мислення на комунікацію.

Комунікативний підхід, будучи важливою складовою сучасної лінгвістики, є невід'ємною частиною лінгвістики перекладу. Він відіграє ключову роль у формуванні комунікативної компетенції студентів, яка охоплює лінгвістичний, прагматичний та соціокультурний компоненти. У документах зазначається важливість знання культурного фону, без якого неможливо здійснювати адекватну комунікацію будь-якого типу. У пострадянських країнах такі знання можуть формуватися лише під час занять з іноземної мови.

Науковці відзначають, що мовлення завжди відображає соціокультурні умови середовища через фразеологію. У кожній мовленнєвій спільноті формується унікальна картина світу, яка є культурною спадщиною як матеріального, так і духовного життя, що передається з покоління в покоління



[1, с. 28]. Мовна картина світу відображає знання та уявлення про внутрішній і зовнішній світ певної нації. Різноманітність мовних картин світу зумовлена відмінностями у фразеологічній концептуалізації, етнічному середовищі та культурних традиціях.

Протягом останніх років значення терміну «плюрилінгвізм» значно зросло у контексті підходу, запропонованого Загальноєвропейськими рекомендаціями щодо навчання мов у різних суспільствах [4, с. 5]. Це поняття відрізняється від «мультилінгвізму», який описує володіння кількома мовами або співіснування різних мов в окремому суспільстві. Мультилінгвізм досягається шляхом розширення переліку мов для вивчення у навчальних закладах або через стимулювання вивчення більше ніж однієї іноземної мови. Також це може включати зниження домінування англійської мови як основного засобу міжнародного спілкування.

На відміну від цього, плюрилінгвізм розглядає мовне навчання як процес, у якому індивідуальний мовний досвід інтегрується і взаємодіє. Люди не сприймають мови як окремі блоки знань, а формують комунікативну компетенцію, у якій різні мовні елементи переплітаються і взаємодіють. Цей підхід допомагає краще розуміти переклад з другої іноземної мови крізь призму філософської концепції тотожності та еквівалентності.

На нашу думку, хоча існує кілька підходів до перекладу, таких як лінгвістичний, соціосемантичний та комунікативний, саме макролінгвістичний підхід [26, с. 80], який поєднує попередні, дозволяє аналізувати переклад у контексті філософії тотожності та еквівалентності.

У сучасній науці перекладознавства найбільший вплив мали ідеї А. Нойберта [25, с. 85], який наголошує на важливості прагматики у перекладі. Він пов'язує прагматичну адекватність із чотирма типами прагматичних відносин у тексті оригіналу, деякі з яких можна легко відтворити у перекладі, тоді як інші — частково. Особливо складними є відносини, що виникають у текстах, які включають фразеологічні або ідіоматичні вирази, оскільки їх значення не можна вивести з суми компонентів.

У контексті викладання другої іноземної мови важливо досліджувати лінгвометодичні аспекти навчання перекладу фразеологічних одиниць, які поділяються на ідіоми, ідіофразеоматизми та фразеоматизми [8, с. 7].

Ідіоми – це стійкі лексичні одиниці, що мають повністю або частково переосмислене значення, як-от *casse-tête chinois* («китайська грамота», головоломка). Ідіофразеоматизми мають як буквальні, так і переносні значення, наприклад, *mettre sur les rails* (покласти початок). Фразеоматичні одиниці містять фразеологічні значення, пов'язані з культурною специфікою, наприклад, *c'est un amiral suisse* («сухопутний моряк»).

Кожен з цих типів фразеологізмів має спільні риси: стійкість, готовність до вжитку, семантичну складність, постійність лексичного складу та фіксованість структури. Їхнє часте використання збагачує мовлення, надаючи йому природності й експресивності завдяки конотативному компоненту.

Таким чином, фразеологізми відображають культурну картину світу кожної нації, тому важливо розуміти реалії, які стали відправною точкою для їх формування.

Розуміння фразеологізмів, їх правильне вживання та адекватний переклад не лише на основну іноземну мову (часто англійську), а й на другу (наприклад, французьку, іспанську чи німецьку) є ознакою високого рівня володіння мовою. Однак ідіоми, як проблема перекладу та їх використання у мовленні, залишаються одними з найменш досліджених аспектів. У багатьох навчальних посібниках, як з мовної практики, так і з практики перекладу, фразеологізми часто лише включають до списків словникових одиниць, не забезпечуючи належних вправ для їх активного засвоєння під час перекладу

На наш погляд, навчання адекватному перекладу ідіом з другої іноземної мови повинно складатися з кількох етапів [27]:

- Визначення ідіоми у контексті;
- Встановлення її значення в контексті;
- Порівняння дослівного значення лексеми та її образного змісту;

- Порівняння образного значення у другій іноземній мові з відповідним у рідній мові;
- Зіставлення образу в другій іноземній мові з образом у першій іноземній (наприклад, англійській);
- Виконання вправ на активізацію образів;
- Підстановчі вправи (вставлення відсутніх ідіом);
- Трансформаційні вправи (підбір відповідної ідіоми для опису ситуації);
- Вправи на розширення значень.

Ключовими принципами у виконанні таких вправ повинні бути: а) принцип порівняння особливостей першої та другої іноземної мови; б) принцип порівняння культурних реалій відповідних мов. У разі відсутності еквівалентів у мовах слід використовувати описовий переклад, адже дослівний переклад можливий лише тоді, коли «внутрішня форма» в обох мовах збігається [3, с. 181].

Продуктивною формою роботи може стати як внутрішньомовний, так і міжмовний аналіз фразеологічних одиниць. Це допоможе краще описати мовну картину світу, оцінити релевантність окремих компонентів у процесі пізнання світу та виявити унікальність фразеологічної системи [7, с. 67]. Крім того, корисно наводити приклади ідіоетнічних фразеологізмів, таких як *souffler un moment* («перевести дух») [6, с. 118], або роз'яснювати переклад оксюморонів, наприклад, *un cadavre vivant* («живий труп») [9, с. 104].

Важливо пояснювати студентам, що іноді словосполучення не можна перекладати дослівно, і правильна відповідність знаходиться лише на рівні цілого речення (*Qui a bu boira!; Qui se ressemble s'assemble!*).

Особливу увагу в навчанні варто приділяти фоновим знанням, зокрема знанням про культуру та традиції, на основі яких формуються фразеологізми. Наприклад, пояснити історію виразу («Провести безсонну ніч») або («Повернемося до теми розмови»), яка походить із середньовічного французького фавлю про баранів.

Крім того, студентів потрібно навчати адекватного перекладу виразів повсякденного життя, наприклад: («Ось у чому проблема!»). Також слід демонструвати приклади перекладу різних типів стійких кліше та формулювань: написів, дорожніх знаків, формул ввічливості, як-от: («Зачинено. Інвентаризація»).

Особливо важливою є робота з біблеїзмами, адже лексика церковного походження часто використовується у французьких громадсько-політичних текстах. Перекладач повинен знати найпоширеніші біблійні образи та крилаті вирази, а також терміни, що стосуються церковної діяльності, оскільки в сучасному контексті вони часто набувають іншого значення.

Отже, на підставі вищезазначених фактів можна зробити висновок, що навчання фразеологізмів як мовних одиниць і невід'ємних складових мовленнєвого потоку є ефективним, якщо розглядати їх семантичну структуру, рівень семантичної єдності компонентів і ступінь мотивованості їх значення. Основними проблемами при роботі з фразеологічними матеріалами є їх правильне розуміння та адекватний переклад.

Розробка методик перекладу фразеологізмів з урахуванням макролінгвістичного підходу та принципу компаративізму має значно сприяти тому, щоб випускники-філологи досягли високої професійної компетентності в перекладі як з другої іноземної мови, так і на неї. Адже володіння фразеологізмами та їх правильний переклад є ознакою дійсно високого рівня знань і навичок у будь-якій іноземній мові.

Методом суцільної вибірки з лексикографічних джерел було створено корпус англійських фразеологічних одиниць, що містять назви осіб за їхнім родом занять, у кількості 724 одиниць. Цей матеріал був систематизований за приналежністю до кількох структурно-семантичних типів:

Ідіоми (305 одиниць), наприклад: *printer's flower* – «кінцівка, віньетка, графічна прикраса в кінці книги»; *to a queen's taste* – «досконало» (часто іронічно); *to be no slave to time* – «не відзначатися пунктуальністю».

Компаративні звороти (44 одиниці), як-от: *as fit as a pudding for a friar's mouth* – «якраз те, що треба»; *as grave as a judge* – «з серйозним виглядом»; *like a thief in the night* – «нишком, потай»[28].

Усталені мовні формули (12 одиниць), наприклад: *by the Great Living Tinker* – «клянусь богом!»; *is your father a glazier?* – «ти що, прозорий?»; *your trumpeter's dead!* – «оце розхвасталися!».

Паремії (327 одиниць), наприклад: *As the baker, so the buns; as the father, so the sons* – «Який батько, такий син»; *All are not hunters that blow the horn* – «Не все те золото, що блищить»; *A good lawyer, a bad neighbour*.

Крилаті вирази (36 одиниць), наприклад: *a King Charles's head* – «ідея фікс»; *chronicler of small beer* – «людина, що займається дрібницями».

Фразеологічним одиницям властиві явища синонімії, антонімії та омонімії. Зокрема, фразеологічні синоніми – це стійкі вирази з подібною структурою, що співвідносяться з однією частиною мови і можуть відрізнитися стилістичним забарвленням. Вони мають схожі моделі і однакову синтаксичну сполучуваність. У дослідженому матеріалі виокремлено такі синонімічні ряди [28]:

«Говірка людина»: *hot-air merchant; hot-air artist; barber's cat*.

«Нечиста сила»: *the great fisher of souls; the prince of darkness; the author of all evil*.

«Обдурити»: *to play the merchant with one; to play the jack with one; to put the doctor on*.

«Командувати»: *to come the quarterdeck over one; to come the old soldier over one*.

«Ставитися з погордою»: *to come captain Stiff over one*.

«Вигадане оповідання»: *a sailor's yarn; a piper's tale*.

«Застарілі новини»: *pedlar's/tinker's/barber's news*.

«Якраз те, що треба»: *as fit as a pudding for a friar's mouth; just what the doctor ordered*.

У деяких випадках фразеологічні одиниці з компонентом-назвою особи за родом занять мають кілька значень і входять до кількох синонімічних рядів. Наприклад, вираз *to come the quarterdeck over one* у своєму первинному значенні «командувати кимось» утворює синонімічний ряд із фразеологією *to come the old soldier over one*, яка має подібне значення.

Проведений аналіз підтвердив, що стратегія перекладу фразеологічних одиниць значно варіюється в кожному окремому випадку. На перекладацьке рішення впливають різні чинники, серед яких можна виділити особливості вживання фразеологізму в конкретному контексті, його структуру, семантичне наповнення та емоційно-експресивне забарвлення. Залежно від цих факторів перекладач може обрати один із варіантів перекладу: знайти повний або частковий еквівалент, використати аналог, застосувати кальку або вдатися до описового перекладу.

Окрім цього, перекладач повинен демонструвати обізнаність та креативність, розуміти лінгвокультурні особливості мови-оригіналу та вміти ефективно користуватися довідковими матеріалами. Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому вивченні фразеологізмів з компонентом-назвою осіб за родом занять та особливостей їх перекладу. Спосіб перекладу фразеологізмів залежить від співвідношення між мовами. Виокремлюють три типи:

1. **Повна відповідність.** Частка таких фразеологізмів становить близько 10%:
  - *See through rose-coloured glasses* – дивитися крізь рожеві окуляри
  - *Red as blood* – червоний як кров
2. **Неповні еквіваленти.** Ця група складає близько 20%:
  - *Yellow as a guinea* – жовте як лимон
  - *Black art* – чорнокнижництво
3. **Невідповідність.** Коли неможливо підібрати еквівалент, застосовують нефразеологічний (лексичний) переклад. Калькування трапляється рідко.

Частіше використовують описовий переклад, який становить 70% аналізованих одиниць:

- Red herring – щось, що збиває з пантелику
- Be in the red – працювати зі збитками

Найчастіше фразеологізми не мають певного еквівалента, що свідчить про відсутність відповідних явищ у сприймальній культурі. Аналогічні фразеологізми також нечисленні. Описовий переклад використовується найчастіше через великі культурні різниці.

## ВИСНОВКИ

Використання фразеологічних одиниць із колоритним компонентом на уроках англійської мови є ефективним засобом розвитку мовної та міжкультурної компетенції учнів. Аналіз проведеного дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

**Розширення словникового запасу:** Фразеологічні одиниці з колоритним компонентом сприяють розширенню словникового запасу учнів, дозволяють оволодіти більш виразними і живими засобами мови. Збагачення культурного контексту: за допомогою ідіом з кольорами учні можуть краще зрозуміти культурні особливості англомовних країн, оскільки багато таких виразів мають історичне чи культурне коріння.

**Розвиток комунікативних навичок:** використання ідіом у мовленні допомагає учням набути більш природних комунікативних навичок, що робить їхнє мовлення ближчим до носіїв мови. Активізація критичного мислення, пояснення та тлумачення фразеологізмів розвиває у школярів аналітичні навички, оскільки учні вчаться розрізняти пряме та переносне значення. Інтеграція в мовленнєву практику: постійна практика роботи з ідіомами дозволяє учням інтегрувати ці вирази у своє активне мовлення, підвищуючи рівень володіння мовою в цілому.

**Формування стійкого інтересу до мови:** Фразеологізми з кольоровим компонентом цікаві та легко запам'ятовуються, що підвищує мотивацію учнів до вивчення англійської мови.

Отже, використання фразеологічних одиниць з кольоровим компонентом у процесі навчання англійської мови сприяє всебічному розвитку учнів, удосконаленню їх мовних навичок і культурного розуміння.

Фразеологічні одиниці виступають носіями культурно значущих ознак, що дозволяють оцінювати об'єкти й явища через мовні та культурні коди. Вони відіграють ключову роль у мовній системі, передаючи багатовіковий досвід та відображаючи специфіку лінгвокультурного простору.



Кольороозначені фразеологізми відіграють важливу роль у мові, супроводжуючи і характеризуючи майже всі аспекти людської діяльності, навколишнього світу та самої людини. Колір, як невід'ємна частина людського сприйняття світу, глибоко пронизує фразеологію української мови, передаючи характеристики людського життя через накопичений культурний досвід.

Для людини колір має не лише об'єктивне значення, а й стає моральною та естетичною категорією, що виражає оцінки, норми та установки. Багато фразеологізмів, які використовують кольори, супроводжуються оцінними конотаціями, відображаючи ціннісну картину світу конкретної національної культури. Наприклад, в українській фразеології опозиція «добре-погане» часто виражається через ахроматичні кольори, зокрема чорний і білий. Чорний колір домінує в таких фразах, як *чорним по білому*, *чорна хвороба*, *чорна невдячність*, що пов'язує чорний з негативними емоціями та подіями.

Крім ахроматичних кольорів, хроматичні кольороназви також широко використовуються у фразеології української мови, відображаючи культурно-асоціативні традиції етносу. Зібраний матеріал показує, що ці фразеологізми часто описують як зовнішній, так і внутрішній світ людини.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гуменюк І. І. Структурні та лексико-семантичні особливості фразеологічних одиниць із колоративами в англійській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / І. І. Гуменюк; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці, 2010. 20 с.
2. Єгорова О., Кальченко А. Фразеологізми як полівекторні маркери кількості : матеріали науково-теоретичної конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів гуманітарного факультету / Відп. за вип. Л. П. Валенкевич. Суми: СумДУ, 2010. Ч. II. С. 62–63.
3. Манько Л. В. Семантика фразеологічних одиниць із колористичним компонентом. 2015. 20 с. (що це за джерело: підручник, стаття? Де Ви його знайшли? Оскільки в мережі інтернет воно відстуне)
4. Караман С. О. Сучасна українська літературна мова. Навчальний посібник. Київ: Літера ЛТД, 2011. 560 с.
5. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Академія, 2017. 464 с.
6. Кошик А. Г. Відтворення англійських спортивних фразеологізмів в українському перекладі URL: [http://confcontact.com/2013\\_04\\_17/18\\_Koshyk.htm](http://confcontact.com/2013_04_17/18_Koshyk.htm) (дата звернення: 20.10.2024)
7. Кузнєцова Г. В. Види семантичних змін у фразеологізмах (на матеріалі сучасної англомовної прози). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Сер. Філологія*. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2017. Т. 7. № 1. С. 150–157.
8. Литвин А. А. Семантика та функціонування англійських фразеологічних одиниць на позначення поняття «удар» у спортивній грі волейбол. *Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька Академія». Сер. Філологічна*. 2009. Вип. 11. С. 269–273.
9. Літвінова М. М. Семантичні властивості фразеологічних одиниць зі значенням рис характеру людини (на матеріалі німецької мови XIX–XX ст.) :

автореф. дис.. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2004. 20 с.

10. Мікрюков О. О. Фразеологія в лінгвістичній системі мови. URL: [http://www.rusnauka.com/15\\_NPN\\_/Philologia/3\\_139382.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NPN_/Philologia/3_139382.doc.htm) (дата звернення: 17.09.2024)

11. Нагорна О. О. Етнокультурні особливості семантики англійських фразеологізмів (на матеріалі британського варіанту англійської мови) : дис.. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2008. 567 с.

12. Коцюба З. Г. Універсальне і національне в паремійних фондах мов європейського ареалу (лінгвокультурологічний аспект) : автореф. дис. ... д-ра. філол. наук : 10.02.15 / Київський нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. Київ, 2015. 32 с.

13. Левченко О. П. Фразеологічна репрезентація світу. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2002. № 7. С. 307–315.

14. Лисецька Н. Г. Фразеологічні інновації в сучасній німецькій мові : когнітивний та функціональний аспекти : дис. ... канд. філол. наук. : 10.02.04. Волинський нац. ун-т ім. Л. Українки. Луцьк, 2003. 218 с.

15. Максимова К. В. Фразеологізми як компоненти складнопідрядних конструкцій. *Лінгвістичні дослідження*. 2004. Вип. 13. С. 122–123.

16. Олексієнко Л. П. Мовна картина світу сучасних британців. *Мовні та концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 26. Ч. 3. С. 426–428.

17. Петій Н. Метафорична вербалізація концепту HUMAN APPEARANCE у сучасній англійській мові. *Іноземна філологія*. 2009. Вип. 121. С. 109–115.

18. Повторуха Н. Соматична лексика на позначення одиниць виміру і мір зі значенням приблизної кількості у німецькій і українській мовах. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2009. Вип. 89. № 3. С. 209–214.

19. Подолян І. Е. Національна специфіка семантики фітомінів в українській, англійській та німецькій мовах (контрастивний етнопсихолінгвістичний аналіз) : автореф. дис..... канд. філол. наук : 10.02.17 / Київський державний лінгвістичний ун-т. Київ, 2000. 19 с.

20. Colson J. Cross-linguistic phraseological studies: An Overview. An interdisciplinary perspective [edited by Sylviane Granger and Fanny Meunier]. Amsterdam: John Benjamins, 2018. 423 p.
21. Dobrovol'skij D. Idioms: motivation and etymology. Yearbook of Phraseology. 2010. P. 73–96.
22. Granger S. Phraseology: An interdisciplinary perspective / Sylviane Granger, Fanny Meunier – Amsterdam: John Benjamins, 2008. 423 p.
23. Omazić M. Introduction: WHY, WHAT and HOW in phraseology. *Jezikoslovlje*. 2005. Vol. 6. P. 1–5.
24. Renton N. E. Metaphorically speaking: a dictionary of 3800 picturesque idiomatic expressions. Warner Books. 528 p.
25. Seidl J. English Idioms and How to Use Them. 4<sup>th</sup> edition. Oxford: Oxford University Press, 2003. 268 p.
26. Siefring J. Oxford Dictionary of Idioms. Oxford : Oxford University Press. 2004. 340 p.
27. Spears R. McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary. NY : The McGraw-Hill Companies Inc., 2007. 276 p.