

## PHRASEOLOGICAL TRANSFORMATION IN POLISH, UKRAINIAN, AND RUSSIAN LANGUAGES

*The article analyzes the transformation of phraseological units and their structural and semantic types in Polish, Ukrainian, and Russian languages.*

**Keywords:** *phraseological units, phraseological transformation, media.*

УДК 81'373.7=512.161

*Дика Л.С.,* магістр

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

## СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОЛОРИСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ

*У цьому дослідженні на матеріалі сучасної турецької мови розглядаються фразеологізми з колористичним компонентом. Проаналізовано семантичні особливості кольоративу, виділено групи відповідно до семантики лексем. Велика увага приділяється найбільш частотним фразеологічним одиницям з компонентом білого, чорного, червоного кольорів.*

**Ключові слова:** *фразеологізм, кольоратив, семантичний аналіз.*

Фразеологізми є унікальним явищем кожної мови світу, оскільки в них закладено інформацію про позамовну дійсність, що дає можливість досить влучно та образно відображати матеріальне і духовне життя певного народу, передавати його дух та колорит. У фразеологічному словнику української мови подано таке визначення: «Фразеологізми – це семантично зв'язні і структурно замкнені мінімальні синтаксичні одиниці з номінативною функцією в комунікативній системі мови, семантична структура яких не мотивується лексичними значеннями їх постійних компонентів» [9, с. 3]. Таким чином, фразеологізми утворюють специфічну систему одиниць кожної мови.

У мовознавстві є різні підходи щодо окреслення меж фразеології. Погляди представників широкого розуміння об'єкта фразеології полягають у тому, що до цього розділу слід віднести прислів'я, приказки, крилаті вислови, афоризми, цитати, сентенції, парадокси тощо. Вчені кваліфікують фразеологізми як стійкі фрази замкненого типу або фразеологічні одиниці предикативного характеру. Послідовниками цієї теорії є такі науковці, як А. Аксой, Д. Аксан, В. Архангельський, В. Виноградов, О. Кунін, О. Райхштейн, Л. Скрипник, В. Ужченко, М. Хенгірмен, І. Чернишова. Проте прихильники вузького підходу до меж фразеології стверджують, що вислови нефразеологічного типу, які співвідносяться з предикативними конструкціями, слід розглядати за межами фразеології. Тобто дослідники не включають прислів'я та приказки до складу фразеології. Прибічниками цього підходу є такі вчені, як Л. Авксентьев,

Н. Амосова, О. Молотков, С. Ожегов, В. Телія. У цій роботі ми будемо дотримуватися широкого підходу до об'єкта фразеології, оскільки ми також схилиємося до думки, що прислів'я та приказки володіють ознаками фразеологізмів, зокрема, мають сталу форму, є короткими та лаконічними, не мають певного автора, передають дійсність переважно у метафоричній формі [6, с. 115].

У сучасній турецькій мові значне місце займають фразеологічні одиниці з колористичним компонентом. Колір – це життєво необхідна складова, оскільки значною мірою включений у культурні традиції народу й біологічно пов'язаний із психогенетичним кодом кожної людини [2, с. 117]. Кожен із кольорів несе в собі певне інформаційне навантаження. Тому можна стверджувати, що фразеологізми з колористичним компонентом дають можливість зрозуміти специфічність світовідчуття та світосприйняття певного народу. Дослідження назв кольорів посідає провідне місце у лінгвістиці, оскільки кольоративи являють собою значний пласт лексичного словника мови і активно використовуються. У сучасній турецькій мові існує велика кількість фразеологізмів із компонентом кольору, і, на наш погляд, вони вимагають додаткового вивчення. Семантичний аналіз фразеологізмів із колористичним компонентом через культурно-етнічне висвітлення зумовлює **актуальність дослідження**.

Національно-культурна семантика фразеологізмів із колористичним компонентом викликає особливий інтерес у науковців. Тому фразеологізми з кольоративами стали об'єктом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників. Серед вітчизняних учених фразеологізми з колористичним компонентом досліджували О. Дзівак, В. Крепель, О. Пророченко та інші. Через призму фразеологічного багатства української мови Т. Білоха описував семантичну парадигму фразеологічних одиниць із кольоронайменуваннями; О. Кучерук працювала над образною природою семантики фразеологізмів із колористичним компонентом; О. Куцик дослідила символи-кольоративи *білий* і *чорний* у складі фразеологізмів; кольоративи-компоненти фразеологічних одиниць стали предметом дослідження Т. Парфьонової. Фразеологізми, що мають у своїй структурі кольоратив, брали за об'єкт своїх досліджень такі тюркологи, як Р. Закіров (татарська мова), А. Майзіна (алтайська мова), С. Садикова (кумикська мова), М. Хасанова (казахська мова). Слід відзначити, що на ниві російської лінгвістичної тюркології А. Кононов глибоко дослідив семантику кольорової гами турецької мови.

У турецькому мовознавстві серед найвідоміших науковців, які присвятили свої дослідження кольоративам, слід відзначити Д. Гульшаха, З. Каймаза, С. Кючюка, Н. Гюзайдіна. В українській тюркології семантика кольорів турецької мови є предметом досліджень численних статей І. Покровської; стаття І. Каян присвячена метафорично-конотативним значенням назв кольорів у сучасній турецькій мові.

**Новизна** цього дослідження полягає в аналізі семантики турецьких фразеологізмів із назвами кольорів і здійсненні їхньої семантичної класифікації.

**Мета дослідження** – аналіз семантики фразеологізмів із колористичним компонентом у турецькій мові, визначення принципів відбору найвлучніших відповідників для перекладу українською мовою.

Досягнення поставленої мети вимагає виконання низки таких **завдань**, як систематизація відомостей про фразеологізми з колористичним компонентом та історію їх

досліджень; аналіз семантичного значення фразеологізмів із кольоративами; класифікація фразеологічних одиниць за семантичним значенням; підбір українських відповідників для адекватного перекладу; висновки щодо подальших досліджень.

**Об'єктом дослідження** є фразеологізми сучасної турецької мови, у структурі яких є назви кольорів (на матеріалі турецьких фразеологічних словників). **Предметом** дослідження є сутність кольоративів як компонентів фразеологічних одиниць турецької мови.

При підготовці статті були використані такі **методи**, як описовий, метод компонентного аналізу значення кольоративів у фразеологізмах, метод семантичного тлумачення, порівняльний та зіставний методи.

Слід зауважити, що загалом у мовознавстві не існує уніфікованого терміну для позначення відтінків кольорів. У роботах лінгвістів зустрічаються різноманітні терміни для цієї лінгвістичної одиниці. Зокрема, Д. Борисова відзначає, що існують такі поняття, як «кольоропозначення», «кольоронайменування», «ім'я кольору», «назва кольору», «колірний термін», «термін кольору», «найменування з колірним компонентом», «хроматонім», «кольоратив», «колоронім» [1, с. 33]. На її думку, термін «кольоратив» є найвдалішим варіантом серед усіх, оскільки його можна використати для позначення назви кольорів будь-яких відтінків, чого не можна зробити, наприклад, із терміном «хроматонім», що не включає у себе назви ахроматичних кольорів – білого, чорного, сірого. Тому у своїй роботі ми будемо дотримуватися цієї ж думки.

І. Ковальська стверджує: колороніми (від лат. *color* – колір, гр. *onima* – ім'я), або кольороназви визначаються як лексеми, денотативним значенням яких є ознака кольору [4, с. 19]. Кожен колір має своє значення, символіку, емоційне й психологічне наповнення. Відомо, що колір має прямий зв'язок із історією народу, його культурою, побутом, традиціями тощо. Символіка кольору спирається на повсякденний досвід людини, на психологічні особливості ментальності народу, на асоціативні переконання. Тим самим символічність кольорів дає нам можливість дослідити специфічні риси кольорів, які характерні для турецької лінгвокультурної традиції.

У турецькій мові для позначення деяких кольорів існує по дві назви. Це, в першу чергу, зумовлено історичними причинами. Наприклад, для позначення кольоративу *білий* у турецькій мові використовуються дві лексеми: *beyaz* (походить від арабського іменника *bayād* – білизна, використання у якості прикметника характерне для турецької мови) – *ak* (лексема власне тюркського походження) [5, с. 106]. Так само і *чорний* колір у турецькій мові має дві назви: *siyah* – арабська та *kara* – тюркська лексеми. Що стосується *червоного* кольору, то для позначення цього кольоративу закріплено три майже синонімічні лексеми: *al*, *kızıl* (мають тюркське походження) та *kırmızı* (арабське походження).

У нашому дослідженні ми будемо аналізувати фразеологічні одиниці з такими компонентами, як *ak*, *beyaz*; *kara*, *siyah*; *al*, *kırmızı*, *kızıl*, які зустрічаються у фразеологізмах сучасної турецької мови найчастіше.

Переважає більшість фразеологізмів із кольоративами вживається в переосмисленому значенні. Саме в результаті переосмислення значень кольорів виникають такі ідіоми та фразеологізми, у структурі яких колір уже має значення символу, часто з

національно-культурною специфікою [3, с. 170]. Тобто можна говорити про образність та метафоричність колірного компонента.

Відтак, можемо класифікувати фраземи з компонентом *ak, beyaz* відповідно до таких семантичних значень:

1) **честь, гідність.** У фразеологічних одиницях, які характеризують людину, білий колір допомагає дати позитивну оцінку з морально-етичної точки зору. До прийняття ісламу існували турецькі шамани, які ототожнювали білий колір із величчю, справедливістю, силою, вважали його джерелом благого. Головний убір шаманів, ковпак, виготовляли з білої шкіри молодого ягняти, тому білий колір набув символу безгрішності, високого чину [7, с. 190]. Цікаво, що турецький народ порівнює совість людини з білим обличчям, а не з якоюсь іншою частиною тіла, оскільки, наприклад, в українській мові «білолиций» має значення «красивий». У цьому випадку кольоратив *білий* вживається метафорично:

*yüzü akı ile çıkmak* (букв. вийти з білим обличчям) ‘високо тримати голову’, тобто мати хорошу репутацію;

*alınun akı ile* (букв. з білим чолом) ‘тримати марку’, ‘держати фасон’;

*almı ak, yüzü pak* (букв. його чоло біле, обличчя чисте) ‘мати світле око’, ‘бездоганний, як скло’, тобто совісна, чесна людина;

*iki cihanda yüzü ak olmak* (букв. бути з білим обличчям в обох світах) ‘невинний, як Адам і Єва в раю’;

*beyaza çıkmak* (букв. дійти до білого) ‘виправдовуватися’;

*beyaza çıkarmak* (букв. відбілити) ‘тримати чиність репутацію’, тобто виправдати когось.

2) **чистота, краса.** Молоко матері як першопродукт для годування дитини, як і для усіх народів світу, для турецького народу є важливим компонентом повсякденного життя. Тому фраземи з кольоративом *білий* можуть мати відтінок благого значення.

*Ananın ak sütü gibi helal olsun* ‘Нехай буде таким же благим, як молоко матері’.

*Ak süt emmiş* (букв. той, хто пив у дитинстві біле молоко) ‘з аристократичної родини’.

Окрім цього, слово *білий* у турецькій мові має конотативне значення чистоти, невинності:

*ak pak* (букв. білий та чистий) ‘як нова копійка’, ‘як вилізаний язиком’;

*akça pakça* (букв. біленький, чистенький) ‘чепурний, як цяцька’.

Як і більшість народів світу, турецький народ ототожнює білий колір із весіллям. За давніми традиціями дівчата носили на голові червоні хустки до одруження, а вже у день весілля мали право одягнути білу хустку та відповідно білу сукню. Турки сприймають молоду наречену у білому вбранні як символ чистоти та краси. Тому за лексемою *білий* закріпилося конотативне значення краси:

*ak topuk beyaz gerdan* (букв. білий підбор, біла шия, тобто красива жінка) ‘хоч з лия води напийся’;

*akı ak karası kara* (букв. і біла, і чорна) ‘з білим тілом, чорним волоссям та темними очима’, тобто гарна.

*Beyazın adı var, esmerin tadı var* ‘У блондинок слава, у брюнеток – шарм’.

3) **значення новизни.** У деяких фразеологічних одиницях білий колір має від-тінок новизни. Тут він найсильніше проявляє семантичне значення першоджерела, початку, вживається образно:

*beyaz sayfa açmak* (букв. відкрити білу сторінку) ‘почати з чистої сторінки’;

*beyaz etmek* ‘переписати набіло’.

4) **старість, зрілий вік.** Тюркські народи, як і більшість народів, асоціюють білий колір зі старістю. Біла борода вважається символом знання, великого життєвого до-свіду та поваги до людини. У даних фразеологізмах лексема *білий* вживається пере-осмислено, оскільки вказує на сивий колір волосся як на індикатор зрілого віку:

*ak düşmek* (букв. почати сивіти) ‘вмочити в молоко’;

*ak saçlı* (букв. з білим волоссям) ‘сивий, як голуб’;

*ak sakaldan yok sakala gelmek* (букв. дожити до віку, коли вже і сивої бороди не залишилося) ‘виходити з літ’, ‘загнатися в літа’, ‘їхати з ярмарку’;

*sakakları beyazlanmak* (букв. скроні сивіють) ‘порости мохом’.

5) **негативне значення.** Попри те, що білий колір асоціюється лише з позитивни-ми конотаціями, ми віднайшли деякі фразеологічні одиниці, що виступають у нега-тивному значенні. Під час процесу дослідження зниження семантичної тенденції ко-льоративу *білий* у фразеологізмах ми повинні керуватися знаннями з історії, традицій турецького народу, щоб адекватно зрозуміти зміст образного значення. Наприклад, турки вважають, що людина зі світлими очима може зурочити будь-кого з першого ж погляду. Тому до світлих очей відчувається упереджене ставлення, яке закріпилось у підсвідомості народу:

*ak gözlü* (букв. з білими очима) ‘поганий на око’.

Далі ми бачимо, що під «білою вівцею» мається на увазі хороша та працююча людина, а під «чорним ягням» людина з негативними рисами. Тут чорний колір нега-тивно впливає на семантику білого кольору.

*Ak koyunun kara kuzusu da olur* (букв. у білої вівці може народитися й чорне ягня) ‘У сім’ї не без виродка’.

*Ak koyun kara koyun geçit başında belli olur* (букв. і чорна, і біла вівці пізнаються на переході) ‘Друг пізнається в біді’.

Інколи білий колір символізує порожнечу, безтілесність, смерть:

*ak sadeler giyinmek* (букв. одягнути скромне, біле вбрання) ‘опинитися на Божій постелі’, тобто померти;

*kağıt gibi bembeyaz olmak* (букв. стати білим, як папір) – ‘побіліти, як смерть’.

Ще за часів Османської імперії головнокомандувачі військ та солдати одягали на війну білу уніформу, яка вважалася символом знатного походження, проте використо-вували червоний прапор як символ вогню, кровительства, блискучості, перемоги, пишноти [7, с. 192], тому у цьому випадку турки асоціюють білий прапор з поразкою, оскільки він не несе у собі образу войовничості:

*beyaz bayrak çekmek* (букв. витягнути білий прапор) ‘капітулювати’. Антоні-мами слів *ak* та *beyaz*, як за кольором, так і за символікою, є слова *kara* та *siyah*. Чорний колір, на противагу білому, вже традиційно є кольором чогось поганого, передає смуток, печаль, тугу, траур. У такому випадку компонент *чорний* набуває

метафоричного, образного значення. Лексему *чорний* у складі фразеологізмів можемо класифікувати за такими семантичними значеннями:

1) **негативне значення**: За багатьма турецькими повір'ями чорний колір став символом страху, темноти, мовчазності, відсутності життя:

*alının kara yazısı* (букв. на його лобі чорний надпис) 'лиха доля';

*aralarından kara kedi geçti* 'між ними пробігла чорна кішка';

*bahtı kara* (букв. у нього чорна доля) 'лиха доля';

*baştan kara gitmek* (букв. від початку йти чорним шляхом, тобто не думаючи про наслідки наражатися на небезпеку) 'гратися з вогнем';

*kara kara düşünmek* (букв. мати чорні думки, тобто бути засмученим) 'неначе чорний віл на ногу наступив';

*kara sevdaya düşmek* 'страждати від нерозділеного кохання';

*kara yasa bürünmek* (букв. зануритися у траур) 'посипати голову попелом', 'опустити вуха'.

*Arap araba yüzün karadır demiş* (букв. араб каже арабу – у тебе чорне обличчя) 'У чужому оці і порошинку бачить, а в своєму і сучка недобачає'.

У турецькій мові також дуже поширеним є явище характеристики людини за допомогою чорного кольору. У такому випадку стають явними негативні моральні якості людини:

*gönlü kara* (букв. з чорним серцем) 'мати кам'яне серце';

*kara damaklı* (букв. з чорним піднебінням) 'мати мідний лоб', тобто упертий;

*kara kuru* (букв. чорний, худий) 'лантух із кістками';

*kardeş değil kara taş* (букв. не брат, а чорний камінь) 'невдячний товариш';

*kara sakız gibi yapışmak* (букв. приклеюватись, як чорна смола) 'чіплятись, як смола до чобота', 'як чорт до сухої верби';

*on parmağında on kara* (букв. усі десять пальців чорні) 'наклепник';

*yüzünü kara çıkarmak* (букв. зчорнити чиясь обличчя) 'підмочувати репутацію', 'представляти в найгірших тонах'.

2) **сила, мудрість**. У турецькій мові чорний колір інколи є символом людської міцності та хоробрості:

*gözü kara* (букв. з чорним оком) 'душа не з лопуцька', 'не з заячого пуху', тобто хоробрий.

Слід сказати, що в арабській мові слово *чорний* може позначати «мудрість та розуміння». Це пов'язано з релігією ісламу: Мекканська Кааба чорного кольору, знамено пророка Магомета також чорного кольору. Це значення збереглося і в турецькій мові:

*kara kaplı kitap* (букв. книга з чорною обкладинкою) 'кодекс законів';

*karakadı olmak* (букв. стати чорним суддею) 'стати мудрим, великим суддею';

*kara kuvvet* 'темна сила' (про релігійний фанатизм).

Фразеологічні одиниці, які ми розглянемо далі, мають компонент *червоного* кольору. Як було зазначено раніше, червоний колір у турецькій мові позначають трьома лексемами *al, kırmızı, kızıl*. Цей колір традиційно має значення збентеження, а також емоційно-забарвлене значення активності, сміливості, боротьби. Спробуємо класифікувати ці фразеологізми за такими значеннями:

1) **збентження, безлад:**

*al al olmak* (букв. стати червоним-червоним) ‘пекти раків’;

*ala bulanmak* (букв. забруднитися у червоне) ‘налитися кров’ю’, тобто розлюти-  
тися;

*al kiraz üstüne kar yağmış* (букв. сніг випав на червону черешню) кажуть про  
невидані, несподівані речі;

*kıpkırmızı kesilmek* (букв. робитися червоним, тобто розізлигтися) ‘вогнем дихати’;

*kızılca kıyamet* (букв. червонуватий день страшного суду, тобто безлад, гамір) ‘ва-  
вилонське стовпотворіння’.

2) **риси характеру людини та зовнішність.** Вважається, що червоний колір ви-  
користовується переважно, щоб передати постійні риси характеру та стан людини:

*kızıl iblis* (букв. червоний диявол, тобто погана людина) ‘сатана’, ‘бісів син’;

*kızıl divane* (букв. червоний навіжений) ‘не при своїх’;

*kızıl kafir* (букв. червоний невіруючий, тобто ненадійна людина) ‘самого чорту  
брат’;

*alı alına, moru moruna* (букв. червоне червоному, фіолетове фіолетовому) ‘кров з  
молоком’, тобто гармонійний, красивий.

Цікавим є факт, що особливість вживання компонента *червоний* у турецьких фра-  
зеологізмах полягає в тому, що переносні значення слів *kırmızı* та *kızıl* виражаються  
шляхом поєднання цих слів з тими іменниками, з якими вони не поєднуються в інших  
мовах [3, с. 172]. Тому тут ми подаємо такі фразеологізми без конкретної семантичної  
групи:

*kırmızı gömlek gizlenmez* (букв. червону сорочку не можна сховати) ‘шила в мішку  
не заховаєш’;

*kırmızı oy vermek* (досл. давати червоний голос) ‘голосувати проти’;

*kırmızı dipli mumla davet etmek* (букв. запрошувати з червоною свічкою) ‘напо-  
легливо запрошувати’;

*kırmızı kart göstermek* (букв. показувати червону картку) ‘попередити, застерігати’;

*kırmızı fener* (досл. червоний ліхтарик) ‘публічний будинок’.

Дослідивши сталі вислови, компонентами яких є кольоративи, ми можемо зро-  
бити висновок, що у турецькій мові досить образно та яскраво представлені основні  
кольори. Білий, чорний та червоний є найчастотніше вживаними кольорами у турець-  
ких фразеологізмах: цим лексемам властива образність та експресія. Як показало до-  
слідження, кожен кольоратив має національно-специфічні риси, характерні лише для  
певної мови. Відповідно, для того, щоб краще уявити національну картину світу тур-  
ків, яка передана у фразеологізмах, нам необхідно володіти фоновими знаннями. Слід  
зазначити, що при перекладі фразеологізмів із кольоративами необхідно зберігати їх  
образну основу для того, щоб якомога ближче підібрати український відповідник.

Загалом турецька фразеологія є перспективним розділом для подальших дослі-  
джень, і, на нашу думку, фразеологізми з колористичним компонентом вимагають  
глибшого та детальнішого аналізу, оскільки за допомогою них можна дізнатися  
більше про менталітет турецького народу та його історію. Саме семантичний ана-  
ліз дає можливість систематизувати знання про символічність турецьких кольорів.

У майбутніх дослідженнях можна розглядати фразеологізми з рештою колірних компонентів, які наявні у турецькій гамі кольорів. Зіставно-порівняльні дослідження, проблеми перекладу даної категорії фразеологічних одиниць є необхідними та перспективними. Окрім семантики, можна дослідити мотивацію вживання кольоративів у фразеологізмах шляхом залучення художньої літератури.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Борисова Д.Н.* К проблеме выбора термина для названия форм цветообозначения в языке / Д.Н. Борисова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 21. – С. 32 – 37. 2. *Вихованець І.Р.* Таїна слова / І.Р. Вихованець. – К., 1990. – 284 с. 3. *Каян І.Л.* Метафорично-конотативні значення назв кольорів у сучасній турецькій мові / І.Л. Каян // Мовні та концептуальні картини світу. – 2004. – Вип. 16. – С. 169 – 174. 4. *Ковальська І.В.* Колористика як перекладознавча проблема: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец.10.02.16 «Перекладознавство» / І.В. Ковальська. – К., 2001. – 19 с. 5. *Покровська І.Л.* Етнічна специфіка кольоративу білий у сучасній турецькій мові / І.Л. Покровська // Studia Linguistica. Збірник наукових праць. Випуск 5. Частина І. ВПЦ «Київський університет», – С. 106 – 109. 6. *Покровська І.Л.* Критерії класифікації фразеологізмів у працях турецьких лінгвістів / І.Л. Покровська // Сходознавство. – № 38. – К.: Ін-т сходознавства ім. А. Кримського, 2007. – С. 114 – 118. 7. *Küçük S.* Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı / S. Küçük // Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı, bilig , Sayı 54, yaz 2010. – 185 – 210 s.

### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

8. *Удовиченко Г.М.* Фразеологічний словник української мови : [у 2 т.] / Г. М. Удовиченко. – К. : Вища шк., 1984. –Т. 1 –2. 9. *Aksoy Ö.A.* Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, 1, Atasözleri sözlüğü / Ö.A Aksoy – İstanbul : İnkılap Kitabevi, 1997. – 486 s. 10. *Aksoy Ö.A.* Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, 2, Deyimler sözlüğü / Ö. A Aksoy – İstanbul : İnkılap Kitabevi, 1997. – 1205 s. 11. *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=%20com\\_atasozleri&view=atasozleri](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=%20com_atasozleri&view=atasozleri).

*Дика Л.С., магістр,  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ*

### СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТУРЕЦКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОЛОРИСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ

*В данном исследовании на материале современного турецкого языка рассматриваются фразеологизмы с колористическим компонентом. Проанализированы семантические особенности цветообозначения, выделены группы в соответствии с семантикой лексем. Большое внимание уделяется самым частотным фразеологическим единицам с компонентом белого, чёрного, красного цвета.*

*Ключевые слова:* фразеологизм, цветообозначение, семантический анализ.



## SEMANTICAL ANALYSIS OF TURKISH PHRASEOLOGICAL UNITS WITH COLOR NAME COMPONENT

*Within the present article the phraseological units with color name components are studied on the material of the modern Turkish language. The semantic features of the name of the color are analyzed, groups of phraseological units are selected in accordance with the semantics of lexical units. Special emphasis is concentrated on the most frequently used phraseological units with the component of white, black, and red color.*

**Key words:** *the phraseological unit, the name of the color, semantical analysis.*

УДК 351.851

*Доканін Ю.Л., студ.*  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

## ПІРАМІДАЛЬНІ НОВИННІ ТЕКСТИ ЯК СПОСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

*У статті проаналізовано явище української соціальної реклами в інтернет-просторі в контексті новинних повідомлень про проекти, в межах яких ця реклама була створена. Також розглянуто специфіку побудови новинного повідомлення, функціональне навантаження заголовка і першого абзацу-ліду як визначальної особливості гіпертексту та проілюстровано введення соціальної реклами в актуальний контекст на прикладі пірамідальної структури статті.*

**Ключові слова:** *соціальна реклама, інтернет-реклама, жанри реклами, гіпертекст, заголовок, лід.*

У сучасному інформаційному суспільстві особливо гостро постає питання якості інформації. В той час, як для всіх ЗМІ незмінно важливими залишаються новизна, гострота та способи подачі матеріалу, стійкою до всіх медіатенденцій та стабільною щодо своєї актуальності в інфопросторі залишається соціальна реклама.

Сутність поняття соціальної реклами пояснюється передусім за допомогою відмінних ознак цього типу рекламної діяльності від інших. У класифікації Ф. Сулягіна та В. Петрова знаходимо 2 основних різновиди реклами, що мають свої підтипи:

1. Комерційну: промислову (оптову) та торгівельну (роздрібну).
2. Некомерційну: соціальну та політичну [5, с. 13].

Сучасна російська дослідниця соціальної реклами Г. Ніколайшвілі однією з перших дала термінологічне визначення цього явища, врахувавши адаптоване розуміння американських відповідників «*public service advertising*» та «*public service announcement*». Вона розрізняє чотири підвиди соціальної реклами: некомерційну, громадську, державну, власне соціальну [4, с. 101].