

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2025-34-16>

УДК 81'33:81'25:81'255.4

ШИМАНСЬКА Вікторія

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

<https://orcid.org/0000-0003-1164-1041>

КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ЗАСАДИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У КОНТЕКСТІ ПЕРЕКЛАДУ: СТИЛІСТИКА ВІД ВТОРИННОЇ НОМІНАЦІЇ ДО КОМУНІКАТИВНОЇ ФУНКЦІЇ

У статті окреслено актуальні проблеми фразеології, розглянуто когнітивно-прагматичні та стилістичні засади функціонування фразеологічних одиниць у контексті перекладу. Дослідження базується на антропоцентричному підході, що розглядає мову як важливий інструмент комунікації, який експлікує внутрішній світ, світогляд та цінності окремої мовної особистості як представника мовної спільноти. У статті обґрунтовується розуміння фразеологічних одиниць не лише як стійкі вирази, а й як знаки вторинної номінації, що містять глибоку емоційно-оцінну та культурологічну компоненту. На прикладі англійських фразеологічних одиниць виділено та проаналізовано основні фразео-семантичні групи, що відображають такі лінгвокультурні доміанти, як стриманість, самостійність, зарозумілість і чесність. Закцентовано фокус розгляду на стилістичному аспекті перекладі фразеологізмів, у результаті якого встановлено, що їх переклад виходить за межі простого відтворення, вимагаючи глибокого розуміння концептуально-мовної картини світу представників обох мов, що уможливорює не лише збереження змісту, а й відтворення стилістичних та експресивних функцій, що є вирішальним для досягнення комунікативного успіху.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, когнітивно-прагматичний аспект, стилістичний аспект, мовна картина світу, лінгвокультурна доміанта, вторинна номінація, когнітивна лінгвістика, культурологічний код.

SHYMANSKA Viktoriia

Uman State Pedagogical University

COGNITIVE-PRAGMATIC PRINCIPLES OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE TRANSLATION CONTEXT: STYLISTICS FROM SECONDARY NOMINATION TO COMMUNICATIVE FUNCTION

The article outlines the current problems of phraseology and provides a comprehensive examination of the cognitive-pragmatic and stylistic principles of functioning of phraseological units in the context of translation. The research is conducted within the framework of the anthropocentric approach, which regards language as an essential tool of human communication, reflecting the inner world, worldview, and values of an individual linguistic personality as a representative of a language community. This perspective allows phraseological units to be considered not merely as fixed or stable linguistic expressions, but also as complex cultural signs of secondary nomination, carrying a rich emotional-evaluative component and encoding specific cultural and national experiences.

Special attention is paid to the semantic depth of phraseological units, which often condense collective memory and mentality into concise linguistic forms. The article argues that phraseological units embody both cognitive structures and pragmatic intentions, thereby linking linguistic meaning with communicative function. On the example of English phraseological units, the study identifies and analyzes the main phraseological-semantic groups that reflect such linguocultural dominants as restraint, independence, arrogance, and fairness. These values are traced not only in the literal meaning of expressions, but also in their stylistic coloring, emotional load, and cultural associations, which are essential for adequate translation.

The research highlights that the translation of phraseological units cannot be reduced to a literal or mechanical reproduction of the source text. Instead, it requires the translator to possess a deep understanding of the conceptual and linguistic worldview of both source and target language communities. Only by taking into account cognitive, pragmatic, and stylistic aspects is it possible to preserve not only the semantic content of phraseological units, but also their expressive and stylistic functions. The ability to reproduce the connotative and communicative potential of phraseological expressions plays a decisive role in achieving functional equivalence and ensuring successful intercultural communication.

Conclusions: The study demonstrates that phraseological units serve as key indicators of cultural identity and worldview, making their translation a particularly complex yet essential task. Properly rendered phraseological expressions contribute to the preservation of stylistic integrity, communicative effect, and cultural specificity of the text. Thus, cognitive-pragmatic and stylistic approaches provide the necessary methodological foundation for accurate and adequate translation of phraseological units, ensuring that they retain both meaning and function in cross-cultural discourse.

Keywords: phraseological unit, cognitive-pragmatic aspect, stylistic aspect, linguistic picture of the world, linguocultural dominant, secondary nomination, cognitive linguistics, cultural code.

Стаття надійшла до редакції / Received 11.04.2025

Прийнята до друку / Accepted 26.05.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Мова є не просто інструментом комунікації, а невіддільною частиною людської ідентичності. Вона настільки глибоко інтегрована у властивості людини, що їхнє відокремлення є неможливим. Це пояснюється тим, що мова є основним засобом, через який індивід не лише передає інформацію, а й експлікує свій внутрішній світ, світогляд, емоції та ціннісні орієнтири. Без цього зв'язку ні людина, ні мова не могли б

існувати як повноцінні феномени, оскільки мова без носія — це лише набір знаків, а людина без мови — позбавлена можливості повною мірою виразити свою сутність.

Ця взаємозалежність особливо яскраво виявляється у використанні фразеологічних одиниць (ФО). Кожна ФО — це не просто сталий вираз, а специфічний мовний знак, що в своїй семантиці містить первинний емоційно-оцінний компонент. На відміну від звичайних слів, фразеологізми здатні передавати суб'єктивне ставлення мовця до об'єкта дійсності. Фразеологізми виступають своєрідним кодом культури, який дозволяє виразити складні емоційні та оцінні відтінки.

Фразеологічні одиниці відзначаються надзвичайно широким діапазоном номінацій, що охоплюють різноманітні домени об'єктивної дійсності. Це пояснюється їхньою ключовою роллю у збереженні та трансляванні культурної інформації. Вони слугують своєрідним лінгвістичним архівом, у якому закодовані знання про систему звичаїв, традицій, суспільних законів та уявлень про світ і життя. Як знаки вторинної номінації, фразеологізми здатні вербалізувати найрізноманітніші фрагменти мовної картини світу.

Розглядаючи переклад як унікальний вид мовленнєвої діяльності, що здійснюється між комунікантами, які послуговуються різними мовними системами, виникає потреба уточнити механізми фразеологічної деривації. Зокрема, необхідно дослідити відношення між твірною та похідною фразеологічними одиницями, а також детально вивчити їхні структурно-семантичні особливості як складних знаків вторинної номінації. Цей аналіз дозволить глибше зрозуміти, як відбувається перенесення смислів у міжкультурному спілкуванні.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

З позицій прагматики, фразеологічні одиниці відіграють ключову роль у комунікативному процесі. Вони є не лише засобом передачі інформації, але й важливим маркером, що розкриває особливості комунікативної ситуації та типологію мовної особистості мовця. Застосування фразеологізмів дозволяє аналізувати інтенції мовця, його соціальний статус та належність до певної групи. У цьому контексті О. Селіванова виокремлює два основні типи мовних особистостей: егоцентричний та соціоцентричний, які по-різному використовують фразеологію. Егоцентрична особистість використовує фраземи як інструмент саморепрезентації та естетизації мовлення, надаючи йому індивідуальної виразності. Натомість, соціоцентрична особистість застосовує сталі мовні звороти та кліше для підтвердження свого статусу або ідентифікації з певною соціальною групою [7]. Це підкреслює, що вибір фразеологічних одиниць є усвідомленим актом, який відображає комунікативні цілі та соціальні ролі мовця.

Комунікативна поведінка носіїв англійської мови характеризується низкою стійких лінгвокультурних доміант. До них належать такі риси, як стриманість, консерватизм, педантичність та гречність. Ці особливості відображають глибинні цінності англословних суспільств і проявляються на всіх рівнях мовної системи, а особливо у фразеології. Ця концепція підтверджується результатами досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема такими, як Е. Балюта, Н. Венжинович, Ю. Зацний, В. Кононенко, В. Ужченко, О. Арсентьева та В. Карасик.

ФОРМУЛЮВАННЯ МЕТИ СТАТТІ

Мета статті – окреслити основні фразео-семантичні групи на позначення рис ментальності носіїв англійської мови, для кого вона – перша, та встановити основні способи перекладу таких фразем.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сучасна лінгвістика відзначається посиленням антропоцентризмом, що призводить до зміни призи досліджень. Сьогодні науковці зосереджуються не лише на внутрішній структурі мови, а й на її функціонуванні в реальному спілкуванні. Цей підхід спрямований на вивчення того, як мовці використовують одиниці для досягнення конкретних цілей. Саме ця орієнтація на роль людини в мовному процесі зумовила тісний зв'язок між мовознавством і прагматикою.

Центральне місце в цій взаємодії посідає людина, яка є доміантним суб'єктом комунікативно-прагматичної діяльності. Вона не просто пасивно використовує готові мовні знаки, а активно і цілеспрямовано їх продукує. Цей процес є складним комплексом відношень, де вибір і застосування мовних одиниць, зокрема фразеологізмів, відображає унікальну комунікативну стратегію індивіда. Послугуючись фраземами, людина демонструє не лише знання мови, а й свою здатність адаптуватися до соціального контексту, виражати наміри та формувати своє ставлення до світу.

Однак, незважаючи на цю широту, переважна більшість фразем у різних мовах концентрується навколо характеристик людини. Вони описують як зовнішні особливості, так і складні внутрішні стани — від психологічних та емоційних до поведінкових реакцій і вчинків. Це фокусування на людському аспекті робить суб'єктивність чи не найголовнішою ознакою картини світу, що вербалізується мовними засобами, а тому фразеологізми виступають не просто описовими одиницями, а інструментами, які відображають оцінний погляд носія мови на світ.

Спосіб мислення індивіда, а також менталітет цілої нації, вербалізується насамперед у лексиці, і особливо у фразеології. Фразеологічний склад мови є унікальним інструментом, що відбиває національну

специфіку сприйняття та осмислення світу. Він фіксує результати національної когніції і передає особливості мислетворчості, закарбовуючи їх у сталих мовних формулах. Отже, фразеологізми не просто відображають реальність, а є результатом ментальної діяльності, що сформувалася протягом століть. Вивчення фразеологічних одиниць дає змогу отримати чітке уявлення про домінуючі психотипи представників певної мовної спільноти, їхні цінності, стереотипи та світогляд.

Для позначення певних рис ментальності англомовних людей (для яких англійська мова є першою) нами пропонується виділити основні фразео-семантичні групи.

Перша група на позначення стриманості: *to possess one's soul, keep one's balance, bat an eyelid, not to bat an eyelid, to keep measure, put a good face on sth., in one's sober senses, a cool head, have one's brain on ice* (контролювати себе, не втрачати рівноваги, тримати себе в шорах).

Наступна група фразем номінує самотійність: *go it alone, hoe one's row, stand on one's own bottom, a self-made man, do for oneself go on one's own hooks, to be fond of one's own way* (бути незалежним, вибитися в люди, йти власним шляхом, діяти самотужки).

Третя група (найменш чисельна) описує зарозумілість: *cock one's nose, throw one's weight about, street like a turkey-cock, be unwilling to call the king one's cousin* (триматися зарозуміло).

Для фразео-семантичної групи із спільним значенням „чесність” в англійській мові зафіксовано велику кількість фразем. Серед них найпоширенішими є такі: *to play a straight bat, to treat smb. white, a man of honour, clean hands, straight goods, keep on the course, come from the shoulder* (надійна людина, людина честі, вести справи чесно, чистий на руку тощо).

Наведені приклади переконливо демонструють, що вибір мовних та поведінкових стереотипів має глибоке психоментальне підґрунтя. Ці стереотипи є результатом засвоєння культурних установок, які слугують регуляторами поведінки окремого носія мови. Процес формування етнічної свідомості та культури розпочинається в той момент, коли особистість починає ідентифікувати себе з певним етносом, його традиціями та цінностями. Це дозволяє їй відчувати себе не просто індивідом, а повноправним членом мовної спільноти. Такі стереотипи є як вродженими, так і набутими чинниками, які формують світогляд людини та її реакції на зовнішні подразники.

Отже, мова є безпосереднім відображенням національної ментальності. Вона не лише слугує засобом комунікації, а й експлікує культурні цінності, особливості мислення та сприйняття світу, які є унікальними для кожного народу. Через мову передаються уявлення про мораль, етику, норми поведінки та соціальні взаємини. Таким чином, вивчення мови, особливо її сталих виразів і фразеологізмів, дає можливість зрозуміти не лише лінгвістичні особливості, але й когнітивні та культурні закономірності, що формують ідентичність цілого етносу.

Кожна культура володіє унікальним набором концептуально значущих слів, які набувають статусу етнічних символів. Ці слова є не просто лексичними одиницями; вони слугують своєрідним кодом, що відображає основні цінності, світогляд та колективну ідентичність народу. Їхня значущість виходить за рамки буквального значення, оскільки вони глибоко інтегровані в ментальність і повсякденне життя етносу.

Згідно з дослідженнями вчених з етнічної психології, зокрема О. Ющишиної, Т. Кононенка та А. Фурмана, існує кореляція між рівнем економічного розвитку нації та її домінуючими цінностями, що вербалізуються в мові. Народи з високим рівнем економічного розвитку здебільшого підкреслюють такі якості, як розум, кмітливість та підприємливість. Ці риси є основою для інновацій, технологічного прогресу та конкурентоспроможності.

На противагу цьому, нації з менш розвинутою економікою часто висувують на перший план гуманістичні та соціальні цінності такі, як доброта, гостинність та життєлюбство. Ці якості допомагають зберегти соціальну згуртованість і підтримувати стійкість в умовах обмежених ресурсів. Отже, мова є не лише інструментом для опису світу, а й дзеркалом, що відбиває соціально-економічні пріоритети та адапційні стратегії етносу.

За останні десятиліття в науковій парадигмі багатьох галузей знань, зокрема в лінгвістиці, відбулися значні зміни. Традиційний підхід, що зосереджувався на внутрішніх зв'язках і закономірностях мови, був доповнений новим, динамічним поглядом на її функціонування. Сучасна лінгвістика розглядає мову в контексті її живого використання в комунікації.

Одним із центральних напрямів, що демонструє цю зміну, є когнітивний підхід. Він розглядає мову не просто як систему знаків, а як когнітивний механізм, що тісно пов'язаний з процесами пізнання, мислення та усвідомлення світу людиною. Такий підхід підкреслює, що мова є не лише засобом вираження вже не нових думок, а й активним інструментом, що формує та структурує наше сприйняття дійсності та акумулює знання про неї. [7].

Специфікою когнітивної парадигми є перефокусування поглядів дослідників з об'єкта пізнання на суб'єкт, тобто антропологічна парадигма досліджень почалася з інтересу до номінативних закономірностей формування ідіом як одиниць вторинної номінації.

Виходячи з принципів когнітивної лінгвістики, значення фразеологічної одиниці слід розглядати не як статичне поняття, а як динамічний інформаційний текст. Її сенс формується та інтерпретується індивідуально, проходячи крізь призму ментальних і культурних установок як мовця, так і слухача. Цей

процес відбувається завдяки активації соціокультурного коду в ході комунікації. У результаті такої інтерпретації кожен раз утворюється новий оцінний компонент фраземи. Оцінка не є фіксованою; вона залежить від соціального та індивідуального досвіду, пріоритетів і культурних орієнтирів обох учасників комунікації. Комунікативний успіх, тобто уникнення непорозуміння, забезпечується лише тоді, коли ці компоненти збігаються. Іншими словами, розуміння та оцінка фразеологізму залежить від спільного культурного та особистого досвіду мовця і слухача.

Отже, виникає логічне запитання: яким саме чином відбувається переосмислення знаків вторинної номінації? Наша розвідка має на меті розкрити механізми, що лежать в основі утворення похідних значень, які базуються на вже наявних мовних одиницях.

Нам імпонує думка Л. Лисиченко: «Мова не тільки опосередковує передавання й приймання інформації, знань і повідомлень, а й обробляє отриману ззовні індивідом інформацію, тобто вибудовує специфічні мовні фрейми» [7, с. 132].

Принциповою видається необхідність простежити рух від задуму до вербального втілення – це і є перетворення особистісного змісту в значення, доступне всьому мовному колективу. Для спостереження цієї трансформації ідеї в опосередковано-похідне значення, необхідно враховувати процес переосмислення з самого моменту зародження думки. Ця думка виникає не з попередньої, а бере свій початок у сфері людських спонукань, потягів та відчуттів. Саме в цій царині слід шукати первинний стимул для її формування, тобто джерело, яке ініціює її народження, тобто йдеться про мотив, комунікативний намір.

У процесі вторинного знакоутворення думка експлікує задум, співвідносячи його зі значенням когнітивної одиниці. Ця одиниця, що є предметом думки, переноситься в нову комунікативно-прагматичну ситуацію. Таким чином, на відміну від первинного процесу, вторинне знакоутворення ґрунтується не на самому задумі, а на потребі знайти оптимальну форму для впливу на співрозмовника. Для пошуку такої форми мовець зазвичай відштовхується від первинної номінації, яка потім трансформується під впливом комунікативно-прагматичних умов і задуму майбутнього дискурсу. На думку багатьох психофізіологів та дослідників когнітивної лінгвістики саме внутрішньому мовленню надається провідна роль, що й підтверджує С. Чорнобай, зазначаючи, що у внутрішньому мовленні відбувається основна діяльність з перетворення задуму до пошуку відповідних знакам первинної номінації знаків опосередковано-похідної [10, с. 192], особливо така робота думки активізується при перекладі фразеологічних одиниць.

На думку В. Коптілова, переклад може вважати адекватним, якщо текст перекладної мови впливає на ті самі когнітивні структури, на ті самі ділянки когнітивного простору, що й оригінальна мова. [5, с. 75].

Фахівці з перекладознавства визнають, що переклад саме фразеологічних одиниць є надзвичайно складним завданням. Однак перекладознавці переконані, що його можна успішно виконати, якщо пріоритетом є не буквально відтворення, а збереження смислового та образного навантаження фразеологізму, тобто його комунікативно-прагматичного потенціалу. Успішність перекладу ускладнюється тим, що як похідні, так і твірні фраземи можуть мати різний ступінь мотивованості, прозорості внутрішньої форми та національної специфічності. Через це буквальний переклад компонентів фразеологічної одиниці часто є невдалим і не передає її справжнього значення.

На наш погляд, переклад фразем у тексті можна здійснити кількома основними способами: 1) описовий переклад, тобто детальний опис значення фразеологізму, якщо в мові-реципієнті немає прямого відповідника; 2) адекватний переклад, при якому відбувається добір фразеологічного еквівалента, що повністю або максимально точно передає як зміст, так і стилістичне забарвлення оригіналу; 3) прийом компенсації, використання якого є необхідним, коли в мові відсутній комунікативно-функціональний еквівалент для вираження певного поняття. У такому разі перекладач компенсує втрачене значення, застосовуючи інші мовні засоби, щоб зберегти загальний зміст та вплив фразеологізму на читача.

Ці методи дозволяють ефективно вирішувати проблеми «мовної недостатності» і забезпечувати точне відтворення змісту фразеологічних дериватів.

Приладом описового перекладу можуть бути такі: дериват *A cock on his own dunghill* (досл. півень на власному смітнику, укр. відп. *в своїй хаті пан і бог*) виокремився з прислів'я *A coek is valiant on his own dunghill* (*кожна жаба своє болото хвалить*).

Або такий дериват *A hair of the dog* (вино для опохмілья) виник від твірної фраземи *Take a hair of the dog that bit you* (досл. шерсть собаки, яка тебе вкусила, укр. відп. *clin клином вибивають*).

Адекватний переклад твірної фразеологічної одиниці *Uncle Tom* (заст.) (холуй, зрадник інтересів негрятяського народу) за аналогією утворилась похідна фразеологічна одиниця *Aunt Thomasina* (*міточка Томазіна*). Для розуміння змісту цієї похідної фраземи необхідно надати історичну довідку: це прізвисько консервативно налаштованої жінки, яка чинила опір руху за жіночу рівноправність. До речі, таким прізвиськом-фразеологізмом можна називати й чоловіків.

В нижчеподаному тексті продемонстровано переклад такої фразеологічної одиниці прийомом компенсації.

She gave a good look up to the platform, and then asked,
«How'd you do it?»
«Hair of the dog».

She looked up to the platform again. «*Hair, hell, she said, he must swallowed the dog*».

Вона уважно подивилась на поміст і спитала:

- Як вам це вдалося?
- Скляночка на опохмілля – і всі справи.

Вона знову подивилась на поміст.

- Скляночка, – сказала вона. – Та тут діжкою пахне, а не склянкою.

Метод компенсації дозволяє досить образно передати значення фразеологізму, оскільки буквальный переклад англійського вислову «шерсть собаки» буде абсурдним і беззмістовним для українського читача. Цей фразеологізм походить від стародавнього повір'я, згідно з яким шерсть собаки, що вкусив, є найкращим засобом проти сказу. Отже, його внутрішній образ символізує ідею «що спричинило хворобу, тим і лікуйся». У ході перекладу важливо передати не сам дериват, а його комунікативно-прагматичну функцію, яку він виконує в оригінальному тексті.

ВИСНОВКИ З ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Кожен носій мови характеризується індивідуальними мовленнєвими домінантами, серед яких фразеологізми посідають чільне місце. Ці риси мовної особистості визначаються не стільки кількістю вживаних фразеологічних одиниць, скільки їхньою доцільністю та релевантністю у мовленні. Глибину мовної особистості можна пізнати виключно через її дискурс, оскільки саме в ньому вона повністю проявляється. Фразеологізми різного рівня і стилісового призначення, які використовує мовець, є важливим маркером його мовної і стилістичної поведінки, відображаючи його світогляд, емоційний стан та соціальні установки.

Перекладені похідні фразеологізми найчастіше підлягають прагматичній адаптації. Через високу ідіоматичність вихідних одиниць, вони зазнають повної модифікації, що реалізується за допомогою таких прийомів, як компенсація, адекватний та описовий переклади. Це дозволяє зберегти комунікативну функцію фраземи, навіть якщо її буквільне значення не може бути відтворене.

Зважаючи на особливий характер фразеології як найвиразнішого пласту окремої мови, навіть стилістично нейтральні одиниці можуть мати яскраво виражену національну специфіку і набувати особливої експресії в контексті. Тому для перекладача вкрай важливо відчутти та відтворити експресивно-стилістичні функції фразем, спираючись на глибоке розуміння концептуально-мовної картини світу як мови оригіналу, так і мови перекладу.

Перспективу дослідження вбачаємо у зіставленні фразеологічних одиниць англійської та української мов, пошуку і добірї таких експресивних еквівалентів, які нейтралізують лінгвоетнічний бар'єр, що уможливує однакове сприйняття повідомлення носіями вихідної та перекладної мов та чіткій реалізації в мовленні і меті спілкування.

Література

1. Ажнюк Б. М. Англійська фразеологія у культурно-етнічному висвітленні : монографія. Київ : Наукова думка, 1989. 136 с.
2. Венжинович Н. Ф. Простір і час в українській фразеології: лінгвокультурологічний аспект. *Prostor in čas v frazeologiji* : kol. monograf. Ljubljana : Znanstvena založba Filozofske fakultete. 2016. S. 423–428.
3. Гулович М. М., Бадан А. А. Хибні друзі перекладачів англійської ідіоматики українською мовою. *IN STATU NASCENDI. Теоретичні та практичні проблеми перекладознавства*. 2011. Вип. 12. С. 25–30.
4. Демський М. Т. Суть фраземи, її ономазіологічні функції й особливості номінації. *Записки Наукового товариства імені Тараса Шевченка. Праці філологічної секції*. Львів, 1992. Т. 224. С. 240–265.
5. Коптілов В. Теорія і практика перекладу. Київ : Юніверс, 2003. 280 с.
6. Лисиченко Л. Мовна картина світу та її рівні : зб. Харківського історико-культурного товариства. Нова серія. Харків, 1998. Т. 6. С. 129–144.
7. Селіванова О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) : монографія. Київ ; Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
8. Ужченко В. Д. Мікрофразеологізми в контексті загальномовної фразеології та етнокультури. *Доповіді та повідомлення IV Міжнар. конгр. українців* / відп. ред. В. Німчук. Київ : Пульсари, 2002. С. 189–193.
9. Фінкель О. Теорія і практика перекладу. *О. М. Фінкель – забутий теоретик українського перекладознавства* : зб. вибр. пр. Вінниця : Нова Книга, 2007. С. 49–182.
10. Чорнобай С. Ідіоматична фразеологія та мовна картина світу (на матеріалі соматичних фразеологічних одиниць англійської, новогрецької та української мов). *Семантика мови і тексту* : матеріали IX міжнар. наук. конф. Івано-Франківськ, 2006. С. 291–293.

References

1. Azhniuk, B. M. (1989). *English phraseology in a cultural and ethnic context* (Monograph). Naukova Dumka. 136. (in Ukrainian).
2. Venzhynovych, N. F. (2016). Space and time in Ukrainian phraseology: A linguocultural aspect. In *Prostor in čas v frazeologiji*: kol. monograf. (pp. 423–428). Znanstvena založba Filozofske fakultete. (in Ukrainian).

3. Hulovych, M. M., & Badan, A. A. (2011). Khybni druzi perekladachiv anhlo-movnoi idiomatyky ukrainskoiu movoiu [False friends of English idioms in Ukrainian]. *IN STATU NASCENDI. Teoretychni ta praktychni problemy perekladoznavstva*, 12, 25–30. (in Ukrainian).
4. Demskyi, M. T. (1992). Sut frazemy, yii onomasiologichni funktsii y osoblyvosti nominatsii [The essence of the phrase, its onomasiological functions and features of nomination]. *Zapysky Naukovoho tovarystva imeni Tarasa Shevchenka. Pratsi filolohichnoi sekcii*, 224, 240–265. (in Ukrainian).
5. Koptilov, V. (2003). *Teoriia i praktyka perekladu* [Theory and practice of translation]. Yunivers. 280. (in Ukrainian).
6. Lysychenko, L. (1998). Movna kartyna svitu ta yii rivni [The linguistic picture of the world and its levels]. *Zbirnyk Kharkivskoho istoryko-kulturnoho tovarystva. Nova serii*, 6, 129–144. (in Ukrainian).
7. Selivanova, O. (2004). *Narysy z ukrainskoi frazeolohii (psykhokohnityvnyi ta etnokulturnyi aspekty)* [Essays on Ukrainian phraseology (psychocognitive and ethnocultural aspects)]. Brama. (in Ukrainian).
8. Uzhchenko, V. D. (2002). Mikrofrazelohizmy v konteksti zahalnomovnoi frazeolohii ta etnokultury [Microphraseologisms in the context of general phraseology and ethnoculture]. In V. Nimchuk (Ed.), *Dopovidi ta povidomlennia IV Mizhnar. konhr. ukrainistiv* (pp. 189–193). Pulsary. (in Ukrainian).
9. Finkel, O. M. (2007). Teoriia i praktyka perekladu [Theory and practice of translation]. In O. M. Finkel (Author), *O. M. Finkel - zabutyi teoretyk ukrainskoho perekladoznavstva: Zbirnyk vybranykh prats* (pp. 49–182). Nova Knyha. (in Ukrainian).
10. Chomobai, S. (2006). Idiomatychna frazeolohiia ta movna kartyna svitu (na materialy somatychnykh frazeolohichnykh odynyts anhliiskoi, novohretskoi ta ukrainskoi mov) [Idiomatic phraseology and the linguistic picture of the world (based on the material of somatic phraseological units of English, Modern Greek and Ukrainian languages)]. In *Semantyka movy i tekstu: materialy IX mizhnar. nauk. konf.* (pp. 291–293). Ivano-Frankivsk. (in Ukrainian).