

*Анотація.* У статті розглядаються образи народних героїв, які боролися за визволення людей з рабства і використовували для цього різні способи боротьби. Ці народні герої увійшли в історію як України так і Америки. Письменники часто використовували їх як головних героїв або як прототипи героїв у своїх творах.

**Ключові слова:** прототип, герой, свобода, рабство, невільник, боротьба.

*Summary.* The article deals with the images of national heroes who struggle for people's liberation from slavery and used different ways of struggle. These national heroes have gone down to history of both countries. Writers often used them as the main heroes or as prototypes in their works.

**Key words:** prototype, hero, freedom, slavery, slave, struggle.

**УДК: 81.42:163.741**

**Петровская С.С.**

## **ЗАГОЛОВОК: СЛОВО ИЛИ ПРЕДЛОЖЕНИЕ?**

В современной филологии заголовок рассматривается сразу в нескольких аспектах. Языковедами достаточно полно разработан вопрос о выразительности и функциях заглавия (например, в работах В.Г. Костомарова, В.П. Дроздовского). Успешно раскрывается также сущность заголовка как имени собственного (О.И. Фоякова). Семантические и семиотические свойства наименования наиболее глубоко представлены в работах Н.А. Фатеевой (Кожиной), В.А. Лукина.

Но нами не обнаружены работы, которые были бы полностью посвящены синтаксическому анализу заглавия, особенно заглавию художественного текста. В статье же мы можем поставить задачи, ограниченные её обычным размером и **целью** нашего исследования: попытаться установить синтаксический статус заглавия художественного текста. При синтаксическом анализе заголовка краеугольным представляется вопрос о грамматической сущности заголовка как такового – то есть можно ли считать заголовок чем-то иным, кроме предложения.

В истории исследования сложились и разные (часто противоположные) точки зрения на грамматическую сущность называемого комплекса. Так, признаков предложения в названии не усматривают Д.Н. Овсяннико-Куликовский [21, 8], позже А.Н. Гвоздев [9, 83], Н.Ю. Шведова [11, 71], Н.С. Валгина [4, 180]. Другие исследователи, решая вопрос, является ли заглавие – в любой его структурной разновидности – предложением, наоборот, относят все заголовки к категории предложения (А.М. Пешковский [22, 178], В.В. Виноградов [6, 338], Е.М. Галкина-Федорук [7, 126]), более того, настаивают на предикативной сущности заглавия. Известна также тенденция совмещать эти альтернативные мнения и разделять заглавия по их грамматической структуре: на предложения и не предложения, при этом из заглавий-предложений исключаются и им противопоставляются заглавия, выраженные существительными (что особенно важно – в разных падежах, с предлогами и без них), из-за отсутствия в них глагола, следствием чего якобы является их некоммуникативность [3, 72-79]. По причине излишне узко понимаемой предикативности, отождествляемой с глагольностью, и трактовки предложения на чисто морфологической основе (без учёта того, что в предложении многие синтаксические категории выходят за пределы морфологических) некоторые заголовки искусственно исключаются из сферы предложений. Это влечёт за собой не менее искусственное дифференцированное толкование заглавия, отсутствие единого критерия определения его грамматической природы (то на формально-грамматическом, то на функциональном основании) [15, 265].

Видимо, современная филология достигла значительно больших успехов в области изучения иных параметров текста, чем в области анализа его структурно-синтаксических характеристик. Так, например, на одной из ежегодно проводимых в Российском государственном гуманитарном университете конференций “Поэтика заглавия”, на которой предполагалось обобщить и отчасти расширить наблюдения над поэтикой заглавия, всего заголовочно-финального комплекса, не было ни одного доклада или сообщения, посвящённого его синтаксису [23]. В связи с этим вполне закономерно наше внимание к указанной проблеме, находящейся, кроме того, в русле наших исследовательских интересов в области синтаксиса. Изучение заглавия в плане его структуры (как единицы синтаксического уровня языка) – не только одна из важнейших составляющих

полномасштабного описания названия текста, но и значимый компонент описания текста в целом. Говоря о заглавиях с точки зрения широты проблематики, мы поставили бы вопрос об их синтаксисе на одно из первых мест.

Решение синтаксической судьбы заглавия до нашего времени определённо сдерживает асимметрия формы и функции заголовочной позиции, естественная в условиях его тесного единства с текстом. Только совмещая разные подходы, релевантные для лингвистического анализа текстовых единиц, и производя анализ на пересечении трёх аспектов (функционально-лингвистического, т.е. структурно-языкового; текстового, т.е. структурно-семантического; функционально-коммуникативного), мы сможем выйти на определённые результаты в описании формально-синтаксической структуры заголовка. Однако это реально лишь при условии решения главной проблемы. Весомым основанием для признания заглавия предложением должно служить не разнообразие его форм (это вопрос важный, но по своей сути вторичный), а коммуникативное предназначение первой текстовой позиции с её двойственной направленностью – одновременно внутрь текста и вовне.

Идентификацию этой позиции текста как синтаксической единицы осложняет многообразие форм её существования, что ведёт к типичной ситуации подмены сущности явления его формой. Улавливая разную степень развёрнутости, читатель воспринимает заголовок как разнообразные конструкции: как а) отдельное слово или его предложно-падежная форма, б) сочетание слов, в) словосочетание (простое/сложное), г) предложение (простое/сложное, полное/неполное).

Можно говорить и о триаде: а) заголовки-слова, б) заголовки-словосочетания, в) заголовки-предложения. Однако при профессионально заинтересованном рассмотрении выбор сужается до двух позиций: *слово – предложение*. Причина такова: то, что в дискуссиях выделяют как словосочетание, в конечном счёте – тоже слово, но слово распространённое, так как в этом состоит сущность и механизм образования любого словосочетания. По нашему мнению, доказать, что слово не может быть заглавием, – значит доказать, что любое заглавие является предложением.

Способно ли слово как единица языка, многогранные свойства которого в функциональном аспекте проецируются лишь на номинацию, оказаться в качестве сильной позиции текста и обеспечивать “выдвижение на первый план важнейших смыслов текста, <...> установление иерархии смыслов, фокусирование внимания на самом важном, усиление эмоциональности и эстетического эффекта, установление значащих связей между элементами смежными и дистанционными, принадлежащими одному и разным уровням обеспечения связности текста и его запоминаемости” [1, 23-24]? Способно ли слово в этой сильной позиции существовать с известной долей самостоятельности и обособленности, как это запрограммировано делать заглавие?

Известные теории, связывающие синтаксическую идентификацию заглавия с его функциями, могут оказать помощь в установлении синтаксической сущности заглавия. Для приближения к решению поставленной проблемы слова в качестве заглавия надо коснуться вопроса о функциональных потенциях слова как такового. Слово как основной знак языка многослойно, что характеризует прежде всего его семантическое содержание: оно замещает предмет, выступает выразителем понятия, являясь их символом или знаком (структурно и социально мотивированным), при этом обладает значением (преимущественно не одним). Основной функцией слова является его обозначающая роль (предметная отнесённость), в этом смысле оно и воспринимается как знак номинирующий, называющий. Очевидно, что номинативная функция слова всё же срабатывает при наименовании – иных объектов, не текста.

Слово используется для называния в готовом виде, воспроизводится как номинация, “этикетка” для предметов окружающей действительности, при этом творческое участие говорящего человека практически ничтожно: выбор регулируется правилами хорошей речи (в соответствии с современным учением о коммуникативных качествах хорошей речи, разработанных Б.Н. Головиным, язык – речь: правильность, богатство, чистота; речь – мышление: логичность, ясность, простота, краткость; речь – объективный мир: точность; речь – её обстановка, содержание, назначение: уместность; речь – эстетика: образность, выразительность, благозвучие) [10, 237-254]. При этом слово не обладает силой для импликации или экспликации основного замысла, идеи, концепта создателя текста [8, 133]. Производя выбор слова для называния предметов окружающей действительности, мы не возвращаемся в эту точку речи для их переименования, что часто встречается при именовании текста, на разных этапах создания существующего подчас вовсе без названия или с рабочим названием, подвергающегося корректировке под влиянием изменения замысла писателя, концепции произведения (“шёл в комнату, попал в другую”) или обычной работы над формой.

Слово не может репрезентировать текст в качестве его тезиса – как это происходит с названием [8, 133]. Связность ожидания [14], присущая заглавию, выполняющему прогностическую роль, базируется не на системно-семантических связях слова в лексической системе, а практически на

всём читательском словаре, его собственной “таблице знаний” [17, 93]. Заглавие становится компрессированной формой речи, конденсатом текстовой информации, определяя его важнейшую сюжетную линию и указывая на его главный конфликт [20, 168]. Интегрируя текст как структуру и как источник информации в единое целое, название не имело бы такой текстообразующей силы, будь оно словом, ибо в слове подобные параметры изначально не заложены. Не заложены в слове и те свойства, которыми заглавие обогащается от подтекста. Номиналирующему слову как единице языка безразличны культурные и интертекстуальные связи с иными текстами, вне которых немислимо произведение художественной литературы.

Слову не дано, как это присуще заголовку, служить опорной точкой, указывающей на наиболее важную для читателя текстовую информацию, сегментировать текст, облегчая его восприятие.

Слово по своей природе не зависит от воли человека, называющего этим словом что-либо, выбор же заголовка зависит и от автора текста, и от общества, в котором создается текст и которому он адресован. Расшифровка текста через заголовок и заголовок через текст, которая происходит при восприятии текста (и заголовка!) читателем также накладывает на его функции определённый слой: не случайно говорят о роли читателя в смыслообразовании художественного текста.

Слово, будучи в иерархическом измерении системы речи дотекстовой единицей, просто не приспособлено (ввиду системно ограниченного потенциала своей семантической структуры) для выполнения задач более высокого ранга – связанных с архитектурными свойствами текста. Текст как целостная единица интегрирует функционирование единиц низших структурных ярусов, которые, взаимодействуя, образуют этот единый речевой феномен; создавая информативно завершённое, цельное построение, текст подпитывается силами своих структурных компонентов. Но выдвижение слова – единицы подчинённого уровня, дотекстовой – в качестве репрезентативной позиции текста (речевой единицы синтаксиса) не укладывается в логику взаимоотношений целого и его части. Слово выступает как один из строевых компонентов текста, но не его сущностная часть. Заглавие же порождается содержанием и формой текста, и своеобразная позиция заглавия относительно всего текста легитимизирует его функцию как коммуникативной единицы. Реализованный в системе синтаксических единиц, текст естественно и логично выдвигает синтаксическую же единицу на особую, авангардную позицию – озаглавить, назвать.

Выполняя номинативную функцию, слово (одиночное или распространённое до словосочетания) не содержит относительно законченного сообщения, что могло бы относить смысл в тот или иной объективно-модальный и временной план [24, 80].

Примирающим указанные разные (по сути, взаимоисключающие) точки зрения относительно способности слова озаглавливать текст может показаться утверждение Н.А. Фатеевой (Кожинной) о том, что название “вступает с текстом художественного произведения в два категориальных отношения: номинации (служит именем собственным текста) и предикации (образует высказывание о тексте)” [16, 21]. Т.е. заглавие художественного текста – это “номинативно-предикативная единица текста, которая находится в специальной функционально закреплённой позиции и служит одновременно именем художественного произведения и индивидуально-авторским высказыванием о нём” [16, 10]. Но вряд ли предикативность (как грамматический признак предложения) исключает или замещает номинативность (относящуюся к области функции). Н.А. Фатеева считает, что по содержанию заглавие “стремится к тексту как пределу, а по форме – к слову” [16, 21]. Эта ёмкая и образная формула, отражающая специфику содержательного плана отношений текста и его заглавия и восходящая к замечанию И.Р. Гальперина о том, что название проспективно выполняет по отношению к целому тексту тематическую функцию (номинация), ретроспективно – рематическую (предикация) [8], вряд ли тем не менее претендует на точную синтаксическую интерпретацию формы заголовка.

В.А. Лукин, усматривающий в тексте “множество осязаемых знаков” [19, 89], считает, что “текст состоит не из тех же знаков, из которых он создаётся. Если бы это было не так и можно было бы думать, что текст как строится, так и состоит из морфем, лексем, идиом, словосочетаний, предложений, то логично было бы ожидать полного успеха от применения морфологического, лексического и синтаксического анализа. Но потому-то и возникли лингвистика текста и теория текста, что их объект обладает особой природой <...>. Текстовые знаки <...> по форме выражения могут совпадать с языковыми, но их значение и функции в тексте принципиально иные” [19, 59]. При таком подходе к тексту становится безразличным синтаксический (и вообще формальный) статус заголовка. “По своему знаковому статусу заголовок сближается с именем собственным” [19, 59]. По мнению В.А. Лукина, в этом смысле знак (нечто условно-индексальное) воспринимается как слово со всей его многослойностью – воплощаясь ли в одном слове, распространённом ли до словосочетания, получивший ли предикацию. Текстовый знак индифферентен к синтаксической форме, поэтому вопрос о ней просто не встаёт.

Традиционно проблема синтаксической интерпретации заголовка неизменно связывались с другим важнейшим вопросом: насколько самостоятельна эта часть текста. Хотя, видимо, ответ на один вопрос не даёт решения для второго вопроса. В самом деле: пусть заглавие несамостоятельно, можно ли предположить тогда, что оно воплощается в какой-то единице, структурно не присутствующей в тексте? То есть куда важнее в этой плоскости проблема структурно-грамматических компонентов текста. “Любой текст – разнофункциональный и разномодальный – это прежде всего совокупность предложений-высказываний, которые, группируясь на основе смысловых и структурных (межфразовых) связей, объединяются в единицы текста – межфразовые единства, компоненты или фрагменты текста, наконец, целое речевое произведение” [5, 27]. Если, наоборот, исходить из предельной самостоятельности заголовка, вопрос его синтаксического статуса также не проясняется: почему в конструктивной части текста (одной-единственной – в заглавии) появляется единица, меньшая элементарной конструктивной единицы – предложения-высказывания?

В литературе встречается и позиция, повышающая, на первый взгляд, статус заголовка в синтаксическом измерении. Так, в некоторых исследованиях недавнего времени (см., например: [13]) утверждается, что заголовок не тождественен ни слову, ни словосочетанию, ни предложению, а является равноправным в ряду таких частей текста, как вводная часть, основной текст, вывод и конечная часть. Данная мысль находит своё развитие в актуальной и интересной статье Л.Ф. Грицюк, где, критикуя желание лингвистов (вполне законное, на наш взгляд) связывать проблему структуры заголовка с традиционным синтаксисом и рассматривать его характеристики и свойства на собственно лингвистическом уровне, который якобы ограничивает выбор языковых единиц в роли заголовка, исследователь предлагает воспринимать заголовок в пределах суперсинтаксиса [12, 56]. Стремление встроить заголовок в систему синтаксиса текста само по себе представляется совершенно корректным, однако утверждение о том, что “заголовок формируется как конденсат смысла текста и, как следствие, выступает его компрессированным нераскрытым смыслом, из чего вытекает, что он соотносится с целостной единицей языка – текстом, а не с какой-либо его частью” [12, 56], логически мало что даёт для осознания позиции заголовка именно в синтаксической иерархии. Тем более это не означает, что “заголовок не может иметь статуса предложения” [12, 56]. По нашему глубокому убеждению, поиск подлинного места заголовка в параметрах его значимости в тексте не требует подмены синтаксических понятий функционально-смысловыми (при этом придётся считать не концептуальным положением, а простой оговоркой автора замечание о том, что текст – это единица языка). Рассуждая в рамках реального триединства единиц языка (*словосочетание, простое предложение, сложное предложение*), текст – ввиду его неспособности воспроизводиться, что обязательно для единиц языка, – следует признать одной из четырёх единиц речи (но не языка). С другой стороны, даже если заголовок, “смысловые характеристики которого адекватны смысловым характеристикам всего текста” [12, 56], выступает как “функционально-смысловой элемент – сегмент членения языкового (*читай: речевого – С.П.*) потока” [12, 56], ему ничто не мешает оформлять этот смысл и функцию в виде синтаксической единицы, что и происходит на самом деле и воспринимается даже неискущённым взглядом обычного читателя. И далее: “Естественно предположить, что таким сегментом может выступать лишь единица суперсинтаксического (текстового) статуса, рангом ниже целостного текста”. Тем неожиданнее вывод из сказанного в статье: “Причём этот статус не утрачивается заголовком и в том случае, когда он формально представлен предложением, словосочетанием и даже одним словом” [12, 56].

Внешняя (номинативная) функция заголовка (имени текста), выполняемая им при восприятии и идентификации текста, перетекает в коммуникативную – как только происходит переключение в содержательный план и проявляется информация, в той или иной мере присущая всякому заглавию текста. Заголовок приобретает силу особого типа высказывания [25]. Внутренняя, порождённая глубинной связью с текстом коммуникативная природа заголовка преобразует его, наполняет подлинной силой предикативной единицы. “Предикативность есть функция сообщения и противопоставлена функции называния” [18, 72]. По словам Н. Д. Арутюновой, “субъект принадлежит миру, а предикат – мышлению о мире. «Чудо» предложения как раз в том и состоит, что в нём достигнут некоторый синтез категорий мышления и элементов объективной реальности, установлена связь между миром и человеком” [2, 378]. Слова и различные по форме конструкции преобразуются в предложения со свойственными им предикативностью и коммуникативной интенцией, объединяя акт номинации, процесс предикации и коммуникацию, то есть становятся не просто именами, а единицами сообщения, передающими определённую информацию.

Качества заголовка, позволяющие интерпретировать его как номинативную единицу, приобретают в нём более сложный характер и в конечном счёте отходят на второй план (чего не происходит ни в слове, ни в словосочетании), уступая приоритетное место функции комму-

никативной, благодаря которой заголовок, в частности, способен репрезентировать весь текст в целом.

Анализ заглавия как синтаксической конструкции приобретает черты адекватности лишь при условии полного соотнесения его с текстом в функционально-семантическом плане, когда текст неразрывно связан с заголовком, а заголовок – с текстом. Называющая текст конструкция, вне зависимости от структурных особенностей, будучи неотъемлемой частью текста, приобретает свойства единицы общения.

В связи с этим нам кажется упрощённым мнение о том, что заглавие существует и способно реализовать все свои специфические функции в форме более низкого конструктивно-семантического и текстообразующего ранга, чем предложение. Наши размышления относительно синтаксической функции заголовка станут более убедительными при дальнейшей разработке проблемы – через характеристику разных типов заголовочных предложений.

#### Список использованных источников

1. Арнольд И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И. В. Арнольд // Иностранные языки в школе. – 1978. – № 4. – С. 23-31.
2. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 383с.
3. Бахарев Н.Е. Общие тенденции и некоторые закономерности структурно-функционального развития газетных заголовков / Н.Е. Бахарев // Русское и зарубежное языкознание – Алма-Ата : Казах. гос. ун-т. – 1970. – Вып. 4. – С. 72-79.
4. Валгина Н.С. Современный русский язык: Синтаксис / Н.С. Валгина. – М. : Высш. шк., 2003. – 416 с.
5. Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с.
6. Виноградов В.В. Из истории изучения русского синтаксиса (от Ломоносова до Потемни и Фортунатова) / В.В. Виноградов. – М. : Изд-во МГУ, 1958. – 400 с.
7. Галкина-Федорук Е.М., Горшкова К.В., Шанский Н.М. Современный русский язык. Синтаксис / Е. М. Галкина-Федорук, К.В. Горшкова, Н.М. Шанский. – М. : Учпедгиз, 1958. – 198 с.
8. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 138 с.
9. Гвоздев А.Н. Современный русский литературный язык. Ч. 2: Синтаксис / А. Н. Гвоздев. – М. : Просвещение, 1958. – 301 с.
10. Головин Б. Н. Основы культуры речи / Б.Н.Головин. – М. : Высш. шк., 1988. – 318 с.
11. Грамматика русского языка: В 2 т. – М. : Изд-во АН СССР, 1952-1954. Т. 2, ч. 2. – 444 с.
12. Грицюк Л.Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – 1989. – №5. – С. 55-58.
13. Дресслер В. Синтаксис текста / В. Дресслер // Новое в зарубежной лингвистике. – 1978. – Вып. 8. – С. 111-137.
14. Євграфова А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А. О. Євграфова // Стиль і текст. – 2003. – № 4. – С. 141– 149.
15. Коваленко А. Н. К вопросу о лингвистическом статусе журнального заголовка (на материале современной англоязычной прессы) / А. Н. Коваленко // Філологічні науки. – Суми : СумДПУ, 2008. – С.262-269.
16. Кожина Н. А. Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Н. А. Кожина. – М., 1986. – 20 с.
17. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 188 с.
18. Ломтев Т. П. Предложение и его грамматические категории / Т. П. Ломтев. – М. : Изд-во МГУ, 1972. – 197с.
19. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа / В. А. Лукин. – М. : Изд-во “Ось-89”, 1999. – 192 с.
20. Николина Н. А. Филологический анализ текста / Н. А. Николина. – М. : Академия, 2003. – 256 с.
21. Овсяннико-Куликовский Д. Н. Синтаксис русского языка / Д. Н. Овсяннико-Куликовский. – СПб : Изд. Д. Е. Жуковского, 1912. – 322.
22. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – М. : Учпедгиз, 1956. – 511 с.
23. Поэтика заглавия: Сборник научных трудов / Редакторы-составители: А.Н.Андреева, Г.В. Иванченко, Ю.Б.Орлицкий. – М.; Тверь : Лилия Принт, 2005. – 336 с.
24. Русская грамматика: В 2 т. – М. : Наука, 1980. – Т. 2: Синтаксис. – 709 с.
25. Турчинская Э. И. Заголовок как особый тип высказывания / Э. И. Турчинская. // Сб. науч. тр. / Моск. пед. ин-т иностр. яз. – М., 1986. – Вып. 267. – С. 97-116.

*Анотація.* До нашого часу накопичено багатий матеріал, де заголовок представлено у різних аспектах. Однак продовжуються дискусії щодо властивостей і характеристик цієї позиції тексту. Особливо гострим видається питання про синтаксичний статус заголовка. Статтю присвячено заголовку у формально-синтаксичному плані. Зроблено спробу довести, що будь-яка назва художнього тексту є реченням.

*Ключові слова:* назва тексту, синтаксичні одиниці, мовленнєві одиниці, речення, слово, словосполучення, структура тексту, сильна позиція.

*Summary.* We own a rich language material, where the heading is shown in different aspects. However, discussions are still held concerning the behavior and characteristics of this text position. The most interesting question is that concerning the syntactic status of the heading. The article is dedicated to the formal and syntactic plane of the heading. We have tried to prove that any title or heading can be considered a sentence.

*Key words:* text name, syntactic units, speech units, sentence, word, word-combination, text structure, strong position.

**УДК 811.161.1.2.001.11**

**Півторак Л. А.**

## **ВІДТВОРЕННЯ НЕПРЯМИХ КОЛОРАТИВІВ У ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДІВ ТВОРІВ Ф.Г. ЛОРКИ ТА Е.А. ПО)**

Проблема перекладу колоративної лексики пов'язана передусім з лінгвокультурологічною специфікою мов, що беруть участь у процесі перекладу. Проблемі перекладу кольорознав присвячено один з розділів монографії У. Еко, де відомий дослідник намагається пояснити специфіку перекладу колоративів з латинської та давньогрецької мов [5: 426-439]. При цьому У.Еко говорить про метафоричне мислення античних авторів, що дозволяло використовувати настільки специфічні лексеми для найменування відтінків одного кольору, що сучасному реципієнтові майже не можливо зрозуміти, про які кольори йдеться. Якщо “основні” колірні лексеми більшою мірою мають відповідники у всіх мовах індоєвропейської сім'ї, то непрямі кольороназви, що виникли на основі асоціативних семантичних зв'язків, завдають певних труднощів перекладачеві, що й зумовлює *актуальність нашої статті*.

Дослідженню відтворення семантики колоративів у перекладі присвячено дисертаційну роботу І.В.Ковальської, виконану на матеріалі української та англійської мов. Увагу звернено на специфіку перекладу колірних лексем і фразеологічних одиниць, що містять колірний компонент. Дослідниця вказує, що переклад колоративів здебільшого не викликає проблем, тому що колірна характеристика є універсальною для української та англійської мов. Але колоративи метафоричного типу вимагають іншого перекладознавчого підходу. Тут можна використати покомпонентний переклад, який “створює подібний за змістом і стилістичними якостями словесний образ та зумовлюється близькістю метафоричних значень, асоціативних зв'язків і особливостей сполучуваності колірних лексем”, однак навіть цей підхід “не забезпечує адекватності відтворення, якщо кольоропозначення мови перекладу не містить конвергентних конотативних сем, особливо значущих для створення образу оригіналу, або якщо експресивний ефект зумовлено переважно формально-звуковим аспектом образу” [3: 14].

Інший підхід до перекладу колірної лексики полягає в тому, що змінюються акценти щодо основного колірного компонента лексеми в бік збільшення або зменшення. Такі додаткові компоненти компенсують відсутні семантики, що не входять до відповідника мови-сприймача. Необхідність вилучення колірної лексеми або колірного компонента, на думку І.В. Ковальської, не спричиняє серйозних семантико-стилістичних втрат, якщо йдеться про переклад колірних метафор [3: 15], тому що вони замінюються адекватними авторськими тропами.

Якщо найменування основних кольорів практично не викликають проблем під час перекладу, то непрямі, які по суті є метафорами, вимагають від перекладача певного образного мислення і з поетичних здібностей. У таких випадках необхідно не лише буквально відтворити колірну метафору, а подати або відповідник з іншої мови, або віднайти власний колоратив метафоричного типу, що більшою мірою передасть авторську ідею. Крім того, проблеми виникають і під час перекладу колірних фразеологізмів, що не завжди мають відповідники.