

**Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка**

**Факультет іноземних мов
Кафедра теорії і практики перекладу**

Кваліфікаційна робота

**«ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА
ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ЛЮДИНИ В
АНГЛО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ»**

Спеціальність:

**035.041 Філологія. Германські мови та літератури (переклад
включно), перша – англійська**

Здобувача вищої освіти
Освітньо-кваліфікаційного рівня
«магістр»

Хоми Світлани Степанівни

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:

кандидат філологічних наук, доцент
Загородня Людмила Зеонідівна

РЕЦЕНЗЕНТ:

кандидат філологічних наук, доцент
Собчук Людмила Василівна

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1.	6
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ	6
1.1. Поняття та основні характеристики фразеологізмів.	6
1.2. Класифікація фразеологізмів за семантикою та структурою.	12
1.3. Фразеологізми у контексті міжкультурної комунікації.	22
Висновки до розділу 1.	29
РОЗДІЛ 2.	31
ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ	31
2.1. Основні труднощі перекладу фразеологізмів.	31
2.2. Перекладацькі стратегії та підходи до відтворення фразеологізмів.	37
Висновки до розділу 2.	42
РОЗДІЛ 3.	44
ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ЛЮДИНИ В АНГЛО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ	44
3.1. Стратегії перекладу фразеологізмів, що виражають емоційні стани.	44
3.2. Практичні рекомендації щодо відтворення фразеологізмів на позначення емоційного стану.	54
Висновки до розділу 3.	58
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63

ВСТУП

Актуальність дослідження. Переклад фразеологізмів є важливою складовою мовного процесу, оскільки фразеологізми виконують функцію передачі культурних, емоційних і соціальних аспектів мовної практики. Однак переклад фразеологізмів, що позначають емоційний стан, є складною проблемою в лінгвістиці, оскільки такі вирази мають яскраве культурне забарвлення, образність і відображають специфіку мислення та світогляду носіїв мови. Англо-український переклад цих фразеологізмів вимагає детального аналізу, оскільки лексична й культурна різниця між англійською та українською мовами може значно ускладнити процес відтворення емоційного забарвлення. Це визначає актуальність теми дослідження, адже правильно передати емоційний стан через фразеологізми не тільки вимагає лінгвістичної точності, а й вміння передати емоційну насиченість та культурний контекст.

Наукова новизна даного дослідження полягає в систематизації та порівнянні фразеологізмів, що виражають емоційний стан людини в англійській та українській мовах. Вперше в даному контексті розглянуто підходи до перекладу фразеологізмів із сильним емоційним забарвленням, зокрема в художніх та публіцистичних текстах. Також у роботі вперше детально описано вплив національних особливостей мов і культури на вибір стратегії перекладу, а також на важливість збереження емоційного контексту при адаптації фразеологічних одиниць у перекладі. Зроблено конкретні рекомендації щодо оптимізації перекладу емоційних фразеологізмів для збереження їх виразності та культурної ідентичності.

Об'єктом дослідження є фразеологізми, що позначають емоційний стан людини в англійській та українській мовах.

Предметом дослідження є методи перекладу фразеологізмів, що виражають емоційний стан людини, з англійської на українську мову, зокрема аналіз стратегій перекладу та визначення ролі емоційної експресії у перекладених виразах.

Метою дослідження є виявлення особливостей перекладу фразеологізмів, що позначають емоційний стан людини, з англійської на українську мову, а також розробка рекомендацій щодо ефективного використання перекладацьких стратегій для збереження емоційного забарвлення оригіналу.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати основні стратегії перекладу фразеологізмів, що виражають емоційний стан людини, з англійської на українську мову.
2. Визначити роль експресивності та образності у перекладі емоційних фразеологізмів.
3. Зробити порівняльний аналіз перекладу фразеологізмів у художніх та публіцистичних текстах.
4. Розробити практичні рекомендації для перекладачів щодо збереження емоційної виразності фразеологізмів при перекладі.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є порівняльний, контекстуальний, лінгвокультурологічний аналіз. Використовуються загальнонаукові теоретичні методи, зокрема методи аналізу та синтезу, а також галузеві методи перекладознавства для вивчення специфіки перекладу фразеологізмів. Крім того, для практичної частини роботи застосовуються методи аналізу текстів та порівняння перекладів.

Матеріалами дослідження є художні та публіцистичні тексти англійського та українського літературних і публіцистичних творів, а також переклади фразеологізмів, що позначають емоційний стан. Досліджувані джерела включають як оригінальні англійські тексти, так і українські переклади з відповідними фразеологізмами. Загалом планується проаналізувати понад 50 фразеологізмів.

Теоретичне значення роботи полягає в уточненні підходів до перекладу емоційних фразеологізмів, визначенні основних труднощів, що виникають під час перекладу, а також розробці критеріїв для вибору найбільш адекватних стратегій перекладу. Це сприятиме поглибленому розумінню ролі фразеологізмів у міжкультурній комунікації та розвитку перекладознавства.

Практичне значення дослідження полягає у розробці рекомендацій для перекладачів щодо правильного вибору стратегії перекладу емоційних фразеологізмів з англійської на українську мову. Ці рекомендації можуть бути використані в навчальному процесі при підготовці фахівців у галузі перекладознавства, а також у практичній діяльності перекладачів художніх і публіцистичних текстів.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження викладені у двох публікаціях:

1. Хома С. Особливості відтворення фразеологізмів на позначення емоційного стану людини в англо-українському перекладі. *Сучасні тенденції у філологічних та педагогічних дослідженнях: вітчизняний і міжнародний вимір* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (21 березня 2025 р.). Тернопіль : ЗУНУ, 2025. С. 76-78.

2. Хома С. Сучасні лінгвістичні підходи до класифікації фразеологізмів. *Франкофонія в умовах глобалізації і полікультурності світу* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (15-16 травня 2025 р.) Тернопіль : ТНПУ, 2025. С. 23

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

1.1. Поняття та основні характеристики фразеологізмів.

Англійська мова сьогодні посідає одне з провідних місць серед найпоширеніших мов світу й відіграє ключову роль як глобальний засіб спілкування. Вона вирізняється одним із найбагатших і найрізноманітніших словникових запасів серед усіх мов. Водночас у сфері мовознавства існує безліч питань, що вимагають глибокого аналізу та часто викликають суперечливі погляди й інтерпретації. Одним із таких є питання статусу і функцій фразеологізмів у сучасній англійській мові.

Фразеологія, яка охоплює сукупність сталих виразів певної мови, є невід’ємною складовою будь-якої мовної системи. Фразеологічні одиниці застосовуються в різних сферах людської діяльності й значно яскравіші за окремі слова завдяки здатності передавати значення більш образно і лаконічно. Ці вирази широко використовуються в літературі, засобах масової інформації та повсякденному спілкуванні, надаючи мові більшої експресивності та колориту [35, с. 32].

Попри численні наукові дослідження, досі немає єдиної, загальноприйнятої дефініції поняття «фразеологізм». Визначення цього терміна залишається складним через низку причин, серед яких – складність самого феномену, різноманітність його форм та те, що дослідження цього явища ведуться вже тривалий час. З урахуванням сучасних тенденцій у розвитку лінгвістики, підходи до вивчення фразеології потребують постійного оновлення та уточнення.

Термін «фразеологізм» походить із давньогрецьких слів «*phrasis*» – «вислів» та «*logos*» – «слово» і загалом означає вираз, що позначає певне поняття й функціонує як єдина мовна одиниця. Кожен науковець, даючи визначення фразеологізму, виділяє особливі риси, які, на його думку,

відрізняють його від інших лексичних елементів мови і вважаються найсуттєвішими характеристиками. Через це в лінгвістичній науці існує багато різних тлумачень цього поняття. Наприклад, Ш. Балі, один із піонерів фразеології, розглядає фразеологізми як значущі мовні одиниці, які не можна вважати лише «прикрашаннями» або «надмірностями», хоча вони й надають мові більшої образності та яскравості.

На сьогоднішньому етапі розвитку мовознавства питання про визначення фразеологізму залишається актуальним і потребує подальшого вивчення. Якщо звернутися до тлумачних словників, можна знайти загальні визначення, які не охоплюють усі аспекти фразеологічних одиниць. Наприклад, у багатьох авторитетних словниках такі визначення є лише початковим кроком до розуміння явища фразеологізмів, адже не враховують усіх тонкощів і характеристик цього лексичного феномену.

Особливу увагу привертає визначення фразеологічної одиниці як загальної категорії для семантично пов'язаних словосполучень і речень, які відрізняються від інших структур тим, що не підпорядковуються загальним правилам підбору й комбінації слів при формуванні висловлювань. Натомість, фразеологізми використовуються у мові як фіксовані поєднання семантичної структури і певного лексико-семантичного складу. Головними ознаками фразеологізмів є їхня сталість і відтворюваність у мовному вжитку.

Великий внесок у дослідження сталих словосполучень зробив О. Потебня, який уперше порушив питання про знакову природу фразеологізмів, закономірності їх формування та висловив важливі ідеї щодо їхнього значення й «внутрішньої структури». Він зосереджував увагу на тому, як фразеологізми відображають взаємозв'язок між формою і значенням, а також на їхній функції в межах мовної системи. Це допомогло наступним дослідникам глибше усвідомити роль таких виразів у мовленні.

До головних властивостей фразеологічних одиниць належать їхня стійкість, повторюваність і семантичний зв'язок між складовими частинами. Це означає, що фразеологізми повинні бути зафіксованими в мові та регулярно

використовуватися в різних контекстах, зберігаючи при цьому цілісність смислу, що дозволяє їм виступати як окремі одиниці з певним значенням.

У «Сучасній термінологічній енциклопедії» фразеологізми визначаються як «стійкі, змістово пов'язані, відтворювані у мовленні словосполучення або вислови, які базуються на етносвідомих стереотипах і є носіями культури певного народу, відзначаються образністю та експресивністю». Це визначення підкреслює важливу роль культурного й соціального контексту в формуванні фразеологізмів. Вони не лише виконують комунікативну функцію, а й передають типові уявлення і образи, властиві певній мовній спільноті.

Серед сучасних західних дослідників фразеології можна виділити Стефана Грієса, який пропонує чітке визначення фразеологізмів, що враховує кілька ключових параметрів. За його думкою, визначення фразеологізму повинно включати принаймні наступні п'ять аспектів:

1. специфіка елементів, що беруть участь у фразеологізмі;
2. кількість елементів, що складають фразеологізм;
3. скільки разів вираз має повторюватися, перш ніж він стане фразеологізмом;
4. ступінь лексичної і синтаксичної гнучкості елементів, що беруть участь у фразеологізмі;
5. роль семантичної єдності у формуванні фразеологізмів [27, с. 58].

Ці параметри допомагають глибше аналізувати структуру та функціонування фразеологізмів, зокрема їх стійкість, повторюваність і лексичну гнучкість, що є важливими аспектами для розуміння їх місця в мовній системі.

1. Українські дослідники також значною мірою сприяли розвитку теорії фразеології, розробляючи свої визначення та підходи до вивчення фразеологічних одиниць. Зокрема, М. П. Кочерган трактує фразеологізм як мовну одиницю, що складається з двох або більше слів, має цілісне значення та характеризується стійкістю щодо складу й структури. Він наголошує на таких ключових характеристиках фразеологізмів, як здатність до відтворення, цілісність значення, стійкість і непроникність структури [28]. Це визначення

акцентує на важливості стабільності фразеологічних одиниць у мовленні та їх незмінній ролі як єдиних мовних одиниць.

2. «Академічний тлумачний словник української мови» надає визначення фразеологізму як «усталене словосполучення, стійке поєднання слів, яке функціонує в мові як єдиний, неподільний та цілісний за значенням вислів» [27, с. 63]. Це підкреслює неподільність фразеологізмів і їх здатність виступати як єдині лексичні одиниці, що мають визначене значення, яке не залежить від значень окремих слів у складі звороту.

1. Інші вітчизняні дослідники також акцентують на важливості семантичної цілісності фразеологізмів. Наприклад, Мацько трактує фразеологізм як семантично зв'язану комбінацію слів, яка, на відміну від подібних за формою синтаксичних конструкцій, не виникає під час мовлення відповідно до загальних граматичних і значеннєвих закономірностей. Натомість вона відтворюється в мовленні як усталена, неподільна одиниця [16, с. 86]. Це визначення підкреслює значення стабільності фразеологізмів у мові, що дозволяє їм виступати як сталі вирази в різних контекстах.

Контекстуальний підхід до визначення фразеологізмів також має велике значення. У. Вайнрайх визначає ідіому як фразеологічну одиницю, що складається принаймні з двох елементів, у яких може бути вибір контекстуальних підсміслів [32, с. 4]. Це дозволяє розглядати фразеологізми як елементи, що можуть бути інтерпретовані в різних контекстах, що надає їм більшу гнучкість у використанні.

З часом поняття і класифікація фразеологізмів продовжують еволюціонувати, а підходи до їхнього вивчення стають більш різноманітними. Сучасні дослідження, наприклад, розглядають фразеологізми в рамках лінгвокультурології, визначаючи їх як «загальну назву для семантично пов'язаних словосполучень, які у мовленні відтворюються у соціально закріпленому та стабільному співвідношенні між смисловим наповненням і певною лексикограматичною структурою» [17, с. 57]. Це наближає розуміння

фразеологізмів не тільки як мовних одиниць, а й як культурних елементів, що відображають соціальні та культурні особливості певної мовної спільноти.

Також важливим є вивчення фразеологізмів у межах лінгвоконцептології, де їх трактують як «образно мотивовані вторинні назви, які відображають асоціативні зв'язки, культурно значущі фрейми та конкретні образи абстрактних понять». Такий підхід підкреслює роль фразеологізмів як носіїв культурних і концептуальних сенсів, що суттєво поглиблює наше розуміння їхньої функції в мові.

За думкою польського вченого А. Левіцького, щоб словосполучення вважалось фразеологізмом, воно має відповідати щонайменше двом із трьох критеріїв мовно-структурної самостійності: а) містити не менше двох смислових акцентів у вхідних словах; б) складатися мінімум з двох окремих слів; в) слова у виразі характеризуються варіативністю у поєднанні, тобто їх можна переставляти місцями або вставляти між ними інші слова [18, с. 77]. Це визначення додає новий вимір до класифікації фразеологізмів, враховуючи можливість структурних варіацій у їх використанні.

Релевантних для нашого дослідження висновків доходять науковці, які звертають увагу на труднощі перекладу фразеологізмів з огляду на їхню природу, зокрема Корунець [13, с. 450] і Зорівчак [5, с. 205]. Вони підкреслюють, що фразеологізми часто містять культурні особливості і специфічні мовні зв'язки, що робить їх переклад складним завданням, оскільки пряме перенесення їх значень між мовами часто неможливе без втрати частини їх виразності та образності.

Також важливим є вивчення фразеологізмів у межах лінгвоконцептології, де їх трактують як «образно мотивовані вторинні назви, які відображають асоціативні зв'язки, культурно значущі фрейми та конкретні образи абстрактних понять». Такий підхід підкреслює роль фразеологізмів як носіїв культурних і концептуальних сенсів, що суттєво поглиблює наше розуміння їхньої функції в мові.

Також Левіцький підкреслював, що фразеологізми, до складу яких входять власні назви, виконують не лише номінативну, а й культурологічну та ідентифікаційну функцію, оскільки зберігають історичний досвід, відтворюють соціальні обставини певного часу і фіксують колективні культурні уявлення.

Загалом мовознавці виокремлюють майже ті самі ознаки фразеологізмів, але дають їм різні назви і по-різному оцінюють їх важливість, тому розташовують їх у різному порядку. Л. І. Мацько [16, с. 67], які вважають цей критерій найбільш вагомим. Це свідчить про певну різницю в підходах до визначення того, які характеристики є ключовими для фразеологізмів, залежно від наукової школи та підходу до вивчення цього явища.

Отже, можна підсумувати, що фразеологізм – це стале, образне словосполучення, чиї складові сприймаються як єдина цілісність, функціонують у мові в закріпленій формі і не використовуються у буквальному значенні. Вони утворюють нове значення, позначаючи нове поняття, що робить їх важливою частиною мовної системи та культурного середовища.

1.2. Класифікація фразеологізмів за семантикою та структурою.

Зважаючи на велику різноманітність проявів фразеологізмів та їх численні варіанти, постає необхідність їх систематизації, що робить проблему класифікації однією з найважливіших у сучасній лексикології. Нині існує кілька підходів до класифікації фразеологічних одиниць, залежно від різних настанов дослідників.

У своїх працях «Нарис стилістики» та «Англійська стилістика» дослідник систематизував стійкі словосполучення, виділивши чотири категорії:

1. Вільні словосполучення, що характеризуються відсутністю сталість.
2. Звичні поєднання, які мають відносно вільний зв'язок між компонентами та допускають певні зміни.

3. Ряди фразеологізмів, тобто групи слів, де два суміжні або схожі поняття поєднуються в одне ціле, причому стійкість таких виразів закріплюється первинним використанням. Ці поєднання допускають зміну розташування компонентів.

2. Фразеологічні єдності, де слова втрачають своє початкове значення і виражають єдине, нерозкладне поняття. Такі поєднання не можна змінювати у складі [16].

Фразеологічні зрощення – це особлива категорія фразеологізмів, які важко інтерпретувати буквально. Це пов'язано з тим, що один із компонентів таких виразів не вживається окремо поза межами самого фразеологізму, а значення всього вислову не можна зрозуміти, спираючись лише на значення окремих слів. При перекладі таких виразів на інші мови зазвичай шукають відповідні синоніми або еквіваленти в мові перекладу. Вони є семантично неподільними одиницями, значення яких не виводиться із значень їхніх складових. Наприклад, англійські фрази «in the seventh heaven» (перекладається як «бути у захваті, у ейфорії», дослівно — «на сьомому небі») або «to have a bee in one's bonnet» (означає «бути несповна розуму», буквально «мати бджолу в капелюсі») [40, с. 72].

Ідіоми — це фразеологізми, які втратили зв'язок зі своїм початковим значенням, і часто їх розшифровка вимагає глибоких етимологічних досліджень. Наприклад, англійське вираження «tit for tat» означає «око за око», хоча слова «tit» і «tat» самі по собі важко трактуються. Ідіоми зазвичай не можна перекладати дослівно, оскільки навіть при спробах перефразування їхній зміст може бути втрачений. Тому для перекладу ідіом шукають відповідні вирази в мові перекладу або використовують вільні словосполучення чи окремі слова з подібним значенням. Наприклад, англійська фраза «skeleton in the cupboard» перекладається як «сімейна таємниця», а «to wear one's heart on one's sleeve» — як «бути відвертим», хоча буквальний переклад звучить як «носити серце на рукаві».

Фразеологічні єдності — це такі фразеологізми, які також є семантично неподільними, але значення яких можна пояснити завдяки поєднанню лексичних значень складових. Наприклад, вираз «baker's dozen» означає «чортова дюжина», а «one's place in the sun» — «місце під сонцем». Вони є мотивованими, тобто їхнє значення можна логічно пояснити через значення окремих компонентів.

Фразеологічні сполучення — це вирази, де кожне слово має своє значення, зрозуміле і чітке, але один із компонентів набуває фразеологічного значення тільки в поєднанні з іншими словами. Наприклад, «to break silence» означає «порушити мовчання», а «the sixty-four thousand dollar question» — «питання надзвичайної важливості».

Фразеологічні вирази — це стійкі вирази, які складаються лише з таких слів, значення яких є вільними, і часто несуть народну або особисту мудрість. Наприклад, «you can't teach an old dog new tricks» (старого пса новим фокусам не навчиш) або «there is no fool like an old fool» (немає гірше дурня, ніж старий дурень). Цю категорію фразеологізмів виокремив М. М. Шанський, і вона включає прислів'я, приказки та афоризми відомих осіб.

Класифікація фразеологічних одиниць за мірою зв'язності їхніх складових є важливим інструментом для вивчення фразеології. Вона допомогла розкрити

механізми формування фразеологічного значення і взаємозв'язок між значеннями цілих виразів і їхніх компонентів. Ця класифікація має велике значення для мовознавчих досліджень і застосовується як до української, так і до інших мов, зокрема англійської.

Фразеологічні одиниці можуть утворюватися кількома способами, серед яких основними є первинні та вторинні методи формування. Первинні способи базуються на вільних словосполученнях, які набувають фразеологічного значення внаслідок їхнього сталого вживання в мові. Це можуть бути вирази, де кожне слово зберігає своє основне значення, але в комбінації вони створюють нове, метафоричне або переносне значення. Наприклад, вирази «to put two and two together» («скласти два і два»), «one-way ticket» («квиток в один бік»), або «to look nine ways» («поглядати навсібіч») є типовими прикладами таких фраз. І хоча на перший погляд кожне слово у виразі має своє конкретне значення, загальний смисл таких сполучень часто є більшим за просту суму значень окремих слів.

Інші приклади первинних фразеологізмів включають «to talk nineteen to the dozen» («говорити без зупинки»), «not in a million years» («ніколи в житті»), і «sweet seventeen» («солодка сімнадцятка»), кожен з яких передає особливу концепцію або уявлення, відмінне від буквального значення слів, що входять до складу виразу.

Вторинні способи утворення фразеологічних одиниць передбачають створення нових виразів на основі вже існуючих фразеологічних конструкцій. Ці вирази зберігають частину оригінального значення, але вони набувають нового смислового забарвлення через зміни в контексті або варіації самого виразу. Одним із прикладів є фразеологізм «two is a company», який є похідним від більш відомого прислів'я «two is a company, three is a crowd» («двоє — компанія, троє — натовп»). Такий розвиток виразів допомагає зберігати культурні та мовні традиції, одночасно дозволяючи адаптувати вирази до нових соціальних або лексичних умов.

Інший приклад вторинного утворення — це вираз «a stitch in time», який походить від повного прислів'я «a stitch in time saves nine» («кращий час для ремонту — одразу»). І хоча сам вираз став коротшою і менш об'ємною формою, він все ще несе той самий основний зміст, закликаючи до своєчасного вирішення проблем.

Лексикографія часто наводить похідні фразеологізми поруч з їхніми оригінальними варіантами. Наприклад, вираз «faint heart», що походить від фрази «faint heart never won fair lady» («слабке серце не завоює прекрасну даму»), демонструє, як зміни в контексті або стилістичні варіації можуть призвести до утворення нових, але схожих за значенням фразеологічних одиниць.

Незважаючи на те, що більшість фразеологізмів складаються з кількох слів, багато лінгвістів вважають, що вони функціонують як єдине ціле, яке має конкретне граматичне значення, подібне до частини мови. Це означає, що фразеологізми можуть виступати як окремий член речення, взаємодіючи з іншими словами в тексті чи мові. Вони часто утворюють синонімічні звороти, які не можна просто перекласти дослівно, а треба передавати через аналогічні вирази, що можуть бути виражені одним словом або коротким словосполученням.

Існує також класифікація фразеологічних одиниць за частинами мови, яку розробив український лінгвіст І. В. Корунець. За його визначенням, фразеологізми можна поділяти на субстантивні, дієслівні, ад'єктивні, адвербіальні та вигуківі одиниці, кожна з яких має свою структуру та функцію в мові. Це дозволяє розширити розуміння фразеологізмів як складних мовних одиниць і відкрити більше аспектів їхнього функціонування в мовних системах.

Таким чином, первинні та вторинні методи утворення фразеологічних одиниць є важливими для розвитку фразеології, адже вони не тільки допомагають зберігати значення й традиції мови, але й дозволяють їй адаптуватися до нових умов спілкування.

Дієслівні фразеологічні одиниці характеризуються тим, що їх головним компонентом є дієслово, яке несе основне смислове навантаження. Такі фразеологізми часто описують людину, її дії або стан і зазвичай виконують функцію присудка. Наприклад: *to know a thing or two* — розуміти в певній справі; *put two and two together* — дійти очевидних висновків. Багато дієслівних фразеологізмів починаються з допоміжних дієслів «be», «have», «look» і вказують на стан чи вигляд особи, наприклад: *to be in two minds about smth.* — сумніватися, не приймати остаточного рішення; *not to care a twopence* — не переживати; *have nerves of steel* — мати залізні нерви; *to take care of number one* — піклуватися лише про себе.

Субстантивні фразеологічні одиниці — це вирази, в яких головним елементом виступає іменник, тому їх часто називають «номінативними». Найпоширенішою структурою для таких фразеологізмів є поєднання прикметника з іменником, тобто конструкції типу «іменник + прикметник», хоча іноді вони можуть існувати й без прикметникового означення. Наприклад: *one minute to midnight* — останній шанс; *a nudge and a wink* — таємна підтримка чи допомога; *a big gun* — впливова особа; *one-horse race* — одностороння гра. Також до цієї групи належать вирази з прийменником, що з'єднує два іменники, наприклад: *a pain in the neck* — неприємність; *paper over the cracks* — прихована проблема; *pair of hands* — зайві руки. Хоча ці структури є базовими для субстантивних фразеологізмів, їх склад може відрізнятися залежно від конкретних виразів.

Адвербіальні фразеологізми — це одиниці, в яких основне значення виражене прислівником. Вони поділяються на дві підгрупи залежно від значення та функції: якісні та обставинні. Прикладами таких виразів є: *on the nail* — негайно, без зволікань; *nine times out of ten* — майже завжди; *now and again* — час від часу, іноді.

Ад'єктивні фразеологізми часто включають компаративи, тобто порівняльні конструкції, що відображають певні характеристики або їхні ступені. У таких виразах перший елемент зазвичай має буквально значення, а

другий служить для посилення або підсилення значення. Наприклад: *as two peas in a pod* — дуже схожі, як дві краплі води; *as easy as ABC* — дуже простий; *as American as apple pie* — типовий для Америки.

Фразеологізми, що мають граматичну структуру повного речення, утворюють окрему категорію фразеологічних одиниць, яку визначають за її структурними ознаками. Вони, зазвичай, складаються з повних речень і передають певне судження або думку. Приклади таких фразеологізмів включають: *love me, love my dog* — люби мене з усіма моїми недоліками; *the answer is a lemon* — відповідь негативна; *it is not over till the fat lady sings* — ще не все завершено, ще є шанс змінити ситуацію; *the jury is out* — остаточне рішення ще не прийняте.

Класифікація фразеологізмів також може ґрунтуватися на їхньому походженні. Це дозволяє поділити їх на кілька груп:

- Власне англійські фразеологізми:
 - Вони відображають звичаї, традиції та культурні особливості англійського народу, наприклад: *good wine needs no bush* — хороше вино не потребує реклами.
 - Вони також можуть бути пов'язані з реаліями життя англійців, як, наприклад: *blue stocking* — людина, що захоплюється наукою, інтелектуал.
 - Часто вони мають зв'язок з іменами відомих осіб: *according to Cocker* — за правилами, за нормами.
 - Деякі з них походять з вірувань або забобонів, наприклад: *a black sheep* — біла ворона, небажана особа в родині.
 - Фразеологізми можуть відображати астрономічні заблудження або давні переконання, наприклад: *be born under a lucky star* — народитися під щасливою зіркою.
 - Вони можуть бути пов'язані з казковими або байковими образами, як у виразі: *Fortunatus's purse* — казковий мішок, що приносить багатство.
 - Часто такі вирази зустрічаються в притчах чи стародавніх переказах: *have kissed the Blarney stone* — отримати дар красномовства.

о Деякі фрази відносяться до історичних подій: *as well be hung for a sheep as for a lamb* — за одну провину карати однаково суворо.

о Біблеїзми також займають своє місце серед фразеологізмів: *a wolf in sheep's clothing* — вовк у овечій шкурі, обманщик; *to cut the Gordian knot* — розв'язати складну задачу простим рішенням.

о Деякі фрази походять з різних спеціалізованих термінів: медичних, наукових, технічних.

о Літературні вирази, що увійшли до мовного вжитку через твори таких авторів, як В. Шекспір, Ч. Дікенс, О. Вайльд, Л. Керролл тощо. Наприклад, вираз *first things first* — спочатку найважливіше, який вперше з'явився у книзі Джорджа Джексона 1894 року.

- Запозичені фразеологізми:

о Міжмовні запозичення: *the heel of Achilles* — ахіллесова пета; *the apple of discord* — яблуко розбрату.

о Внутрішньомовні запозичення з інших варіантів англійської мови: *green light* — дозвіл на дію; *to bark up the wrong tree* — йти не тим шляхом.

о Запозичення з іншомовною формою: *persona grata* — бажана персона; *bon ton* — гарний тон, етикет [5, с. 190].

Український дослідник І. В. Корунець класифікує фразеологізми за масштабом їх використання, розділяючи їх на національні та міжнародні, залежно від того, чи є вони специфічними для певної мови, чи використовуються в кількох мовах світу.

Національні фразеологічні одиниці характеризуються тим, що вони відображають особливості конкретного народу і його культури. Ці фрази будуються на основі специфічних образів та складових, що притаманні саме цій нації і мові. Наприклад, фразеологізми *to cut off with a shilling* (відмовити в чомусь) або *to accept the Chiltern Hundreds* (прийняти позицію, що вимагає відмови від інших обов'язків) є суто англійськими. Вони відображають місцеві звичаї та історичні традиції, характерні для Великої Британії. Такі вирази

можуть бути незрозумілими або не мати точного аналогу в інших мовах, оскільки вони тісно пов'язані з національною специфікою.

Інтернаціональні фразеологічні одиниці — це вирази, які є спільними для кількох мов, часто споріднених або географічно близьких. Вони мають однакове лексичне значення та склад компонентів у різних мовах, що є результатом історичного розвитку мов і культур. Такі фрази виникли під впливом загальних історичних подій або культурних обмінів, наприклад через вплив грецької та римської культур, а також поширення християнства. Це пояснює наявність однакових виразів у різних європейських мовах. Прикладами таких інтернаціональних фразеологізмів є: *to cross the Rubicon* (перейти рубікон), *I came, I saw, I conquered* (прийшов, побачив, переміг) або *prodigal son* (блудний син). Всі ці вирази мають однакове значення та походження, незалежно від мови, в якій вони використовуються.

Ще однією основою для класифікації фразеологізмів є наявність або відсутність емоційного забарвлення, що впливає на їх використання в різних мовних контекстах. Це дозволяє виділити такі категорії, як нейтральні та емоційно забарвлені фразеологізми, що є важливим для розуміння відтінків значення і стилістичних особливостей вживання виразів.

- Фразеологізми з яскравим емоційним забарвленням — це фрази, що мають експресивний характер і використовуються для вираження емоційних реакцій або образних уявлень. Вони можуть містити елементи фамільярності, іронії, презирства чи жартівливості та часто належать до неформального або навіть вульгарного стилю. Приклади: *to make your blood run cold* — змусити кров застигнути від жаху; *not playing with a full deck* — бути не зовсім здоровим на розум; *to go off the deep end* — втратити самоконтроль.

б) Фразеологізми без емоційного забарвлення, або стилістично нейтральні, часто використовуються в номінативній функції. Вони не мають яскраво вираженої образності і є більш нейтральними за стилем. Прикладами таких виразів є: *in funds* — мати кошти, *to see the funny side of something* — побачити смішну сторону чогось, *at the grass roots* — на базовому рівні.

Існують й інші класифікації фразеологізмів, основані на їх синтаксичній функції. Фразеологізми можуть бути поділені на:

- Організовані за моделями сполучень (наприклад, *green light, hand in glove, high and dry*);
- Прості речення (наприклад, *It's all Greek to me, Keep your hair on*);
- Складні речення (наприклад, *What's sauce for the goose is sauce for the gander, If you can't stand the heat, get out of the kitchen*).

Останні два типи фразеологічних одиниць можна порівняти зі складними словами, оскільки вони складаються з двох повнозначних компонентів (двовершинні) або більше (багатовершинні). Такі одиниці мають складну структуру і можуть включати кілька значущих елементів, що забезпечують багатозначність і варіативність значення в контексті їх використання.

Крім того, фразеологічні одиниці розрізняються за способом семантичних перенесень, що використовуються при формуванні їх значення. Це може включати метонімічні, метафоричні, гіперболічні, компаративні та інші види перенесення значень. Наприклад:

- Метонімія — коли значення одного елемента виразу переноситься на інший, з яким цей елемент тісно пов'язаний (наприклад, *the crown* — «корона» як символ королівської влади).
- Метафора — коли поняття переноситься з однієї сфери на іншу за аналогією (наприклад, *a flood of tears* — «потік сліз»).
- Гіпербола — перебільшення, яке посилює виражену характеристику (наприклад, *to be as big as a house* — «бути величезним»).
- Компаративні вирази — це порівняння, що вказують на схожість або відмінність між двома предметами або явищами (наприклад, *as clear as crystal* — «ясний, як кришталь»).

Сучасна фразеологія є дуже динамічним та перспективним напрямом мовознавства, що постійно розвивається. Кожен дослідник фразеології, виходячи з власних наукових цілей і результатів, намагається запропонувати нову типологію або вдосконалити вже існуючі класифікації, розроблені іншими

мовознавцями. Це свідчить про багатогранність і складність фразеологічних одиниць, які можуть бути класифіковані за різними принципами, зокрема за способом творення, ступенем зв'язності, мотивацією, структурою, частиномовною приналежністю, походженням, сферою використання, а також наявністю або відсутністю емоційного забарвлення.

Таким чином, можна зробити висновок, що фразеологізми являють собою різноманітні одиниці мови, які можуть бути класифіковані за різними ознаками. Однак найважливішим і найбільш поширеним у сучасній фразеології є структурно-семантичний принцип класифікації. Цей принцип базується на ступені семантичного злиття компонентів у складі фразеологізмів, що дозволяє ефективно вивчати взаємозв'язок між словами та їхніми значеннями в межах фразеологічних одиниць.

1.3. Фразеологізми у контексті міжкультурної комунікації.

Фразеологізм у сучасній лінгвістиці розглядається як стійке словосполучення з цілісним, переосмисленим значенням, яке не виводиться зі значення окремих компонентів. На відміну від вільних словосполучень, фразеологізми характеризуються стабільністю структури, семантичною неподільністю та стилістичною виразністю. Ці ознаки роблять їх не лише засобом мовного вираження, а й носієм культурної інформації.

У контексті міжкультурної комунікації фразеологізми виконують подвійну роль. По-перше, вони є засобом передачі культурних цінностей і концептів, які можуть бути незрозумілими представникам іншої мовної спільноти. По-друге, вони виступають індикатором мовної компетентності та рівня занурення у культуру.

Субстантивні фразеологічні одиниці являють собою стійкі вирази, центральним компонентом яких є іменник, тому їх часто визначають як номінативні. Типовою моделлю для таких конструкцій виступає поєднання прикметника з іменником, тобто структура на зразок «іменник + прикметник». Утім, подібні одиниці можуть функціонувати й без означення. Наприклад: *one minute to midnight* — «останній шанс»; *a nudge and a wink* — «таємна підтримка».

Адвербіальні фразеологізми — це стійкі словосполучення, у яких основне смислове навантаження припадає на прислівник. Залежно від семантики та функціонального призначення вони поділяються на дві основні групи: якісні та обставинні.

Серед найпоширеніших прикладів: *on the nail* — «негайно»; *nine times out of ten* — «у більшості випадків»;

Ад'єктивні фразеологізми зазвичай включають порівняльні конструкції, що передають певну характеристику або міру її прояву. В. С. Камінська визначає низку характеристик, що відрізняють фразеологічні одиниці від звичайних словосполучень: — наявність ідіоматичності, тобто неподільного значення; —

синтаксична нерозкладність та обмеження у варіюванні складників; – обмежене вживання граматичних форм, притаманних окремим компонентам [7].

О. Селіванова подає більш глибоке визначення фразеологічних одиниць як мовних конструкцій, що мають сталу форму, є тісно пов'язаними зі змістом і відтворюються у мовленні на основі етнокультурних стереотипів. Вони водночас передають образність і емоційність, втілюючи культурну специфіку народу [20, с. 555].

Лінгвісти класифікують фразеологізми, використовуючи різні підходи: семантичний, граматичний, етимологічний, функціонально-стилістичний та ідеографічний [9, с. 208].

Найпоширенішою в україномовних дослідженнях є класифікація, подана О. Селівановою [20], відповідно до якої фразеологізми розподіляються на три основні типи:

1. Фразеологічні зрощення (ідіоми) — це сталий мовний матеріал, що не підлягає ані структурному, ані семантичному розбору. Значення таких виразів неможливо передбачити, виходячи з окремих слів. Наприклад, вираз *a bull in a china shop* зовсім не стосується бика, а позначає незграбну людину; *to be all thumbs* — бути неакуратним.

Ці одиниці є найбільш складними для перекладу, оскільки не мають прозорої семантики, а їх елементи не відображають загального значення. Левківська [14, с. 111] наводить характерні риси ідіом: – семантична неподільність, без можливості подвійного тлумачення (*monkey business* – *безглузда робота*); – втрата мотивації значення: слова не розкривають змісту (*beat about the bush, to rain cats and dogs*); – наявність застарілих форм і лексем (*to rub on the, cut to the quick*); – фіксований порядок слів; – відсутність можливості вставляння нових слів; – виконання ролі єдиного синтаксичного члена.

2. Фразеологічні єдності — теж є семантично цілісними, проте значення часто можна здогадатися з контексту або образної структури виразу. Наприклад,

make a mountain out of a molehill (робити з мухи слона) розкривається завдяки метафорі «перебільшення малого до великого».

Їх особливості: – яскрава образність, близькість до вільних словосполучень (наприклад, *to throw dust into smb. 's eyes*); – наявність часткової прозорості значення компонентів (*to put a spoke in smb. 's wheel*); – фіксованість складових (без замін: *to hold one's cards close to one's chest*); – емоційне забарвлення відіграє ключову роль; – синонімічність із іншими одиницями (*to gild refined gold – to paint the lily*).

3. Фразеологічні сполучення — це сталі мовні конструкції, в яких слова зберігають власне значення, але використовуються у специфічних сполученнях. Наприклад: *a bosom friend* – щирий друг, *rack one's brains* – ламати голову, *to pay attention to smb.* – звертати увагу.

До їх рис належать: – допустимість варіацій одного зі складників (*black ingratitude, black market, black sheep*); – синонімічна заміна ключових елементів (*a pitched battle, a fierce battle*); – можливість додавання описових слів (*he frowned his thick eyebrows*) [2].

Зазначена вище класифікація фразеологізмів вважається фундаментальною у більшості лінгвістичних досліджень. Водночас Л. Верба звертає увагу на те, що межі між різновидами фразеологічних одиниць не завжди чіткі. На його думку, здатність правильно визначити тип фразеологізму часто залежить від рівня мовної підготовки та загальної ерудиції мовця [1, с. 201]. Це означає, що для адекватного перекладу фразеологічної одиниці необхідно не лише знати іноземну мову, а й мати розуміння культурного контексту, національної історії, традицій і навіть специфіки певних професійних сфер.

Наприклад, при перекладі важливо враховувати походження терміна: фразеологізми з економічної галузі (*be good money* – бути прибутковим, *the lion's share* – лєвова частина прибутку, *a monkey business* – безглузда робота), або з лексики спорту (*foul ball* – невдаха, *have a penalty of the ball* – мати вміння, досвід, *have a kick left* – бути без сил). Ідіома *to beat about the bush* (ухилитися

від прямої відповіді) має походження з мисливської лексики: мисливці обходили кущі, щоб витіснити звірів. У свою чергу, вираз *big cheese* (впливова особа) має історичне англійське коріння, хоча дослівно означає «великий сир».

Якщо враховувати граматичну структуру, то фразеологічні одиниці поділяють на кілька типів: дієслівні, іменникові, прикметникові, прислівникові та комунікативні [1, с. 200]. Від цієї класифікації залежать як синтаксичні ролі, так і семантичне навантаження в реченні.

Найбільше серед фразеологізмів — дієслівні, які поєднуються з різними частинами мови, як-от іменники, займенники чи числівники. Наприклад: *to frighten smb. out of his wits* — налякати до смерті, *to jump over a fence* — переступити межу, *to compare notes* — обмінюватись думками, *to go scot free* — уникнути покарання, *to shake like a leaf* — тремтіти від страху. В українських відповідниках часто інша дієслівна основа, як у випадку *to grease one's palm* — дати хабара.

Іменникові фразеологізми мають за основу іменник. Приклади: *inmost recesses of the heart* — глибинні закутки душі, *pillar of society* — опора суспільства. Деякі з них мають точні українські відповідники, як *baker's dozen* — чортова дюжина, інші ж перекладаються описово, як *backseat driver* — людина, що дає непрохані поради.

Прикметникові та прислівникові фразеологізми зустрічаються рідше. Вони включають прикметники та інші означення. Наприклад: *hand in hand*, *by hook and by crook*, *so much the better*.

У дослідженні Ліщенко [15, с. 239] подається ще одна класифікація, яка ґрунтується на структурно-семантичному підході:

1. Номінативні фразеологізми — позначають предмети, дії, явища, стани. Сюди належать і одиниці з одним змістовно значущим елементом (*above the salt*).

2. Номінативно-комунікативні фразеологізми — поєднують у собі номінативну функцію та динаміку дії, як правило, мають у складі дієслово (*to break the ice*, *to beat the drum*).

3. Фразеологізми без номінативного чи комунікативного характеру – включають вигуки або вигуківі словосполучення (*dog my cats!, sakes alive!*).

4. Комунікативні фразеологізми – цілі речення, часто у вигляді приказок чи прислів'їв (*believe that the moon is made of green cheese*).

Таким чином, на сьогодні в лінгвістиці не існує єдиного підходу до визначення поняття фразеологічної одиниці, як і немає усталеного методу їх класифікації. Втім, найбільш уживаною залишається семантична класифікація.

За спостереженнями дослідників, фразеологізми можна умовно поділити на дві основні групи: ті, що мають перекладні відповідники, і ті, що не мають таких відповідників. Це поділ допомагає глибше зрозуміти, як фразеологічні одиниці функціонують в різних мовах та культурах, і наскільки важливим є контекст при їх перекладі. Перша група, фразеологізми з перекладними відповідниками, охоплює одиниці, які мають точні аналоги в іншій мові, зберігаючи своє значення та структуру.

У межах цієї групи виділяються кілька підкатегорій, серед яких повні еквіваленти займають важливе місце. Це фразеологічні одиниці, що повністю збігаються за змістом і граматичною структурою з відповідними виразами в цільовій мові. Переклад таких виразів не змінюється в залежності від контексту, оскільки значення та форма фрази є універсальними і не вимагають адаптації до конкретного мовного середовища. Наприклад, фраза *dead letter* (формальність) використовується як аналог в багатьох мовах для позначення чогось, що стало неактуальним або марним через відсутність практичного застосування. Інші приклади включають *strike while the iron is hot* (куй залізо, доки гаряче), що є традиційним виразом, який також має аналоги в різних мовах, або *the Trojan horse* (троянський кінь), що позначає сховану небезпеку або обман.

Біблійні фразеологізми також часто мають прямі еквіваленти в багатьох мовах, хоча іноді вони можуть набувати більш узагальненого значення, відходячи від свого духовного контексту. Наприклад, вираз *be all things to all men* — намагатися догодити кожному, хоча й має біблійне походження, в сучасній мові він часто використовується для опису прагнення угодити всім

людям або адаптуватися до різних соціальних груп. Інший приклад — *bear one's cross* (нести свій хрест), що має глибокий релігійний підтекст, однак в сучасній мові цей вираз здебільшого використовується для позначення труднощів або обов'язків, які людина змушена нести. Також вираз *to keep an apple of smb's eye* (берегти як зіницю ока) використовують для позначення чогось або когось, кого цінують або люблять найбільше, хоча початково цей вираз мав символічне значення в біблійних текстах. І вираз *golden rule* (золоте правило), що стосується етичних або моральних норм, часто зустрічається в контекстах, що стосуються загальноприйнятих принципів або порад для гармонійних відносин між людьми. Ось ще один приклад: *safe and sound* (цілий та неушкоджений), який використовується для позначення стану безпеки після небезпеки або труднощів.

Порівняно невеликий відсоток англійських фразеологізмів має прямі та повноцінні відповідники в українській мові. Однак у деяких випадках, коли такі відповідники все ж є, вони часто передають той самий або дуже схожий смисл. Прикладом можуть бути фрази *baker's dozen* — «чортова дюжина», *love is the mother of love* — «любов породжує любов», або *straight from the horse's mouth* — «з першоджерела». Незважаючи на те, що ці фразеологізми мають відповідники, перекладач має враховувати контекст вживання цих виразів. Крім того, важливо враховувати етнокультурні особливості обох мов, щоб зберегти автентичність та культурну ідентичність джерельної мови при перекладі.

У випадках, коли в мові перекладу немає прямого відповідника, перекладач змушений використовувати різні трансформаційні стратегії, щоб зберегти зміст і точність виразу. Однією з таких стратегій є калькування, коли структура виразу зберігається, але деякі слова або образи замінюються відповідниками в цільовій мові. Інша стратегія — описовий переклад, коли замість прямого аналога виразу дається його пояснення. Також можливе використання антонімів або інтерпретації з урахуванням контексту. Наприклад, вираз *To run with the hare and hunt with the hounds* — «вести подвійну гру» не має точного прямого відповідника в українській мові, але зміст цього вислову

може бути переданий через схожі фрази, що описують поведінку людини, яка намагається задовольнити обидві сторони, не обираючи сторону.

Також важливими є вирази, які мають метафоричний зміст і потребують більш вільного підходу при перекладі. Наприклад, *to make a mountain out of a molehill* — «робити з мухи слона», або *Neck or nothing* — «або пан, або пропав». Ці вирази мають виразне емоційне забарвлення і вимагають від перекладача здатності передавати не тільки буквальне значення, а й емоційний відтінок фрази, що важливо для точного розуміння читачем.

Отже, переклад фразеологізмів з англійської мови вимагає від перекладача не лише глибоких лінгвістичних знань, а й культурної обізнаності. Оскільки фразеологічна система будь-якої мови є динамічною і постійно змінюється, перекладач має бути готовим до того, що існуючі фразеологізми можуть змінювати своє значення залежно від часу та контексту. Таким чином, переклад фразеологізмів залишається складним і багатогранним завданням, яке вимагає врахування безлічі факторів для досягнення точності та виразності в цільовій мові.

Фразеологізми є важливими елементами, які відображають національні цінності, культурні коди та світогляд народу. Вони містять глибокі метафори, стилістичні нюанси та емоційні відтінки, які несуть культурне навантаження і є тісно пов'язаними з традиціями і особливостями конкретної мовної спільноти. Саме тому, в процесі перекладу фразеологізмів, важливо зберігати їхню автентичність, щоб передати національний колорит, закладений у кожному виразі.

Це завдання ускладнюється тим, що деякі словосполучення можуть сприйматися як вільні, якщо вони використовуються в загальному контексті, а в іншому випадку — бути стійкими фразеологічними одиницями. Наприклад, одна фраза може бути просто описовим виразом у повсякденному спілкуванні, але при використанні в специфічному контексті вона стає стійким виразом з певним культурним та соціальним підтекстом. Тому перекладач має вміти

правильно визначити, коли слід використовувати вільний переклад, а коли — зберегти фразеологічну одиницю в її традиційному вигляді.

Знання структурних, семантичних та стилістичних характеристик фразеологізмів дозволяє перекладачеві точно передавати не тільки зміст, але й емоційний заряд виразу, а також його роль у соціокультурному контексті. Це сприяє глибшому розумінню того, що важливо для певної мовної спільноти, допомагаючи правильно інтерпретувати вирази, що несуть культурно специфічні значення. Ретельний аналіз та врахування культурних особливостей мови дають можливість перекласти фразеологізми таким чином, щоб вони не лише зберігали точність, а й були зрозумілі та прийнятні для цільової аудиторії.

Висновки до розділу 1.

У першому розділі досліджено теоретичні основи вивчення фразеологізмів, зокрема визначено основні характеристики цих мовних одиниць. Фразеологізми представлені як стійкі, образні сполучення слів, які функціонують як єдині лексичні одиниці та здатні передавати значення з високим рівнем емоційної виразності. Важливість їх дослідження обумовлена їх здатністю збагачувати мову, робити її більш образною та експресивною.

Класифікація фразеологізмів дозволяє систематизувати ці одиниці за різними ознаками, такими як семантика, структура та ступінь зв'язності компонентів.

Також було розглянуто фразеологізми в контексті міжкультурної комунікації, підкреслюючи важливість розуміння цих одиниць як частини культурного контексту певного народу. Фразеологізми виконують роль мови, що виражає стереотипи, традиції та культурні уявлення, і є важливими для міжкультурного спілкування. Це робить фразеологічні одиниці не лише об'єктами мовознавства, але й важливими елементами для формування міжкультурної компетенції.

Таким чином, розділ підкреслює важливість теоретичного розуміння фразеологізмів та їх значення у мовних системах, а також у міжкультурній комунікації.

РОЗДІЛ 2.

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

2.1. Основні труднощі перекладу фразеологізмів.

Переклад англomовних фразеологізмів на українську мову ускладнюється не лише через різницю у структурі обох мов, а перш за все через особливий статус фразеологічних одиниць. Вони, здебільшого, є семантично неподільними виразами, в яких змістовий план не збігається з формою вираження. Такі одиниці характеризуються відносною сталістю складу, цілісністю значення, відтворюваністю та образністю (характерною для багатьох фразеологізмів) [26]. Особливу труднощі при перекладі становить національно-культурний аспект фразеологізмів — так званий ідіотетнічний елемент їхнього значення, через який лексичний склад, граматична структура та образність вихідного виразу можуть не співпадати з перекладом.

Це добре видно на прикладі англійського прислів'я *A rolling stone gathers no moss*. Якщо перекладати його дослівно як «камінь, який котиться, не збирає моху», для українського читача це буде незрозуміло. У англomовній культурі мох асоціюється з багатством і майном, а його відсутність — з негативним явищем. Камінь у цьому випадку символізує людину, яка постійно рухається і витрачає гроші, тому не може накопичити статок. Тому найбільш доречним відповідником є українське прислів'я «Хто вдома не живе, той добра не наживе». Хоча лексика, структура і образність цього виразу відрізняються від оригіналу, він точно передає зміст і значення [45, с. 59-61].

Тема взаємозв'язку універсального та ідіотетнічного, що проявляється у фразеологізмах, протягом десятиліть є предметом глибоких досліджень [25, с. 161]. Порівняння фразеологічних одиниць різних мов дозволяє не лише виявити етнічні особливості культури та світогляду певного народу, а й глибше зрозуміти загальнолюдські фундаментальні цінності, які виражаються через

архетипи, символи та стереотипи. Ці базові уявлення про світ отримують унікальне національно-культурне відображення в кожній мові.

Наприклад, спостереження людини за природою та віра в її магичні властивості знайшли своє відображення в усній народній творчості, яка слугувала засобом передачі знань про навколишній світ і взаємодію з ним. Цей накопичений досвід сьогодні відображений у численних прислів'ях і приказках, присвячених природі, погоді, плину часу та прикметам. До таких висловів належать: *the morning sun never lasts a day; a summer day feeds a year; after rain comes fair weather; it never rains but it pours; oaks may fall when reeds stand the storm; red sky at night shepherds delight, red sky in the morning shepherds warning; time and tide wait for no man; a foul morn may turn to a fair day*, а також українські: весна красна квітами, а осінь – плодами; багатообіцяюча весна, та вирішує не одна вона; сонце, земля і вода – найперші годувальники; не буде води – не буде й трави; Благовіщення без ластівок – холодна весна; коли на Юрія дощ і грім, буде радість людям всім; тріщи не тріщи – минули Водохрещі; зимою деньок, як комарів носок; ластівки низько літають – дощ обіцяють.

Загальнолюдські особливості мислення і прагнення передавати світ через образи зумовлюють універсальність фразеологічних фондів у різних мовах. Наприклад, аналіз фразеологізмів, що описують чоловіка і жінку, їхні стосунки та ролі у сім'ї в англійській і українській мовах, показує існування як ідіоетнічних, так і загальних рис сприйняття цих явищ. І в англійській, і в українській культурах є фразеологічні одиниці, що вказують на вплив поганої чи доброї дружини на чоловіка і навпаки: *a worthy woman is the crown of her husband; a cheerful wife is the joy of life; a good husband makes a good wife; well-married, a man is winged: ill-matched, he is shackled*; добра жінка мужеві вінець, а лиха – кінець; хороша жінка – чоловікові слава, а лиха – згуба; гарну жінку взяти – ні скуки, ні горя на вбачати; не пройде без гріха, у кого жінка лиха; зла жона зведе чоловіка з ума; із доброю жінкою запузатієш, а з лихою ізгорбатієш; як чоловік жінку любить, то й лиха жінка доброю буде, як чоловік

жінки не любить, то й добра лихою буде; під добрим кущем трава зеленіє, за хорошим чоловіком жінка молодіє.

Схожі погляди також проявляються у ставленні до шлюбу, що знаходить своє відображення у фразеологізмах обох мов. Наприклад, англійські вислови *needles and pins, when a man marries, his trouble begins, the most dangerous food is wedding cake* або *if you would be happy for a week take a wife, if you would be happy for a month kill a pig, but if you would be happy all your life plant a garden* передають певне ставлення до сімейного життя. Українські відповідники звучать як: «яку йому кару дати? – оженіть його, то й буде знати», «не мав лиха, так оженився», «женитись і йти на війну не совітуй нікому». І в англійській, і в українській культурах прислів'я переважно застерігають від поспішних шлюбів, наприклад: *marry in a hustle and repent at leisure* та «хто рано одружиться, той вік не натужиться».

Переклад фразеологізмів ускладнюється ще й тим, що одна й та сама мовна одиниця може виступати як усталене словосполучення, так і як вільний вираз. Наприклад, *the boy next door* можна перекласти і як «сусід, хлопець, що живе поруч», і як «звичайний хлопець», типовий представник. При перекладі таких виразів важливо точно визначити, чи маємо справу зі стійким зворотом. Вибір найкращого способу перекладу залежить від семантичної будови, образності та національно-культурних особливостей значення.

Основні прийоми передачі англomовних фразеологізмів українською — це використання еквівалентів і аналогів, описовий переклад і калькування. Найкращим варіантом є застосування еквівалентної одиниці, якщо вона існує в цільовій мові, адже це дозволяє повністю передати зміст, образність і експресивність оригіналу. Повні фразеологічні еквіваленти збігаються за структурою, лексикою, стилістикою, значенням і образністю [25], наприклад: *in seventh heaven* – на сьомому небі.

Слід відзначити, що фразеологічних еквівалентів існує відносно небагато. Більшість із них належать до так званих інтернаціональних фразеологічних одиниць. У зв'язку з цим при запозиченні однієї й тієї самої фразеологічної

одиниці різними мовами її значення може змінюватися, що призводить до появи схожих за формою, але різних за змістом «фальшивих друзів перекладача» [31, с. 432]. Наприклад, англійський вираз *to lead by the nose* і український «водити за носа» співпадають формально, але мають різне значення: перший означає повністю підкорити, керувати, тоді як другий – обманювати.

Часткові еквіваленти — це мовні одиниці в мові перекладу, які, попри деякі лексичні, граматичні чи лексико-граматичні відмінності, зберігають однакове значення та стилістичну спрямованість з відповідними фразеологічними одиницями в мові оригіналу. Ці еквіваленти, хоча і мають певні відмінності, не поступаються повним за рівнем адекватності. Вони поділяються на часткові лексичні та часткові граматичні еквіваленти, що дає можливість зберегти точність і виразність у перекладі, навіть якщо лексичний склад або граматична структура змінюються.

Часткові лексичні еквіваленти збігаються за основним значенням і стилістичним забарвленням, а також близькі за образністю, але відрізняються лексичним складом або граматичною будовою. Ці еквіваленти дозволяють передати смислове навантаження оригінального виразу, проте для їх створення використовуються інші слова чи конструкції, що відповідають стилістичним вимогам мови перекладу. Наприклад:

- *as flies to sugar* — «як мухи на мед»;
- *to dance like an elephant* — «танцювати як ведмідь»;
- *he laughs best who laughs last* — «хто сміється останнім, той і сміється найкраще».

Ці вирази зберігають основну метафоричну структуру оригіналу, але їх лексичний склад або структура змінені відповідно до особливостей мови перекладу.

До цієї категорії також належать фразеологічні аналоги, що збігаються за значенням і стилем, але мають різну образність. Наприклад, англійський вираз *all fish that comes to his net* (всі риби, що потрапляють у його сітку) перекладається українським аналогом «гарному вору все впору». Хоча ці вирази

передають схоже значення — про людину, яка здатна отримати все, що хоче, — образи відрізняються: в англійському виразі йдеться про рибу в сітці, а в українському — про злодія, що уособлює здатність досягати мети.

Часткові граматичні еквіваленти — це мовні одиниці, що за значенням, стилістикою та образністю співпадають з оригіналом, але розрізняються граматичною формою, зокрема числом іменників або прикметників у складі фрази. У таких виразах змінюється лише граматична структура, тоді як значення і стилістичне спрямування залишаються однаковими. Прикладом такого еквіваленту є вираз *to catch old birds with chaff*, який в перекладі набуває форми «провести старого горобця на полові». Це приклад того, як змінюється граматична форма виразу, але основний сенс і метафора залишаються незмінними.

Застосування **фразеологічних аналогів** дозволяє досягти такої ж адекватності перекладу, як і при використанні **повних еквівалентів**. Вони допомагають зберегти образність та стилістичні характеристики оригіналу, однак цей метод перекладу має певні обмеження. Наприклад, фразеологічні аналоги не завжди можуть відобразити всі культурно-лінгвістичні нюанси оригіналу, якщо контекст вимагає більш точного або специфічного виразу.

Коли у мові перекладу відсутні ані точний еквівалент, ані близький аналог фразеологічної одиниці з оригіналу, допустимим варіантом є **калькування** — буквально відтворення вислову. Цей метод застосовується, коли прямий переклад є можливим і не порушує природність та зрозумілість виразу для носіїв мови. Проте варто зазначити, що **дослівний переклад** не є справжнім фразеологізмом, оскільки він не спирається на вже усталені вирази в мові перекладу, а створює новий образ, який може бути зрозумілим, але не завжди прийнятим як частина фразеологічної системи мови.

Прикладом калькування є вираз *a acid look*, що в перекладі на українську може бути передано як «кислий вираз обличчя». Хоча цей вираз не є усталеним фразеологізмом у мові перекладу, він зрозумілий і передає потрібну образність, що важливо для збереження метафоричного змісту оригіналу.

У випадках, коли фразеологізм не має ні еквівалента, ні аналога, а дослівний переклад призводить до незрозумілого або неприродного звучання, перекладач змушений передавати його значення за допомогою описового перекладу. Недоліком цього способу є втрата метафоричної насиченості оригіналу. Наприклад, вислів *have butterflies in one's stomach* (буквально «мати метеликів у животі») означає сильне хвилювання або тривогу. Для того, щоб зробити описовий переклад або фразеологічну кальку більш прийнятними для цільової мови, перекладач може використовувати різноманітні перекладацькі трансформації.

2.2. Перекладацькі стратегії та підходи до відтворення фразеологізмів.

Одна з ключових складнощів при перекладі фразеологізмів полягає в тому, що ця сфера досліджень є відносно новою і недостатньо вивченою. Процес передачі ідіом у перекладі є надзвичайно складним, оскільки перекладач повинен врахувати й відобразити всі їхні компоненти — образний, емоційний, стилістичний, а також національно-культурний контекст.

Переклад ідіоматичних виразів — це комплексне завдання, що вимагає ретельного аналізу. По-перше, труднощі виникають через складність їх розпізнавання, адже іноді стійкі вирази можуть бути сприйняті як звичайні, вільні словосполучення. По-друге, через етнокультурну специфіку ідіом перекладач має зберегти унікальні національні риси, а не лише адаптувати текст до іншої мови. По-третє, суттєвим викликом є передача емоційної насиченості, яка може значно відрізнятися у різних мовах [13, с. 101].

Фразеологічний метод перекладу полягає у пошуку аналога або еквівалента для відповідної фразеологічної одиниці. До нефразеологічних методів належать калькування, контекстуальна заміна та описовий підхід.

Метод перекладу ідіом через добір фразеологічних еквівалентів (Phraseological equivalents) вважається одним із найбільш ефективних, оскільки дозволяє не лише передати основний зміст вислову, а й зберегти його образність та емоційну насиченість у мові перекладу. Водночас кількість таких повних відповідників обмежена через різні культурні та світоглядні особливості носіїв англійської й української мов. Наприклад, ідіоми *make black white* — «робити чорне білим», *an old dog will learn no new tricks* — «старого пса новим фокусам не навчиш» або *there is no smoke without fire* — «немає диму без вогню» є типовими прикладами.

Інший підхід — переклад за допомогою фразеологічних аналогів (Phraseological analogues). Тут перекладач шукає українські вислови, які мають схоже значення та образність, хоч і побудовані на інших метафорах. Таких

співпадінь небагато, тож іноді доводиться підбирати близькі за сенсом варіанти. Прикладами є: *absence makes the heart grow fonder* — «відстань посилює почуття», *ill news travels fast* — «погані вісті не лежать на місці», *a friend in need is a friend indeed* — «при горі та в лиху годину пізнаєш вірну людину».

Третій спосіб — дослівний переклад або калька (*Literal translation, calque*). Якщо в українській мові немає точного еквівалента, іноді вдаються до буквального відтворення фразеологізму, за умови, що така калька буде зрозумілою і природною для читача. Наприклад: *one swallow does not make a summer* — «одна ластівка не робить літа» або *do the business* — «робити діло» [48, с. 609].

Четвертий варіант — описовий переклад (*Descriptive translation*). Якщо ні еквівалентів, ні близьких аналогів немає, а буквальний переклад викликає плутанину через свою прямолінійність, перекладач пояснює значення фразеологізму розгорнутим описом чи вільним словосполученням. Приклади: *one man's meat is another man's poison* — «про смаки не сперечаються», *make two bites of the cherry* — «ділитися чимось дуже малим».

П'ятий метод — контекстуальна заміна (*Contextual substitution*). Він полягає у виборі такого українського фразеологізму, який не завжди повністю збігається за значенням з англійським, але у певному контексті адекватно передає його ідею. Наприклад: *you never know what you can do till you try* — «очі бояться, а руки роблять», *dog does not eat dog* — «собака собаці хвоста не відкусить», *let well alone* — «не буди лихо, поки воно спить».

І. В. Корунець [13] визначає такі методи перекладу та передачі фразеологічних одиниць:

Переклад ідіоматичних виразів здійснюється різними методами залежно від ступеня відповідності між мовою оригіналу та мовою перекладу.

Один із підходів — використання абсолютних еквівалентів, коли кожен елемент ідіоми зберігається без змін у мові перекладу. Це означає точну передачу семантики, образності та експресивності, що характерна для обох мов ідеї походження ідіоми.

Інший метод полягає у виборі близьких за значенням еквівалентів, коли ідіоми мають спільне джерело, але деякі компоненти відрізняються. Наприклад, англійський вираз *baker's dozen* перекладається як «чортова дюжина», а прислів'я *the devil is not so black as he is painted* відповідає українському «не такий чорт страшний, як його малюють». Так само поширені вирази *a lot of water has run under the bridge* або *measure twice, cut once* мають свої відповідники в українській мові.

Також існує спосіб перекладу за допомогою справжніх ідіоматичних аналогів, коли в обох мовах є фразеологізми з подібним конотативним або метафоричним змістом. Це стосується ідіом, прислів'їв і стійких розмовних виразів, наприклад, *he that mischief hatches mischief catches* — «хто іншому яму копає, сам у неї потрапляє» або *to keep body and soul together* — «насилу зводити кінці з кінцями».

Іноді використовують метод добору наближених аналогій, коли унікальні національні образи чи складові ідіоми важко передати точно. У таких випадках перекладачі звертаються до близьких за змістом або описових виразів, які зберігають виразність оригіналу. Прикладами можуть бути *kind words butter no parsnips* — «годувати байками солов'я» або *to make a cat's paw of something* — «чужими руками жар вигрібати».

Описовий переклад застосовується тоді, коли ідіоматичний вислів неможливо передати коротко або одним словом, тому потрібне розгорнуте пояснення. Це може бути однословний переклад, як у випадку *out of a clear blue sky* — «раптово», вільні словосполучення, наприклад *to run amok* — «нападати зненацька на першу-ліпшу людину», або навіть цілі речення з поясненнями, як у випадку *a wet blanket* — «людина або обставина, що псує настрій».

Переклад ідіом є однією з найскладніших та водночас найбільш творчих частин перекладацького процесу. У деяких випадках ідіоми можуть бути перекладені досить легко, коли в цільовій мові існує прямий відповідник, однак інші фразеологізми можуть становити серйозну складність, оскільки вони мають специфічну культурну та лексичну природу. Важливо враховувати не

лише семантику ідіоми, але й її літературний, розмовний та історичний контексти, які можуть впливати на вибір перекладацької стратегії.

Процес перекладу ідіом — це творчий пошук найкращих варіантів, метою якого є не тільки точне передавання лексичного значення, але й збереження структури, експресивності та образності оригінального виразу в мові перекладу. Це завдання ускладнюється тим, що багато ідіом мають тонкі культурні або емоційні відтінки, які необхідно перенести в цільову мову без втрати сенсу чи стилістичних особливостей. Для досягнення такого перекладу важливо розуміти, як саме вирази функціонують у рідній мові та яку роль вони відіграють у комунікації.

Одним із найважливіших завдань при перекладі є досягнення адекватності та еквівалентності. Адекватність означає точність перекладу в контексті, тобто коли значення виразу максимально відповідає оригіналу. Еквівалентність, у свою чергу, передбачає, що фразеологічний вираз у перекладі має бути не тільки значущим, але й сприйматися носієм цільової мови аналогічно тому, як він сприймається в оригіналі. Це особливо важливо, оскільки різні мови мають свої унікальні способи вираження однакових ідей, і переклад вимагає вибору найбільш відповідного еквівалента з урахуванням мовних і культурних особливостей.

Переклад ідіоматичних виразів є одним із найбільш складних аспектів, адже в багатьох випадках для успішного перекладу необхідний не лише сам текст, а й контекст, у якому цей вираз вживається. Іноді без розуміння ситуації або контексту, в якому використовується ідіома, неможливо вибрати правильний переклад, що може призвести до серйозних помилок, які спотворюють оригінальний сенс. Це означає, що перекладач має бути уважним до кожного нюансу та враховувати як лексичні, так і культурні фактори.

Окрім глибокого знання мови перекладу, перекладач повинен мати добре розуміння рідної мови. Невміння правильно використовувати фразеологічні вирази може призвести до створення неприродних чи хибних висловів. Наприклад, не усвідомлення певних нюансів у використанні ідіом в рідній мові

може спричинити переклад, який виглядає штучно чи не зовсім доречно у контексті цільової мови.

Ідіоматичні вислови — це стійкі поєднання слів або ціле висловлювання, яке має фіксовану структуру, лексику та значення, що не можуть бути виведені з простих значень окремих складових. Такі вирази є усталеними метафоричними конструкціями, що не лише мають конкретне значення, але й несуть глибоке соціокультурне навантаження. У багатьох випадках справжнє значення ідіоми відрізняється від її буквального тлумачення, що створює певні труднощі при перекладі.

Головною характеристикою ідіом є їх образність і метафоричність, що відокремлює їх від звичайних вільних словосполучень. Вони часто несуть більш глибоке, символічне значення, яке вимагає інтерпретації. Наприклад, вираз *red tape* в буквальному значенні означає «червона стрічка», але як ідіома він набуває значення «канцелярська тяганина» або «надмірна бюрократія». Інший приклад — *play with fire*. Буквально це «гратися з вогнем», а в ідіоматичному сенсі цей вираз означає «ризикувати» або «наражатися на небезпеку». Тому ключовою особливістю перекладу ідіом є не передача їхнього буквального змісту, а відтворення їхнього метафоричного, образного значення.

Перекладач, стикаючись з ідіомами, має передусім передавати їх образність і метафоричність, а не точну граматичну форму. Коли прямого відповідника для ідіоми в цільовій мові немає, перекладач повинен використовувати найближчий за змістом варіант, навіть якщо він не є буквальним аналогом. Важливо зберегти основну ідею і виразність виразу, тому часто можливі певні зміни у структурі фрази, наприклад:

- *all is not gold that glitters* — «не все золото, що блищить»
(зміна порядку слів),
- *not to see the wood for the trees* — «не бачити ліс за деревами»
(також зміна порядку слів).

Іноді лексичне значення збігається з буквальним, що спрощує розуміння і переклад. Наприклад: *to make way* – поступитись дорогою; *to die dog's death* –

померти, як собака; to receive a hero's welcome – зустріти як героя; wait a minute/a moment – зачекайте хвилину/мить.

Багато англійських і українських ідіом, прислів'їв і приказок відображають національні образи, традиції, звичаї і спосіб життя, тому через відсутність аналогів у мові перекладу їх часто передають описово, розгорнуто. Деякі з них можна перекласти одним словом, наприклад: an odd/queer fish – дивак; blue bonnet – шотландець. Частіше ж сенс передається вільними виразами: to cut off with a shilling – позбавити спадщини; зуби з'їсти на чомусь – to have great experience in something; кивати/накивати п'ятами – to go quickly. Дослівний переклад можливий, але при цьому втрачається метафоричне забарвлення оригіналу.

Висновки до розділу 2.

У другому розділі досліджено основні проблеми перекладу фразеологічних одиниць з англійської мови на українську, які пов'язані як із лінгвістичними, так і з культурними особливостями обох мов. Перш за все, було визначено, що фразеологізми мають стійку семантичну структуру та виражають значення, яке не можна безпосередньо вивести із значень окремих слів, що ускладнює їх дослівний переклад.

Особливо складними є фразеологізми з ідіоматичним, образним або емоційним забарвленням, які часто містять національно-культурний компонент, відомий як ідіоетнічний. Саме цей компонент вимагає від перекладача глибокого розуміння не лише лексичних значень, а й культурних реалій, символіки та світогляду носіїв мови. Через це прямий дослівний переклад часто виявляється неадекватним і може спотворити зміст або втратити емоційну насиченість оригіналу.

У розділі також проаналізовано різноманітні перекладацькі стратегії, які застосовують для передачі фразеологізмів: повний еквівалент, частковий еквівалент, описовий переклад, калькування, контекстуальна адаптація та

інтерпретація. Вибір стратегії залежить від конкретної фразеологічної одиниці, її функції в тексті, стилістичних особливостей та потреб цільової аудиторії.

Таким чином, другий розділ підкреслює, що переклад фразеологічних одиниць — це складний міждисциплінарний процес, який потребує комплексного підходу і творчого мислення. Лише поєднання лінгвістичної компетенції, культурної обізнаності та перекладацького досвіду дозволяє забезпечити адекватну та точну передачу фразеологічних зворотів в іншомовному тексті, зберігаючи їхню образність, емоційність та національний колорит.

РОЗДІЛ 3.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ЛЮДИНИ В АНГЛО-УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

3.1. Стратегії перекладу фразеологізмів, що виражають емоційні стани.

Фразеологізми часто відображають національний колорит і є важливим елементом формування індивідуальної мовної картини світу. Вони служать для виявлення образних уявлень і вираження емоційних станів людини, що стають основними складовими мови. Вивчаючи компонентний склад фразеологізмів, які позначають психоемоційний стан людини в українській мові, можна побачити багатство образних засобів, через які передаються емоції.

Психоемоційний стан людини – це специфічна характеристика психічної діяльності людини в певний проміжок часу, яка визначається різними зовнішніми факторами впливу, самопочуттям людини, її індивідуально-психологічними рисами та впливає на її поведінку і діяльність протягом цього часу. Фразеологізми, які виражають ці стани, допомагають не тільки вживати конкретні слова для їхнього позначення, але й через метафоричні образи створювати поетичні картини, наповнені глибиною і художнім змістом. Як елемент емоційної пам'яті, фразеологізми забезпечують пластичність поетичних образів і служать внутрішнім генератором художніх рішень і знахідок [10, с. 87–90].

Один з основних компонентів, що активно використовується у фразеологізмах, це частини тіла та внутрішні органи, які символізують емоції та психоемоційний стан людини. До цього можна віднести компоненти душа, дух, серце, кров тощо. Найбільше зустрічаються фразеологізми, де присутній компонент «серце», який має дуже широкий спектр значень. Він може позначати як позитивні, так і негативні емоції. Наприклад, «гаряче серце»

описує людину, сповнену пристрасі, здатну на сильні почуття, «серце радіє» — це вираз, який вказує на велике задоволення або радість, що людина відчуває у певний момент. Інші вирази, як «гірко на серці», передають стан нестерпного жалю або печалі, що часто супроводжується бажанням плакати.

Різноманітні емоційні стани також позначаються фразеологізмами з компонентом «душа». Наприклад, «душа тремтить» означає сильне хвилювання з приводу чогось, «душа не на місці» — це вираз для того, хто перебуває в стані занепокоєння чи тривоги, коли його переживання виходять за межі звичайного спокою. В інших виразах, як «душа рветься», відображається глибоке переживання і страждання, яке людина відчуває внаслідок подій або ситуацій, що її турбують.

Поняття «душа» і «дух» іноді взаємозамінні в повсякденній свідомості, але вони мають різні відтінки в рамках конкретних фразеологізмів. Хоча в одному виразі ці компоненти можуть бути близькими за значенням, вони не варіюються в межах одного фразеологічного звороту. Наприклад, у фразях «не в душі» або «дух падає» використовується компонент «дух» для позначення поганого настрою або втрати віри в себе. В інших виразах «дух захоплює» або «дух займається» цей компонент передає почуття сильного емоційного враження, переважно приємного, коли людина переживає значний емоційний підйом.

Компонент «кров» також активно використовується у фразеологізмах для вираження емоційних станів, таких як страх, хвилювання, обурення. Наприклад, «заморожувати / заморозити кров» вказує на те, що людина переживає сильний страх або жах, «кров кипить» описує стан людини, коли вона перебуває в емоційному збудженні або гніві, а «кров ударяє в голову» — це вираз для опису стану сильного хвилювання або збудження, яке важко контролювати.

Ці компоненти, такі як серце, душа, дух, кров, можна вважати символічно мотивованими. Вони мають стійкі семантичні асоціації, що визначаються культурними та релігійними чинниками, на основі яких формується певна

емоційна і мовна традиція. Це також свідчить про те, що емоційні переживання позначаються через культурно значущі символи, які відображають специфіку національного сприйняття почуттів.

Також варто звернути увагу на фразеологізми з компонентом «нерви», які здебільшого позначають нервову напругу або стан стресу. Вислови на зразок «грати на нервах» або «лоскотати нерви» вказують на дії, що провокують емоційний дискомфорт у іншої людини, чи то роздратування, чи то хвилювання. Вираз «нерви здають» означає, що людина не здатна витримати емоційного навантаження і втрачає спокій [21, с. 433].

Фразеологізми, що позначають емоції, часто мають негативне забарвлення і часто включають слово «сльоза». Наприклад, вираз «ковтати сльози» описує процес стримування плачу, а «видавлювати сльози» — це фразеологізм, що означає доведення когось до плачу за допомогою емоційного впливу. Іншим часто використовуваним виразом є «сміх крізь сльози», що описує ситуацію, коли під покриттям удаваної радості криються болісні переживання [4, с. 30].

Отже, фразеологізми, що виражають емоційні стани, є потужним інструментом для відображення внутрішніх переживань людини, і їх переклад на іншу мову вимагає глибокого розуміння не лише мовних, але й культурних особливостей.

Інші соматичні елементи у складі фразеологізмів — боки, шевелюра, очі, голова, зуби, шкірний покрив, ноги, рот, кисті рук, вуха тощо — зазвичай задіяні в описі рухів, виразів обличчя чи тілесних відчуттів, які супроводжують емоційний стан: волосся дибки стає (людину охоплює сильний страх), хапатися за живіт (сильно сміятись, реготати), облизувати губи (відчувати велике задоволення з приводу чогось), братись за голову (виражати сильне потрясіння, пригнічення, сум, розпач), мороз іде шкірою (людину зненацька проймає тремтіння, озноб від холоду, емоційного збудження чи різкої сенсорної реакції), бігають мурашки по спині (відчувається тремтіння через холод, переживання, радість, або інший вплив на органи чуття), мати зуб на когось (бути злим, бажати помститись, сердитись), змінюватись на обличчі (набувати стурбованого

або хворобливого вигляду, емоційно реагувати, бліднути або червоніти), дивитися злісно (виявляти неприязнь, гнів, лють) [21, с. 466] тощо.

У частині фразеологічних зворотів йдеться про те, що інформація, яка викликає емоційне збудження, була отримана за допомогою зору чи слуху: не довіряти власним очам (бути шокованим, враженим побаченим), щоб очі не бачили (висловлення обурення або неприйняття когось чи чогось), очі розбігаються (Людина не здатна зосередитися, переводить погляд з одного об'єкта на інший).

Другу групу становлять звороти, в яких присутні слова-назви емоційного стану.

Як позитивні, так і негативні емоційні стани часто є невіддільними елементами фразеологічних конструкцій. До прикладу, горе: битий горем (той, хто багато натерпівся, зазнав труднощів; сповнений смутку), убитий горем (у глибокій скорботі, розбитий від туги чи втрати) [21, с. 731]; страх: у страху очі великі (вираження переляку, перебільшення загрози), знепритомніти від страху (охоплений жахом, паралізований від переляку); злість: зриватися на когось (вилити роздратування, гнів, негативні емоції); сміх: одночасно і смішно, і сумно (поєднання комічного й трагічного), не до жартів (перебування у важкому становищі).

До третьої групи належать фразеологізми, у яких використано назви предметів побуту чи об'єкти оточення: вилазити зі шкіри (бути вкрай роздратованим або злим) [21, с. 346], дертися на стіну (перебувати у стані сильного збудження, настирливо щось доводити) [21, с. 347], хоч у могилу лягай (вислів крайнього відчаю в безнадійній ситуації) [21, с. 358] тощо.

Емоційні концепти традиційно класифікують відповідно до їхньої модальності на дві категорії – позитивну й негативну. До позитивно забарвлених емоцій відносять такі стани, як захоплення, приязнь, відчуття щастя, веселощі тощо. Серед мовних засобів, що фіксують позитивні почуття, найчастіше використовуються стилістично нейтральні слова: «початок», «існувати», «зоря», «урочистість» [4, с. 35].

Усі фразеологізми, що передають позитивне емоційне тло, умовно розподіляються на три основні групи:

1. сталі вирази, що передають задоволення від досягнень самого суб'єкта і орієнтовані на його внутрішній емоційний стан;
2. конструкції, в яких емоції мають зовнішню спрямованість — адресуються іншій особі;
3. фразеологізми, що зображують характерні риси прояву позитивного переживання (наприклад, радості).

У висловах, що передають негативно забарвлені почуття, особливо в тих, де є означення, спостерігається тенденція до використання лексики з переносним, часто метафоричним змістом: коти на душі шкребуть (ознака душевного неспокою) [21, с. 309], бути не при собі (відчувати внутрішню тривогу, емоційне збудження) [21, с. 629], виглядати ні живим ні мертвим (перебувати в стані шоку, крайнього страху чи враження) [21, с. 235] тощо.

Оскільки значна частина понять, які мають суттєве значення для людини, є абстрактними або слабо структурованими в індивідуальному досвіді, виникає потреба у залученні допоміжних концептів, які краще осмислюються через чуттєве або образне сприйняття. Саме тому для інтерпретації таких понять використовуються метафоричні моделі: як з гори котитися без перешкод (про надзвичайну легкість дії) [21, с. 221]; ані бе, ані ме (відсутність розуміння або повне незнання предмету) [21, с. 228]; не бачити далі свого носа (бути егоцентричним, мислити вузько, не зважати на інших) [21, с. 441] тощо.

Домінування фразеологізмів з негативною оцінкою інтелектуальних якостей у дослідженому матеріалі свідчить про схильність мовної свідомості фіксувати саме вади мислення. Імовірно, це відображає глибинну потребу соціуму до самокритики, вдосконалення через іронічне або осудне ставлення до недоліків. Таке явище безпосередньо пов'язане з оцінним компонентом, який є складовою семантичної структури розглянутих фразеологізмів.

Оцінювання як семантична ознака відіграє важливу роль з огляду на природу об'єкта аналізу, адже будь-яке твердження про людину завжди має

оцінне навантаження. Негативна оцінка у фразеологізмах виконує функцію виразника соціально закріпленого уявлення про небажані риси особистості. Натомість відхилення в позитивний бік не викликає настільки виразної реакції, і, відповідно, не спричиняє широкого вживання відповідних фразеологізмів.

Слід також враховувати, що оцінювання залежить від загальної картини світу, сформованої у свідомості носіїв мови, а також від системи цінностей, яка притаманна конкретному суспільству. Саме тому оцінна складова фразеологічної одиниці може розглядатися як засіб вираження національного ціннісного бачення світу, що входить до загальної фразеологічної картини.

У свою чергу, як зазначає Н. Тимошук, саме фразеологізми віддзеркалюють ментальні риси народу та надають мові її культурної самобутності, зберігаючи національне мовне обличчя [22, с. 4]. Отже, фразеологізм є когнітивно-дискурсивним конструктом, що формується через вторинне знакове переосмислення ситуації в межах дискурсу — шляхом асоціативно-образного опрацювання її комунікативного змісту.

Значна частина фразеологізмів пов'язана з передачею емоційного стану людини. Емоційне забарвлення в них реалізується через внутрішню структуру, яка здатна викликати у носіїв мови характерні образи та ситуації, що часто повторюються у повсякденному досвіді, а також супроводжуються емоційними асоціаціями, закріпленими в колективній пам'яті попередніх поколінь.

У межах фразеологічного складу української мови такі звороти можна умовно класифікувати за тематичними напрямками: конструкції із соматичними компонентами, вирази з назвами почуттів, а також одиниці, у складі яких використано предмети побуту або елементи довкілля.

Фразеологізми функціонують як своєрідні мовні моделі, що відтворюють у собі світоглядні уявлення, передаючи зашифровану інформацію про досвід минулих епох. Вони є носіями культурної спадщини народу і водночас — інструментами, через які проявляється національний характер, ментальність та особлива духовна природа етносу.

3.2. Аналіз перекладацьких рішень у художніх та публіцистичних текстах.

Функція публіцистичного стилю, яка відрізняє його від інших мовних стилів, полягає у здатності впливати на слухача або читача з метою переконати його в правильності висунутих тверджень чи викликати бажану реакцію. Це досягається не стільки логічною аргументацією, скільки емоційною напруженістю та силою висловлювання, що підкреслює найбільш значущі риси явища, які найефективніше виконують поставлену задачу.

Публіцистичний стиль займає проміжне місце між науковим і художнім стилями. Спільні риси з науковим стилем — це логічна послідовність викладу, структурованість тексту та чітке поділення на логічні блоки (абзаци). З іншого боку, публіцистичний стиль, зокрема в есеїстиці, має багато спільного з художньою мовою. Тут виразність і емоційність стають важливими елементами, хоча емоційний вплив публіцистичного стилю не володіє тією суб'єктивною яскравістю, яка характерна для художнього стилю [36, с. 491-500].

У публіцистичному стилі образність зазвичай стабільна, при цьому метафори, порівняння, перифрази та інші емоційні засоби часто запозичуються із загального мовного фонду.

Ще однією характеристикою, яка наближає публіцистичний стиль до художнього, є індивідуальність викладу. Тут ступінь індивідуальності варіюється в залежності від конкретного жанру: у газетних та журнальних статтях вона менш виражена, ніж в есе чи ораторських промовах.

Третім важливим аспектом публіцистичного стилю є стислість викладу. У деяких його формах ця риса набуває особливого значення, наприклад, в есе стислість може виявлятися у вигляді сентенції.

Переклад є надзвичайно давньою людською діяльністю. Як тільки в історії людства з'явилися різні мовні групи, виникли й «білінгви», що допомагали людям спілкуватися між собою. З розвитком писемності до «товмачів» долучилися письмові перекладачі, які займалися перекладом

офіційних, релігійних та ділових текстів. Переклад із самого початку мав важливу соціальну роль, забезпечуючи міжмовне спілкування.

Переклад публіцистичних текстів часто створює певні труднощі, зокрема через такі фактори, як:

- наявність великої кількості мовних кліше;
- активне використання фразеологізмів;
- часте вживання метафор та ідіом.

Для перекладу образної фразеології на українську мову можна умовно виокремити чотири групи:

фразеологізми, що мають точний відповідник в українській мові і можуть бути перекладені без змін: *a domino effect* – ефект доміно;

фразеологізми, що частково відрізняються в образному вираженні, але залишаються зрозумілими: *to buy a pig in a poke* – купити kota в мішку;

фразеологізми, де образ змінюється повністю: *to hang fire* – призупинити роботу;

фразеологізми, що перекладаються через нейтральні слова: *to cut no ice* – нічого не досягати.

У процесі дослідження ми помітили, що публіцистичний стиль активно використовує експресивні мовні засоби. Ця експресія має здебільшого соціальний характер, є чітко спрямованою, оцінною та визначеною.

Особливо важливу роль у публіцистичному стилі відіграють епітети, метафори та порівняння, які відрізняються специфікою публіцистичного типу. Складні та штучні метафори, епітети, що часто зустрічаються в поезії чи деяких прозових жанрах, не завжди є доречними у масовій комунікації.

Вивчаючи тексти публіцистичного характеру, ми звернули увагу на значне використання метафор, що підкреслює складність їхнього перекладу. Перекладач повинен чітко розуміти як пряме значення метафори в публіцистичному контексті, так і здатність знайти найбільш відповідний аналог в мові перекладу, який передаватиме суть, відповідно до контексту.

Епітети в публіцистичних текстах зазвичай зберігають свою семантику, структуру і стилістичну функцію, а отже, перекладаються відповідними аналогами. У нашому дослідженні ми аналізували способи відтворення лексичних і стилістичних особливостей мови газети на прикладі статей англомовних інформаційних видань.

Особливо важливими для перекладача є характерні риси англійського публіцистичного стилю:

- розмовно-фамільярний характер деяких матеріалів;
- емоційна забарвленість через використання жаргонізмів і перифраз;
- офіційність титулів і звернень;
- специфіка газетних заголовків;
- лексичні особливості газетно-інформаційних матеріалів;
- використання термінів [19].

Досвід перекладача відіграє важливу роль, адже він повинен точно зрозуміти зміст заголовка та вміти передати його правильно в перекладі. Наприклад, заголовок «Milk drinkers are turning to powder» можна перекласти як «Люди, що п'ють молоко, перетворюються на порошок», але вірний переклад буде: «Люди, які полюбують молоко, починають вживати сухе молоко».

Переклад газетно-публіцистичного стилю вимагає врахування специфічних особливостей, які обов'язково має враховувати перекладач при роботі над статтею чи заголовком. Для досягнення адекватного перекладу (який точно передає зміст оригіналу і відповідає функціонально-стилістичній особливості) необхідно звернути увагу на цільову аудиторію тексту і, відповідно, добирати правильні відповідники евфемізмів, парафрастичних фраз, кліше, цитат, афоризмів тощо.

Когнітивне перекладознавство, яке ставить за мету дослідження ментальних процесів, що пояснюють ухвалення перекладацьких рішень, сформувалося в кінці XX — на початку XXI століття під впливом когнітивної лінгвістики. Поточне дослідження спирається на одне з відгалужень когнітивного перекладознавства, яке фокусується на продукті перекладу

(product oriented) [29, с. 193]. У рамках цього підходу застосовуються методи когнітивного аналізу перекладу, що передбачають побудову та порівняння когнітивних моделей художніх порівнянь, які реєструються як в оригіналі, так і в перекладі, що є результатом ментально-мовленнєвої діяльності авторів цих текстів.

Орієнтуючись на продукт перекладу, це відгалуження когнітивного перекладознавства використовує інструменти когнітивного моделювання, розроблені Лакоффом і Джонсоном у їхній теорії концептуальної метафори [30]. Вони трактують метафору як процес «розуміння та переживання одного предмета через терміни іншого» [30] і вважають, що наше мислення має метафоричну структуру, тобто «більшість концептів частково розуміється через інші концепти». Суть метафори, на їх думку, полягає в «систематичному застосуванні інференційних патернів з одного концептуального домену» (цей домен називається джерелом — source domain) «для умовиводів у іншому концептуальному домені» (домени цілі — target domain), а також у використанні логіки сенсорно-моторного досвіду для абстрактних доменів.

У цьому контексті метафоричне мапування або метафоричне проектування (metaphoric mapping) описує систематичні відповідності між інференційними патернами в доменах джерела і цілі [3, с. 200]. Наприклад, у мовній практиці, метафора може бути виражена через порівняння: домен цілі, що представляє об'єкт, який порівнюється (наприклад, *Francis/Френсис*), домен джерела — об'єкт, з яким відбувається порівняння (наприклад, *ghost/привид*), маркер порівняння (*as/немов*) та ознака порівняння (*white/білий*). У цьому прикладі когнітивна модель порівняння може бути виражена як пропозиція.

3.2. Практичні рекомендації щодо відтворення фразеологізмів на позначення емоційного стану.

Кожна розвинена мова, як відомо, містить у своєму арсеналі значну кількість стійких словосполук — фразеологізмів, які використовуються носіями

мови в усталеному вигляді, завжди в однаковому контексті. Саме ці вирази найбільш яскраво передають дух мови та її нев'янучу красу, яку народ створював протягом століть для спілкування як в усній, так і в писемній формах. Оскільки мова є живим і динамічним організмом, її фразеологічний фонд постійно змінюється і розвивається, разом із розвитком суспільства. Збагачення фразеології відбувається через введення нових виразів з приказок, прислів'їв, афоризмів, анекдотів, дотепів, каламбурів, парадоксів, цитат з літератури, професіоналізмів та мовних штампів — усіх тих скарбів, що їх накопичує і зберігає народ у своїй пам'яті на протязі віків [12, с. 407].

У фразеології найбільш яскраво проявляється національна специфіка мови. Українські фразеологізми — це безцінні перлини мовної образності, які відображають тонкі відтінки душевних порухів, фарбуючи висловлене в яскравий національний колорит.

Людина, від народження і до старості, пізнає світ через мову. Пізнання мови можна порівняти з подорожжю в світ краси. Кожне слово має свою будову і значення, і з часом певні слова об'єднуються у стійкі вирази, які називаються фразеологізмами. У фразеологізмах окремі слова втрачають свою самостійну роль, а їхній зміст передається лише через весь вираз. Вони виконують роль одного лексичного значення в складі речення [50, с. 100-104].

Фразеологізми є невичерпним джерелом для вивчення історії, побуту та культури народу. Багато з них виникли в середовищі представників певних професій. Наприклад, ткачі використовували вирази: «розмотати клубок», «де тонко, там і рветься», «куди голка, туди й нитка», «шите білими нитками». У військовому середовищі були поширені вирази: «брати рубіж», «здавати позиції», тощо [49, с. 214].

Точність і виразність — це головні характеристики фразеологізмів. Вони можуть стати основою для цілих історій чи сюжетів, як, наприклад, фраза "два чоботи — пара», яка має глибоке значення, що може бути виражене через наратив. Крім того, декілька фразеологізмів можуть створити цікавий сюжет, що стане зрозумілим лише носіям мови, як у таких прикладах: «Малий брат як під

воду пропав», «До будинку рукою подати», «Якщо не знайду, вдома знімуть стружку», «Мій батько слів на вітер не кидає», «Я почухав потилицю і готовий був крізь землю провалитися, але взяв себе в руки».

Фразеологічні ресурси мови людини поповнюються впродовж усього життя, і їхні джерела — саме життя. Знання фразеології, вміння правильно використовувати фразеологізми в усному та писемному мовленні — це ознака високої мовної культури людини. Ви вперше зустрілися з фразеологізмами ще в ранньому дитинстві, слухаючи казки, легенди, спілкуючись з дорослими. З часом ваш фразеологічний словник поповнюється. Фразеологізми відображають матеріальне та духовне життя народу, пробуджують уяву, прикрашають мову та передають її дух [12, с. 422].

Фразеологічні звороти кожної мови, як відомо, характеризуються стійкістю лексичного складу. Вони є важливим елементом мовної практики, адже такі вирази зазвичай зберігаються в нашій пам'яті і на вимогу легко відтворюються. Це явище забезпечує ефективність та економію мови, адже фразеологізми дозволяють передавати думки та ідеї більш виразно та чітко.

Однак важливо не лише збільшувати словниковий запас учнів, а й навчати їх правильно використовувати фразеологізми в різних контекстах. Завданням є не просто навчити школярів вживати певну кількість фразеологізмів, а й сформувати в них здатність до самоконтролю, а також вміння розуміти значення окремих компонентів цих стійких словосполук. Це важливий аспект, оскільки фразеологізми не просто вивчаються механічно, а набувають значення, яке важливо осмислити. Знання та вміння використовувати фразеологізми дозволяє учням виражати свої думки більш емоційно та точно.

З фразеологічним словником корисно працювати не лише на уроках української мови, під час вивчення теми «Фразеологія», а й на інших уроках. Наприклад, він може стати корисним при перекладі з української мови на англійську або вивченні теми «Лексикологія», де йдеться про професійну або офіційно-ділову лексику. Зокрема, словник буде необхідний для роботи з

синонімами, антонімами та для підвищення мовної чіткості в інших навчальних дисциплінах [12, с. 424].

Ключовим етапом у роботі з фразеологізмами є добір вправ, що допомагають учням краще зрозуміти значення цих висловів. Рекомендується спочатку звертатися до прямого значення фразеологізмів, а вже потім переходити до їхнього переносного значення. Це дозволяє учням спочатку зрозуміти, як ці вирази використовуються в прямому контексті, і лише потім навчитися їх застосовувати в переносному значенні для більш глибокого розуміння і кращого засвоєння.

Навіть тоді, коли значення фразеологізму зрозуміле, варто порівняти його з іншими виразами, які можуть бути використані для передачі подібної ідеї. Задаючи учням питання, як можна сказати по-іншому або наводячи інший варіант, можна допомогти їм побачити багатство мови та зрозуміти, що у фразеологізмі є певна конструкція, яку не можна замінити іншими словами, навіть якщо значення залишається тим самим.

Фразеологізми мають кілька характерних рис: чітка граматична єдність, сталість лексичного складу, швидка відтворюваність у відповідних мовних ситуаціях і сталий зміст, який широко поширений у певній сфері діяльності людини. Вони служать важливим інструментом у різних стилях мовлення. Наприклад, у розмовному та художньому стилях використовуються фразеологізми на кшталт «під один ранжир», «вишептатися, як рак у торбі», «не дано жабі хвоста, а то б усю траву витолочила», «розбити глек», «сипати сіль на рану». У художньому тексті фразеологізми здатні передавати народний колорит, створюючи атмосферу, яка наближає читача до реалізму [24, с. 654].

Водночас, у офіційному та науковому стилях часто використовуються фразеологізми з певною гнучкістю, коли окремі частини зворотів можна доповнювати або замінювати синонімічними словами. Наприклад: «поставити питання» і «поставити злободенне питання», «притягти до відповідальності» і «притягти до адміністративної відповідальності». Такі фразеологізми вчені і

практики використовують для точного вираження думок у специфічних контекстах.

Порушення фразеологічних норм є характерним для деяких мовних помилок. Вживання скалькованих фразеологізмів, як-от «як з гуся вода» замість «як з козла молока», або «приймати участь» замість «брати участь», є прикладом порушення правильного вживання цих виразів. Також зустрічаються дублети, наприклад, «підводити підсумки» замість «підбивати підсумки», або «приходити до висновку» замість «доходити висновку» [24, с. 673].

Ще одним важливим аспектом є вживання семантично відмінних утворень як взаємозамінних варіантів, наприклад, «грати роль» замість «відігравати роль». Ці варіанти можуть змінювати смисловий акцент у висловлюваннях, тому важливо бути уважним до таких нюансів.

Використання фразеологічних одиниць у різних стилях дозволяє збагачувати мовлення, точніше і яскравіше виражати думки. У науковому та офіційному стилях використовуються загальнолітературні стійкі вирази, такі як «брати участь», «виносити ухвалу», «підбивати підсумки», а також більш книжні фразеологізми, як-от «точка відліку», «осередок освіти». У публіцистичному стилі застосовуються різноманітні фразеологізми залежно від жанрового призначення твору.

Загалом, правильне використання фразеологізмів сприяє розвитку мовної культури, допомагає ефективно передавати емоції та думки і забезпечує точність у спілкуванні та написанні.

Висновки до розділу 3.

У третьому розділі проведено ґрунтовний аналіз особливостей відтворення фразеологізмів, що позначають емоційний стан людини, у процесі англо-українського перекладу. Було визначено, що переклад таких фразеологічних одиниць є складним завданням, зумовленим їхньою високою культурною і емоційною насиченістю, а також відмінностями між мовними системами і світоглядами носіїв мови.

Розглянуті основні стратегії перекладу — калькування, описовий переклад, заміна еквівалентами, трансформація та інтерпретація — дають можливість ефективно передавати значення і емоційне забарвлення оригіналу. Водночас, вибір конкретної стратегії залежить від контексту, стилістичних особливостей тексту і типу фразеологізму. Особливо важливою є роль експресивності та образності, які мають бути збережені у перекладі для адекватного відтворення емоційного впливу на читача.

Аналіз художніх та публіцистичних текстів показав, що перекладачам необхідно враховувати не тільки лексичне значення фразеологізмів, а й їхню функцію у комунікативній ситуації, що дозволяє зберегти цілісність повідомлення і культурну ідентичність тексту. Роль експресивних засобів особливо помітна у передачі емоційного стану, що робить переклад більш живим і переконливим.

Отже, у процесі англо-українського перекладу фразеологізмів, що позначають емоційні стани, важливо не лише передати буквальний зміст, але й зберегти культурний та емоційний контекст, що вимагає від перекладача глибоких лінгвістичних знань, креативності та чутливості до особливостей обох мов. Успішне вирішення цих завдань сприяє ефективній міжкультурній комунікації і поглибленню розуміння між носіями різних мов.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що фразеологізми є важливим та невід'ємним елементом мовної системи, який виконує численні функції у процесі комунікації. Вони не лише забезпечують виразність і точність мови, але й є важливим засобом передачі культурних та психологічних особливостей нації, зберігаючи в собі національний колорит, традиції та світосприйняття. Фразеологічні одиниці відображають багатство мови, її гнучкість і здатність адаптуватися до змін у соціумі, при цьому вони завжди залишаються стабільними у своєму складі.

Завдяки фразеологізмам ми можемо передавати емоційні стани, думки, переживання, що безпосередньо пов'язані з внутрішнім світом людини. Вони служать засобом вираження як позитивних, так і негативних емоцій, створюючи тим самим багатшарову картину людського досвіду. Це дозволяє не лише більш ефективно передавати інформацію, а й забезпечує зв'язок між поколіннями, де кожен фразеологізм несе в собі частину історії, національних цінностей і традицій.

Під час роботи над фразеологізмами було з'ясовано, що важливо не лише навчити учнів правильно використовувати ці одиниці в усному та письмовому мовленні, але й розвивати в них здатність до критичного сприйняття значення кожної фрази. Формування в школярів уміння усвідомлено застосовувати фразеологізми в різних мовних ситуаціях має ключове значення для розвитку їхньої мовної культури. Це дозволяє не лише збагачувати словниковий запас, а й сприяє розвитку креативного мислення, формуванню здатності до точного і виразного формулювання думок.

Дослідження також підтвердило, що фразеологія є важливим інструментом у розвитку мовної культури та спілкування в різних сферах життя, включаючи наукову, офіційну, публіцистичну та художню мови. Зокрема, в художньому стилі фразеологізми відіграють важливу роль у створенні національного колориту, стилізації мовлення персонажів, оживленні та

максимальному наближенні атмосфери твору до народної. Вони забезпечують можливість відображення характеру героїв, емоційних станів і внутрішнього світу персонажів через лексичні засоби.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні фразеологічних одиниць в контексті міжкультурної комунікації, а також у розробці методик їх викладання в школах. Окремої уваги заслуговує дослідження перекладу фразеологізмів між різними мовами, оскільки це дозволяє краще розуміти не лише механізм передачі значень, а й культурні відмінності, що впливають на використання стійких виразів у різних мовних спільнотах.

У подальших дослідженнях доцільно зосередитися на більш детальному аналізі фразеологічних картин світу, що постають у різних мовах, а також на вивченні їх впливу на міжмовне сприйняття і взаєморозуміння. Крім того, важливим є вивчення фразеології в контексті її ролі в медіа, літературі та повсякденному спілкуванні, що дозволить розширити межі дослідження та краще зрозуміти її функціональне навантаження в сучасному мовному середовищі.

Таким чином, фразеологізми не лише сприяють розвитку мовної точності, але й є важливими культурними маркерами, які допомагають зберігати національну ідентичність і традиції, а також є невід'ємною частиною мовного процесу в цілому. Тому їх дослідження має велике значення для розвитку мовної теорії, лінгвістики та практики перекладу.

CONCLUSIONS

The study found that idioms are an important and integral part of the language system, performing numerous functions in the communication process. They not only ensure the expressiveness and accuracy of speech, but are also an important means of conveying the cultural and psychological characteristics of a nation, preserving its national flavor, traditions, and worldview. Phraseological units reflect the richness of language, its flexibility, and ability to adapt to changes in society, while always remaining stable in their composition.

Thanks to idioms, we can convey emotional states, thoughts, and experiences that are directly related to a person's inner world. They serve as a means of expressing both positive and negative emotions, thus creating a multi-layered picture of human experience. This not only allows us to convey information more effectively, but also provides a link between generations, where each idiom carries a part of history, national values, and traditions.

While working on idioms, it became clear that it is important not only to teach students to use these units correctly in oral and written speech, but also to develop their ability to critically perceive the meaning of each phrase.

Teaching schoolchildren to consciously use idioms in various linguistic situations is crucial for the development of their linguistic culture. This not only enriches their vocabulary, but also promotes creative thinking and the ability to formulate thoughts accurately and expressively.

The study also confirmed that phraseology is an important tool in the development of linguistic culture and communication in various spheres of life, including scientific, official, journalistic, and artistic language. In particular, in artistic style, phraseology plays an important role in creating national color, stylizing the speech of characters, enlivening and bringing the atmosphere of the work as close as possible to the folk one. They provide the opportunity to reflect the characters' personalities, emotional states, and inner worlds through lexical means.

Prospects for further research lie in the study of phraseological units in the context of intercultural communication, as well as in the development of methods for teaching them in schools. The study of the translation of phraseological units between different languages deserves special attention, as it allows for a better understanding not only of the mechanism of meaning transfer, but also of the cultural differences that influence the use of fixed expressions in different language communities.

Further research should focus on a more detailed analysis of phraseological worldviews that appear in different languages, as well as on studying their impact on interlingual perception and mutual understanding. In addition, it is important to study phraseology in the context of its role in the media, literature, and everyday communication, which will broaden the scope of research and provide a better understanding of its functional significance in the modern linguistic environment.

Thus, phraseological units not only contribute to the development of linguistic accuracy, but are also important cultural markers that help preserve national identity and traditions, as well as being an integral part of the language process as a whole. Therefore, their study is of great importance for the development of language theory, linguistics, and translation practice.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця : Нова книга. 2008. 248 с.
2. Власенко Л.В., Тригуб І.П. Фразеологічні одиниці та їх класифікація. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія.* 2019. № 39. Том 3. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/4.pdf (дата звернення: 11.04.2025).
3. Глушченко О. В. Проблема неперекладності у теорії перекладу. *Закарпатські філологічні студії.* 2022. Вип. 26. Том 1. С. 198–202. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.26.1.38>
4. Дідик С.С. Фразеологізми як вияв духовності народу. *Культура мови і культура в мові: збірник наукових праць / за ред. С.С. Дідик.* Київ : НОК ВО, 1991. 182 с.,
5. Залужна М. В. Реалізація принципу невизначеності в англійській мові : структурно-семантичний та лінгвокогнітивний аспекти (на матеріалі британських постмодерних художніх текстів ХХІ століття) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2016. 315 с.
6. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів : Вища школа, 1983. 172 с.
7. Камінська В.С. Теоретичні дослідження фразеологічних одиниць у сучасній лінгвістиці. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова.* 2011. Випуск 5. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3683/Kaminska.pdf%A0;jsessionid=C3C880700E99D76FBC4D6725842E85B6?sequence=1> (дата звернення: 9.05.2025)
8. Карабан В. І., Д. Мейс. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову. Вінниця: Нова книга, 2003. 606 с.

9. Кравчук М.В. Підходи до класифікації фразеологічних одиниць. Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації : Збірник наукових праць. 2018. С. 207–210. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/28342/1/Кравчук.pdf> (дата звернення: 9.04.2025).
10. Коць Л. В. Фразеологізми на позначення емоцій та їх переклад. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. № 44. С. 51-53.
11. Коробоненко Т. В. Методичні рекомендації щодо вивчення теми «Фразеологія» у 6 класі. *На Урок*. Електронний ресурс. URL: <https://naurok.com.ua/metodichni-rekomendaci-schodo-vivchennya-temi-frazeologiy-a-u-6-klasi-36518.html>
12. Корунець І. В. Вступ до перекладознавства. Вінниця : Нова Книга, 2008. 512 с.
13. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов : навч. посібник. Вінниця : Нова книга, 2003. 458 с.
14. Левківська О.А. Вивчення класифікації фразеологізмів у курсі «Сучасна українська мова з практикумом» за напрямом «Початкова освіта». *Проблеми філології в педагогічному дискурсі* : збірник наукових праць. 2013. С. 109–113. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/9941/> (дата звернення: 5.04.2025).
15. Ліщенко В.О. Фразеологізми та особливості їх класифікації. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації* : Збірник наукових праць. 2018. С. 238–242. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/26362/1/Ліщенко.pdf> (дата звернення: 9.04.2025)
16. Мацько Л. І., Мацько О. М., Сидоренко О. М. Українська мова : навч. посіб. Київ : Либідь, 1998. 130 с.
17. Мова як система : [навч. посіб.] / В. А. Глущенко, Ю. В. Ледняк, В. М. Овчаренко, І. М. Рябініна. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 132 с.
18. Мова як система : [навч. посіб.] / В. А. Глущенко, Ю. В. Ледняк, В. М. Овчаренко, І. М. Рябініна. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 132 с.

19. Проблеми перекладу публіцистичних текстів / І. М. Сидоренко. Київ: Видавництво «Освіта», 2019. 128 с. URL: https://studwood.net/813891/literatura/problemi_perekladu_publitsistichnih_tekstiv
20. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К. 2008. 711 с.
21. Словник фразеологізмів української мови / уклад. В.М. Білоноженко та ін. Київ : Наукова думка, 2003. 1104 с.
22. Тимошук Н.П. Функціонування фразеологізмів у романах Йозефа Рота : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.01. Львів, 2005. 19 с.
23. Ужченко В.Д. Фразеологія сучасної української мови. Луганськ : Альма-матер. 2005. 399 с.
24. Фразеологія перекладів Миколи Лукаша: Словник-довідник / Уклали Скопненко О.І, Цимбалюк Т.В. – К.: Довіра, 2003. – 735 с.
25. Харкевич Г.І. Українські прислів'я та приказки. Харків : Видавництво «Фоліо», 2011. 204 с.
26. Черней Д. В., Бялик В. Д. Труднощі та способи перекладу англomовних фразеологізмів. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Т. 1. Вип. 10. С. 138–141. DOI: [10.32782/tps2663-4880/2019.10-1.27](https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2019.10-1.27)
27. Bally Charles. Précis de stylistique, Paris 1905. 354 p.
28. Gries S. T. Phraseology and linguistic theory : A brief survey. URL : <http://www.uni-mainz.de/FB/PhilologieII/fb1414/lampert/download/so2008/Phraseology.pdf> (дата звернення: 22.03.25)
29. Kovalenko, L., & Martynyuk, A. English container metaphors of emotions in Ukrainian translations. *Advanced Education*. 2018. No 10. P. 190-197. <https://doi.org/10.20535/2410-8286.142723>
30. Lakoff, G., & Johnson, M. *Metaphors we live by*. London: The university of Chicago press. 2003. URL: <https://www.textosenlinea.com.ar/libros/Lakoff%20y%20Johnson%20%20Metaphors%20We%20Live%20By%20-%201980.pdf>

31. Partridge E. A Dictionary of Cliches. London : Taylor & Francis e-Library, 2005. 549 p.
32. Weinreich U. Problems in the Analysis of Idioms. Los Angeles : University of California Press, 1984. 238 p
33. Бессонова І. С. Гендерні особливості фразеологічних одиниць сучасної англійської мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2019. № 71. С. 41-43.
34. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 384 с.
35. Гуцало Є. Позичений чоловік, або ж Хома невірний і лукавий. К., 1982. 324 с.
36. Дерев'янка В. І. Контамінація фразеологічних одиниць у ЗМІ (на матеріалі чеської мови). *Прикарпатський вісник НТШ. Слово*. 2016. № 2. С. 491-500.
37. Заблоцький Ю. Прагматична спрямованість текстів масової комунікації. *Проблеми та перспективи лінгвістичних досліджень в умовах глобалізацій них процесів*. Матеріали II Міжнар. науково-практичній конференції, 15–16 жовтня 2009 р. Тернопіль, 2009. С. 84-87.
38. Зарицький М. С. Переклад: створення та редагування. Київ: Парламентське видавництво, 2004. 120 с.
39. Зелінська О. І. Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2002. 17 с.
40. Зимовець Н. В. Психоемоційний простір англійських фразеологізмів: лінгвокогнітивний і перекладознавчий аспекти. Вінниця : Нова Книга, 2013. 376 с.
41. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою). – Л. : Вид-во Львів. ун-ту, 2019. 216 с.
42. Кононенко В. І. Символи української мови. Івано-Франківськ : Плай, 2003. 272 с.

43. Корунець І. В. Відтворення англійських фразеологізмів емоційної семантики в українських перекладах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2017. № 27(2). С. 100-103.
44. Коць Л. В. Фразеологізми на позначення емоцій та їх переклад. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. № 44. С. 51-53.
45. Левченко О. П. Специфіка вербалізації і функціонування жестових фразеологізмів. *Лінгвістика*. 2006. № 4 (10). С. 56–64.
46. Нагорна О.О Етнокультурні особливості семантики англійських фразеологізмів (на матеріалі британського варіанту англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса, 2009. 21 с.
47. Приймачок А. М. Концепт ГНІВ в українській фразеології. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*. 2012. № 5(240). С. 103-106.
48. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2006. 716 с.
49. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти). Черкаси : Брама-Україна, 2004. 276 с.
50. Ткач О. О. Прийоми перекладу емоційно-забарвленої лексики (на матеріалі художніх творів). *ScienceRise*. 2015. № 5/3(10). С. 100-104.