



## SUMMARY

The relevance of the research is determined by the integration of phraseological theory with discourse studies, which makes it possible to reveal the role of stable word combinations as constructions characterized by the unity of form and meaning in the structure of texts of various genres. Among them, news articles on economic topics, designed to influence the audience, occupy an important place. The involvement of the cognitive-rhetorical approach, aimed at identifying patterns of action on readers, makes it possible to highlight new facets of the functioning of English phraseological units on the material of economic discourse. Translation of phraseological units causes serious difficulties. A significant number of mistakes that translators make when transferring phraseological units indicates that the problem is quite acute. Therefore, the translation of phraseological units is given a lot of attention in linguistic research. However, the topic is still relevant, as there are still many issues, one of which is the issue of adequate translation of English phraseology in British and American economic discourse into Ukrainian.

The object of the study is phraseology of the modern English language. The subject of the study is the peculiarities of the functioning and translation of English phraseological units in modern economic discourse. The purpose of the work is to investigate the peculiarities of the functioning and translation of English phraseological units in modern economic discourse. The purpose of the study involves solving the following tasks: to analyze the approaches of scientists to the definition of the concept of "phraseological unit"; to define and generalize system-linguistic and functional approaches to the study of English idioms; to trace the peculiarities of the use of phraseological units in British and American modern economic discourse; to investigate structural features, textual functions and methods of translation of English phraseological units.

## АНОТАЦІЯ

Актуальність дослідження визначається інтеграцією фразеологічної теорії з дискурсознавством, що дає змогу виявити роль сталих словосполучень як конструкцій, котрі відзначаються єдністю форми і значення, у структурі текстів різних жанрів. Середі них важливе місце посідають новинні статті економічної тематики, призначені для впливу на аудиторію. Залучення когнітивно-риторичного підходу, спрямованого на виявлення закономірностей дії на читачів, уможливорює висвітлення нових граней функціонування фразеологізмів англійської мови на матеріалі економічного дискурсу. Переклад фразеологічних одиниць викликає серйозні труднощі. Значна кількість помилок, яких припускаються перекладачі при передачі фразеологізмів, свідчить про те, що проблема є досить гострою. Тому перекладу фразеологічних одиниць приділяється чимало уваги в лінгвістичних дослідженнях. Проте тема є досі актуальною, оскільки залишається ще чимало проблемних питань, одним із яких є питанням адекватного перекладу англомовних фразеологізмів в британському й американському економічному дискурсі українською мовою.

Об'єктом дослідження є фразеологізми сучасної англійської мови. Предметом дослідження є особливості функціонування й перекладу англомовних фразеологізмів в сучасному економічному дискурсі. Мета роботи – дослідити особливості функціонування й перекладу англомовних фразеологізмів в сучасному економічному дискурсі. Мета дослідження передбачає вирішення таких завдань: проаналізувати підходи науковців до визначення поняття «фразеологічна одиниця»; визначити й узагальнити системно-мовні й функціональні підходи до вивчення англійських фразеологізмів; простежити особливості вживання фразеологічних одиниць у британському та американському сучасному економічному дискурсі;

дослідити структурні особливості, текстові функції та способи перекладу англомовних фразеологічних одиниць.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	9
1.1. Поняття та ознаки фразеологічної одиниці.....	9
1.2. Системно-мовні підходи до вивчення англійських фразеологізмів .....	21
1.3. Функціональні підходи до вивчення фразеологізмів англійської мови ...	28
1.4. Труднощі перекладу англомовних фразеологізмів.....	39
Висновки до Розділу 1 .....	47
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ Й ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	48
2.1. Вживання фразеологічних одиниць у британському та американському сучасному економічному дискурсі .....	48
2.2. Структурні особливості та способи перекладу англомовних фразеологічних одиниць.....	61
2.3. Текстові функції фразеологізмів .....	69
2.4. Способи перекладу фразеологізмів в економічних текстах.....	81
Висновки до Розділу 2 .....	94
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	96
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	98

## ВСТУП

**Актуальність дослідження** визначається інтеграцією фразеологічної теорії з дискурсознавством, що дає змогу виявити роль сталих словосполучень як конструкцій, котрі відзначаються єдністю форми і значення, у структурі текстів різних жанрів. Серед них важливе місце посідають новинні статті економічної тематики, призначені для впливу на аудиторію. Залучення когнітивно-риторичного підходу, спрямованого на виявлення закономірностей дії на читачів, уможливорює висвітлення нових граней функціонування фразеологізмів англійської мови на матеріалі економічного дискурсу. Переклад фразеологічних одиниць викликає серйозні труднощі. Значна кількість помилок, яких припускаються перекладачі при передачі фразеологізмів, свідчить про те, що проблема є досить гострою. Тому перекладу фразеологічних одиниць приділяється чимало уваги в лінгвістичних дослідженнях. Проте тема є досі актуальною, оскільки залишається ще чимало проблемних питань, одним із яких є питанням адекватного перекладу англомовних фразеологізмів в британському й американському економічному дискурсі українською мовою.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Магістерська робота пов'язана з проблематикою наукової теми кафедри германської філології та перекладознавства «Проблеми лексико-граматичної семантики, прагматики та стилістики в когнітивно-дискурсивній парадигмі».

**Об'єктом дослідження** є фразеологізми сучасної англійської мови.

**Предметом дослідження** є особливості функціонування й перекладу англомовних фразеологізмів в сучасному економічному дискурсі.

**Мета роботи** – дослідити особливості функціонування й перекладу англомовних фразеологізмів в сучасному економічному дискурсі.

**Мета дослідження** передбачає вирішення таких завдань:

1) проаналізувати підходи науковців до визначення поняття

«фразеологічна одиниця»;

- 2) визначити й узагальнити системно-мовні й функціональні підходи до вивчення англійських фразеологізмів;
- 3) простежити особливості вживання фразеологічних одиниць у британському та американському сучасному економічному дискурсі;
- 4) дослідити структурні особливості, текстові функції та способи перекладу англійських фразеологічних одиниць.

**Матеріалом** дослідження слугували 200 англійських фразеологізмів, вжиті у статтях економічного змісту з періодичних видань Великої Британії та США, а саме: «The Times», «The Guardian», «The Washington Post», «Newsweek».

**Методи** дослідження визначаються метою та завданнями роботи, що зумовили застосування комплексного аналізу з залученням загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. З-поміж загальнонаукових методів індуктивний аналіз залучено для класифікації текстів; кількісний аналіз задіяно для верифікації отриманих результатів. Спеціальні лінгвістичні методи містять компонентний, лінгвокогнітивний, риторичний і контекстуально-інтерпретаційний аналіз сталих виразів. Метод компонентного аналізу призначений для семантично-когнітивної класифікації фразеологізмів, виокремлених шляхом суцільної вибірки з англійських журнальних статей. Метод лінгвокогнітивного аналізу спрямований на встановлення єдності форми і значення досліджуваних одиниць. Метод риторичного аналізу застосовано для встановлення закономірностей відбору й функціонування сталих виразів у журнальних статтях згідно з канонами текстобудови, які містять інвенцію (вибір теми), диспозицію (лінеаризація змісту), елокуцію (ословеснення задуму), перформацію (поширення структурованого й вербалізованого змісту). Метод контекстуально-інтерпретаційного аналізу використано для виявлення текстових функцій фразеологізмів і встановлення створюваних ними ефектів.

### **Положення, що виносяться на захист :**

1. Фразеологізм – це стійке поєднання слів з ускладненою семантикою, що не утворюються відповідно до структурно-семантичних моделей змінних поєднань, тобто це сталий вираз чи поєднання слів, яке вноситься в мову в готовому вигляді і не може вживатися в самостійному значенні. Під стійкістю фразеологічної одиниці розуміють міру, ступінь семантичної неподільності, загальності компонентів. Стійкість органічно пов'язана з ідіоматичністю, тобто із суттю неподільного фразеологізму.

2. Семантичний підхід до вивчення ФО полягає у створенні семантичної типології й виокремленні специфічних властивостей значення різних класів фразеологізмів. Фразеологічні сполучення (ФС) є одиницями, у складі яких одне зі слів уживається в переносному значенні і може замінюватися синонімом, тобто лексичне значення кожного з компонентів легко визначається. Фразеологічні єдності (ФЄ) тлумачаться як утворення з цілісною семантикою, умотивованою злиттям значень складників. Фразеологічні зрощення (ФЗ), або ідіоми, є невмотивованими і непрозорими одиницями, семантика яких не виводиться зі значень складників, і відзначається високим рівнем експресивної забарвленості.

3. Уживання ФО в англомовних економічних статтях підпорядковується п'яти риторичним канонам текстобудови, які утілюють інтегральну програму «трансформації» ідеї у слово: інвенції як винайденню задуму; диспозиції, тобто послідовній лінеаризації змісту; елокуції, або мовній орнаментации; запам'ятовуванню й відтворенню.

**Наукова новизна.** Новизною відзначаються виявлені в англомовному економічному дискурсі текстові функції досліджуваних одиниць : характеристична, наслідково-причинова, емфатична, контрастивна. Розкрито акцентувальну роль фразеологізмів в англомовному економічному дискурсі, спрямовану на увиразнення значущих аспектів змісту статей.

Результати дослідження можуть бути використані як допоміжний матеріал у підготовці до занять з лексикології, основ перекладознавства,

практики перекладу, у спецкурсах із дискурсології, когнітивної лінгвістики, медіалінгвістики, функціональної лінгвістики, у науково-пошуковій роботі студентів, що визначає **практичне значення дослідження**.

**Апробація роботи.** Результати роботи обговорювалися на X Міжнародній науково-практичній конференції «Challenges in Modern Science», 16-18 листопада 2022 р. Вашингтон, США. За результатами обговорення опубліковано тези «Парадигмальна організація англомовних статей економічного змісту» у збірнику матеріалів конференції.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Основний зміст дослідження викладено на 94 с. Повний обсяг дослідження – 100 с.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та конкретні завдання дослідження, його наукову новизну, теоретичне значення та практичну цінність, визначено матеріал, джерела дослідження, його методи.

У **першому розділі** висвітлено теоретико-методологічну базу роботи та встановлено особливості функціонування фразеологізмів в сучасному економічному дискурсі.

У **другому розділі** досліджуються структурні особливості, текстові функції та способи перекладу англомовних фразеологічних одиниць.

У **загальних висновках** підбито підсумки дослідження.

**Перелік використаних джерел** охоплює 74 позиції, 21 з них – ілюстративний матеріал.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

## 1.1. Поняття та ознаки фразеологічної одиниці

Словниковий склад мови включає не лише слова, а й стійкі поєднання слів, які також слугують засобом вираження понять. Такі словосполучення називають фразеологічними одиницями (ФО).

У мовознавстві поняття «фразеологія» вживається у двох значеннях:

- 1) розділ мовознавства, наука про фразеологізми;
- 2) сукупність фразеологізмів та ідіом мови .

Фразеологія – надзвичайно складне явище, вивчення якого вимагає свого методу дослідження, а також використання даних інших наук: лексикології, граматики, стилістики, фонетики, історії мови, історії, філософії, логіки і країнознавства. Думки лінгвістів з низки проблем фразеології розходяться, і це цілком природно. Проте, важливим завданням лінгвістів, що працюють в царині фразеології, є об'єднання зусиль і знаходження спільних точок зору в інтересах, як власне теорії фразеології, так і перекладознавства.

Як самостійна лінгвістична дисципліна фразеологія виникла порівняно недавно, а саме в в 40 -х р. ХХ ст. «Предмет і завдання, обсяг і методи вивчення її ще недостатньо чітко визначені, не отримали повного висвітлення» [2, с. 38]. На думку В. Конькова найменше розроблені проблеми особливостей фразеологізмів у порівнянні з вільними словосполученнями, класифікації фразеологічних одиниць та співвідношення їх з частинами мови тощо. У мовознавців не склалося єдиної думки про те, що таке фразеологізм, немає, отже, і єдності поглядів на склад цих одиниць у мові.

Одні дослідники (Л. Сміт, В. Жуков, В. Телія, Н. Шанський та ін.)

включають до складу фразеології стійкі поєднання, інші (Н. Амосова, А. Бабкін, А. Смирницький та ін.) – тільки певні групи. Так, деякі лінгвісти не включають в розряд фразеологізмів прислів'я, приказки та крилаті слова, вважаючи, що вони за своєю семантикою та синтаксичною структурою відрізняються від фразеологічних одиниць.

До завдань фразеології як лінгвістичної дисципліни входить всебічне вивчення фразеологічного фонду тієї чи іншої мови. Важливими аспектами дослідження цієї науки є: стійкість фразеологічних одиниць, системність фразеології і семантична структура фразеологічних одиниць, їх походження та основні функції. Особливо складною галуззю фразеології є переклад фразеологічних одиниць, що вимагає чималого досвіду в сфері дослідження цієї дисципліни. Фразеологія розробляє принципи виділення фразеологічних одиниць, методи їх вивчення, класифікації та фразеографії – опису в словниках.

Фразеологія користується різними методами дослідження [4, с. 76].

На базі існуючих у мовознавстві методів дослідження розробляються «власне фразеологічні прийоми аналізу та опису»:

1) метод ідентифікації – встановлення тотожності слів і синтаксичних конструкцій, які утворюють фразеологізми, з їх вільними аналогами;

2) метод аплікації, що є різновидом методу ідентифікації, метод обмежений у виборі змінних, що встановлює відмінні структурно-семантичні особливості фразеологізму від сполучень, утворених відповідно до регулярних закономірностей вибору і комбінації тощо.

Фразеологія пропонує різні типи класифікацій фразеологічного складу мови залежно від властивостей фразеологізмів і методів їх дослідження. Утворення фразеологізмів послаблює протиріччя між потребами мислення і обмеженими лексичними ресурсами мови. У тих же випадках, коли у фразеологізмів є лексичний синонім, вони зазвичай розрізняються в стилістичному відношенні [8, с. 52].

Англійський фразеологічний фонд – складний конгломерат

споконвічних і запозичених фразеологізмів з явним переважанням перших . У деяких фразеологізмах зберігаються архаїчні елементи – представники попередніх епох.

Питання про фразеологію як лінгвістичну дисципліну було вперше поставлено видатним радянським лінгвістом О. Полівановим, який неодноразово повертався до цієї проблеми і стверджував, що лексика вивчає індивідуальні лексичні значення слів, морфологія – формальні значення слів , синтаксис – формальні значення словосполучень. Най його думку , виникає потреба в особливому розділі, який був би співмірний з синтаксисом, але в той же час розглядав не загальні типи, а індивідуальні значення окремих словосполучень. Цей розділ мовознавства , як і сукупності досліджуваних в ньому явищ , О. Поліванов назвав фразеологією та відмітив, що для даного значення пропонується й інший термін – ідіоматика [7, с. 99].

Праці В. Виноградова сприяли появі безлічі робіт з фразеології різних мов. Таке накопичення систематизованих фактів – одна із передумов виникнення фразеології як лінгвістичної дисципліни.

Розроблена в семантиці теорія лексичного значення допомагає виявленню семантичної специфіки фразеологізмів і виділення різних типів значення в сфері фразеології. Слово в складі фразеологізмів не завжди втрачає свої морфологічні особливості , морфологія допомагає встановити, що втрачено, а що збереглося. До складу фразеології входять звороти різних структурних типів, зокрема фразеологізми зі структурою словосполучення і речення. Дані синтаксису дуже важливі для виявлення граматичної специфіки цих зворотів, їх граматичної структури і функцій. Слову в складі фразеологізму властивий певний фонетичний вигляд, але в процесі розвитку він може і змінюватися. І в тому, і в іншому випадку дані фонетики не можна не враховувати. Стилiстичний потенціал фразеологізмів , особливо ідіоматизмів і ідіофразеоматизмів, дуже значний. У їх значенні висока питома вага коннотативного аспекту .

Фразеологічна стилістика, що вивчає стилістичні можливості

фразеологізмів, спирається на досвід лексичної стилістики, зокрема, в розробці деяких стилістичних прийомів. Дані історії мови і етимології важливі при етимологічному аналізі фразеологізмів. Об'єкт фразеології настільки складний і специфічний, що вивчення його дає нові дані, які поповнюють зазначені вище дисципліни.

Фразеологія збагачує лексикологію інформацією про зміни, яких зазнають слова в складі фразеологічних одиниць, а лексичну стилістику – даними про узагальнені стилістичні особливості фразеологізмів, а також дає додаткову інформацію до багатьох розділів загального мовознавства. Аналіз фразеологічного матеріалу дуже важливий для лінгвокраїнознавства. Слід відзначити широке використання фразеологічного матеріалу в книзі О. Верещагіна і В. Костомарова, які підкреслюють, що низка фразеологізмів містять у своїй семантиці національно-культурний компонент – або є синхронними, з позицій сучасного мовної свідомості, або діахронними, тобто з огляду на зв'язок з національною культурою словосполучення-прототипу.

Українська фразеологія пройшла свій шлях розвитку, який можна поділити на такі етапи:

– етап обґрунтування базових понять фразеології та опису стилістичного вживання фразеологізмів у художніх текстах (50-60 рр. XX ст.);

– етап структурно-семантичного опису фразеології і систематизації фразеологічного матеріалу за структурою, семантикою, граматичними та стилістичними параметрами (70-80 рр. XX ст.)

– етап функціонального вивчення фразеології (90 рр. XX ст. – XXI ст.) [9, с. 12].

У 50 роки XX ст. фразеологізми вивчаються паралельно з лексикою або на матеріалі художньої літератури, причому основу цих досліджень складають прислів'я, приказки, афоризми, порівняння, які включені до фразеологічних одиниць. Наприкінці 60-х рр. XX ст. у Харківському

університеті під керівництвом професора Ф. М. Медведєва було засновано перший в Україні науковий центр дослідження української фразеології, що сприяло формуванню Харківської фразеологічної школи, яскравими представниками якої стали Л. Авксентьєв та В. Ужченко [9, с. 19]. Початок 70-х рр. ХХ ст. характеризується не лише зростанням кількості виданих статей і монографій, захищених дисертацій, присвячених дослідженню особливостей семантики ФО, а й новими підходами у висвітленні проблем фразеології і подальшої розробки проблеми фразеологічної усталеності (Л. Авксентьєв, М. Алефіренко, Я. Баран, Л. Скрипник). Третій період в історії вивчення фразеології в Україні збігається зі здобуттям Україною незалежності. З 90-х рр. ХХ ст. починається комплексне дослідження фразеології у прагматичному, культурологічному, ідеографічному, ономазіологічному аспектах із залученням досягнень гуманітарних наук (Ю. Прадід, В. Ужченко). Англійська фразеологія досліджується українськими лінгвістами у рамках контрастивної фразеології на чолі з Роксаляною Зорівчак і Богданом Ажнюком, фразеографії (К. Баранцев) та порівняльної типології мов у працях Ілька Корунця. І. Корунець залучає структурно-семантичний, прагматичний, функціонально-стилістичний підходи до вивчення фразеологізмів у англійській мові [10, с. 195]. Більша ж частина дослідження Р. Зорівчак присвячена фактичному аналізу типових засобів відтворення при перекладі семантико-стилістичних функцій фразеології оригіналу, а Б. Ажнюк вивчає англійську фразеологію через призму рідної мови, застосовуючи лінгвокраїнознавчий аналіз [14, с. 158].

У сучасній лінгвістиці чітко намітилися два напрями досліджень. Перший напрям вихідною точкою має визнання того, що фразеологізм – це така одиниця мови, яка складається зі слів, тобто за своєю природою словосполучення. При цьому одні вчені висловлюють думку, що об'єктом фразеології є всі реально можливі в даній мові конкретні словосполучення, незалежно від якісних відмінностей між ними. Так, наприклад, Копиленко вважає, що фразеологія охоплює всі поєднання лексем, що існують в даній

мові , зокрема так звані «вільні» словосполучення [8, с . 81].

З іншого боку об'єктом фразеології в межах цього напрямку визнаються тільки деякі розряди і групи словосполучень, які виділяються з усіх можливих у мові особливою своєрідністю. Залежно від того, які ознаки брати до уваги при виділенні таких словосполучень, і визначається склад подібних одиниць у мові. Тільки ці «особливі» словосполучення і можуть бути названі фразеологізмами.

Незважаючи на умовність понять і пов'язане з цим розмежування , на думку Л. Архангельського, О. Ахманової, Н. Шанського, В. Жукова фразеологія може бути представлена :

1) як фразеологія мови в «широкому» сенсі слова, що включає і словосполучення, переосмислені повністю , і словосполучення, де є не переосмислені слова -компоненти;

2) як фразеологія мови в «вузькому » сенсі слова, що включає лише словосполучення, переосмисленні до кінця.

Фразеологізм рекомендують розглядати як контамінацію ознак слова і словосполучення, підкреслюючи омонімічність фразеологізму і співвіднесеного з ним за структурою словосполучення [9, с. 132].

Представники другого напрямку виходять з того, що фразеологізм – це не словосполучення (ні за формою, ні за змістом), це одиниця мови, яка складається не зі слів . «Вони розкладені лише етимологічно, тобто поза системою сучасної мови, в історичному плані» [10, с . 202]. Ці вирази протиставляються словосполученнями, що не є омонімічними, оскільки якісно відрізняються від них . Основним у вивченні фразеологізму є не смислова і формальна характеристика компонентів, що його утворюють , і не зв'язки між компонентами, а самого фразеологізму в цілому, як одиниці мови, що має певну форму, зміст і особливості вживання в мові. Склад фразеології утворюється з категоріально однотипних одиниць. Історія і етимологія кожного фразеологізму вивчається поза прямолінійною залежності від «універсальних» схем переосмислення словосполучень,

ступеня семантичної неподільності компонентів і десемантизації слів в словосполученнях.

Отже, фразеологізм – це стійке поєднання слів з ускладненою семантикою, що не утворюються відповідно до виникаючих структурно-семантичних моделей змінних поєднань [11, с. 5], тобто це сталий вираз чи поєднання слів, яке вноситься в мову в готовому вигляді і не може вживатися в самотійному значенні.

Під стійкістю фразеологічної одиниці розуміють міру, ступінь семантичної неподільності, загальності компонентів. На думку В. Жукова стійкість, передусім, в семантичному плані, органічно пов'язана з ідіоматичністю, тобто із суттю неподільного фразеологізму. Стійкість – це ступінь, міра семантичної неподільності компонентів всередині того чи іншого фразеологізму. Вона є формою прояву ідіоматичності стосовно конкретно даному фразеологізму. Іншими словами, стійкість – це міра ідіоматичності [12, с. 86].

Над проблемою фразеологічних одиниць працювали багато науковців. Основоположником теорії фразеології вважається швейцарський лінгвіст Шарль Баллі, який вперше визначив фразеологію як самотійний розділ лексикології. Було запропоновано низку класифікацій фразеологічних одиниць. Залежно від того, наскільки стираються номінативні значення компонентів фразеологізму, наскільки сильне в них переносне значення. В. Виноградов ділить їх на три типи: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення.

А. Кунін виділяє в складі фразеології три розділи: ідіоматику, ідіофразеоматику і фразеоматику. В розділ ідіоматики входять власне ФО, або фразеологізми, тобто стійкі поєднання лексем з частково або повністю переосмисленим значенням.

Наприклад, «*to be in smooth water*» (мор. «Бути в спокійній воді»), значення ФО – перебороти труднощі утруднення. Це приклад з повністю переосмисленим значенням: ... *at last they had turned the corner of their lives*

*and were in smooth water* (J. Galsworthy, «Caravan»).

В розділ фразеоматики включають фразеоматизми, або фразеологізми неідіоматичного характеру, але з ускладненим значенням: наприклад, «*launch a boat*» (мор. «Спускати човен на воду»). Дієслово «*launch*» має вузьке значення, що є причиною його обмеженої сполучуваності, що скорочує вибір партнерів по словосполученню (*to launch a boat (liner, ship vessel, або назву будь-якого корабля нового типу)*).

В розділ ідіофразеоматики входить ідіофразеоматичні одиниці, або ідіофразеоматизми, тобто стійкі словосполучення, у перших фразеоматичних варіантів компоненти мають буквальні, але ускладнені значення, а у других ідіоматичних варіантів – повністю переосмислені [10, с. 26-27]. Наприклад, «*half the battle*» (воєн. «Наполовину виграний бій»), значення ФО – «запорука успіху, півсправи»; «*Between wind and water*» (мор. «На рівні або нижче ватерлінії»), букв. значення – «між вітром і водою», значення ФО – «в найбільш вразливе місце, не в брову, а в око». *Realizing ... that she was now left high and dry without a penny, Reina appeared to be shuttled between fear and rage ...* (Th. Dreiser, «A Gallery of Women») *Mr. Elderson got it between wind and water. He did not like it a little bit.* (J. Galsworthy, «The White Monkey», р.ІІІ, ch. ІІ).

Для М. Амосової найважливішим параметром в класифікації ФО є тип постійного контексту. Дослідниця англійської фразеології пропонує контекстологічний принцип класифікації ФО, згідно з яким фразеологізми поділяються на два великі класи – фраземи та фразеологізми [4, с. 222]. Фраземи – це ФО, в яких одне з двох основних слів визначає контекст. За допомогою цього слова можна зрозуміти значення всього фразеологізму, наприклад, *to drop a hint, small talk*. Фразеологізми характеризуються цілісним значенням, тобто неможливо зрозуміти значення одного компонента зі значення іншого, наприклад, *under one's breath, silver lining*. Цей принцип класифікації ФО передбачає об'єктивність в розгляді досліджуваних явищ, необхідність врахування особливостей мови, що

вивчається, дослідження контекстуальної взаємодії слів у їх поєднаннях, встановлення ступеня закріплених складу і структури даного словосполучення.

Слово – основний, але не єдиний засіб номінації в системі мови. Йому властиво з'являтися в комбінаціях з іншими словами, і принцип організації їх в словосполучення регулюється синтаксичними нормами і правилами. Такі поєднання створюються за існуючими в мові моделями. Наприклад, модель  $A + N$ , відображаючи принципову можливість комбінації прикметника і іменника, може бути заповнена нескінченним безліччю компонентів, що відповідають вимогам моделі, і результат такої операції цілком передбачуваний: отримане поєднання означатиме щось, що володіє певною ознакою. У тотожних ситуаціях часто вживаються тотожні словосполучення: *May I come in? Knock at the door, etc.*

На думку А. Алоьхіна, комбінація слів вживається зазвичай у фіксованій формі і відтворюється в мові готовим блоком. Такі поєднання є стійкими, але належать до загального, а не фразеологічного фонду словникового складу. Справа в тому, що в компонентах подібних поєднань немає семантичних змін; вони зберігають своє значення, іноді змінюючи тільки функцію, як, наприклад, в стійкому виразі *Good morning* функція номінативна – опис часу доби – замінюється контактною – привітанням. Якщо ж стійкість вираження доповнюється семантичною зміною компонента або компонентів, ми маємо справу з фразеологічною одиницею. Незважаючи на те, що фразеологічні одиниці є поєднання слів, вони розглядаються лінгвістами з позицій не синтаксису, як вільні сполучення, а лексикології. Для цього є кілька причин [1, с. 57].

Перш за все, у вільному, створюваному за моделлю словосполученні можлива заміна будь-якого з компонентів в рамках цієї моделі. Так, прикметник *red* може вживатися в поєднанні з величезною кількістю іменників (*red frock, red banner, red strip, red hair, etc.*), зберігаючи своє значення кольору. Аналогічно будь-який іменник, що позначає предмет,

потенційно здатний мати ознаку, за тією ж моделлю буде поєднуватися з нескінченним числом прикметників, ця ознака передавальних (*red frock, dirty frock, new frock, expensive frock, etc.*). У фразеологічному поєднанні зв'язок між компонентами жорсткий і заміна будь-якого з них неможлива без руйнування сенсу всієї одиниці. Наприклад, поєднання *black sheep* (= the worst member), хоча воно і побудовано за моделлю A + N, не може бути відтворено з тим же значенням навіть при мінімальних в смисловому плані замінах (*black ram* або *grey sheep*).

Формально відповідаючи мовній моделі, фразеологічні одиниці не модельовані, тобто існує одиничне використання мовної моделі для передачі в постійному контексті будь-якої смислової структури.

Інша причина, чому фразеологічні одиниці відносять до об'єктів лексикологічного дослідження, – наявність у такого поєднання спільних рис зі словом. Як і слово, фразеологічні одиниці не створюються в процесі мовлення з одиниць нижчого рівня, а відтворюються готовим блоком. Ця ознака вказує на те, що у фразеологічній одиниці, як і в слові, є єдине лексичне значення; здатність співвідноситися з якою-небудь частиною мови і виступати в ролі єдиного для всього поєднання члена речення, що сигналізує про наявність у фразеологічній одиниці граматичного значення. Так, в прикладі «*Instead of taking urgent measures the government chose sitting on the fence*» фразеологічна одиниця «*sit on the fence*» володіє єдиним лексичним значенням «*waiting*» і виконує загальну граматичну функцію іменної частини складеного присудка (а не присудка і обставини місця, як це було б у разі вільного поєднання типу ... *chose sitting in the pub*).

Відзначаються випадки, коли, як і слово, фразеологічні одиниці піддаються переосмисленню з подальшим розвитком багатозначності. Прикладом такої фразеологічної одиниці може слугувати вираз «*to place oneself on record*», що має два значення: 1. to do smth noteworthy і 2. to say smth. in public.

На думку А. Куніна, здатність фразеологічних одиниць до

переосмислення відображається і в стилістичному компоненті його значення. Наприклад, стійке поєднання «*wear and tear*» може бути застосовано як до опису фізичного зносу чого-небудь (*breaking down*), так і емоційного стану (*overstrain*). В останньому випадку вираз досить жорстко закріплено за розмовним стилістичним пластом, тоді як перше значення може вживатися навіть у термінологічній функції.

Однак на відміну від слова, фразеологічна одиниця в мові може сильніше варіюватися, допускаючи граматичні зміни компонентів всередині фіксованої форми. Особливо чітко це простежується за наявності у фразеологічних одиницях дієслівного компонента: *I ground my teeth; he was grinding his teeth; let her grind her teeth then*, etc. Зміни можливі і в компонентах-прикметників, хоча вони зустрічаються рідше і додають фразеологічним одиницям додаткової експресивності: *You are the coolest cucumber I've ever met*. Таким чином, фразеологічні одиниці функціонально і семантично подібні речі, хоча формально і є словосполученнями.

Отже, фразеологічна одиниця – це не модельоване словосполучення, пов'язане семантичним єдністю. Невеликі варіювання структури фразеологічної одиниці не впливають на ці основні її ознаки. Незважаючи на свою немодельованість, фразеологічні одиниці досить чітко розподіляються за типами структур що їх утворюють. Перш за все, це фразеологічні одиниці, які за формою збігаються з відповідними вільними словосполученнями (*take silk; break the ice*, etc.). Другу групу утворюють сурядні структури (*pick and choose; lick and promise; rain or shine; light to darkness; for love or money; by hook or by crook*; etc.). Третю групу складають фразеологічні одиниці з предикативною структурою (*as the matter stands; before you could say Jack Robinson; as the crow flies*). Сюди також входять фразеологічні одиниці в формі наказового способу (*Take it easy! Draw it mild! Bless my soul! Take your time*; etc.), а також одиниці компаративного характеру (*as dead as a door-nail; as mad as a hatter*; etc.). Деяко окремо стоять структури, що складаються з одного повнозначного і одного або

декількох службових слів (*behind the scenes; in the blood; for good*), і дієслівно-постпозитивні фразеологічні одиниці, що знаходяться на межі фразеологічного фонду (*to bear up; to give in; etc.*).

Згідно із запропонованою А. Куніним класифікацією, фразеологічні одиниці утворюють дві основні групи відповідно до характеру їх функціонування в мові. Номінативні одиниці називають предмети, явища, ознаки та можуть мати різну структуру (*a bitter pill to swallow; a wolf in sheep's clothing; a cock-and-bull story; to stir up a hornets' nest; much cry and little wool; to call a spade a spade; etc.*).

Тематичний принцип класифікації ФО є основоположним в працях низки лінгвістів (Л. Сміт, В. Сітель, В. Коллінз, Л. Вінарева, В. Янсон, П. Литвинов та ін.). Ці автори виділяють в особливі групи ФО, що містять назви тварин, частин тіла, овочів і фруктів, що відображають людську діяльність, відносини між людьми, предмети побуту, явища природи тощо. Істотним недоліком цього принципу є те, що він не враховує характерні лінгвістичні особливості фразеологізмів.

У роботах деяких авторів використовується етимологічний принцип класифікації ФО (А. Кунін, Г. Бондарчук та ін.). Важливість цього принципу полягає в тому, що «етимологічна сторона вивчення фразеологізмів багато в чому допомагає зрозуміти культуру і побут народів, у яких запозичено той чи інший фразеологічний вираз». Згідно з цим принципом, ФО класифікуються відповідно до їх джерел походження.

За походженням англійські фразеологізми можна розділити на два класи: споконвічно англійські та запозичені. Запозичені ФО підрозділяються на міжмовні і внутрішньомовні. В особливу групу виділяються запозичення в іншомовній формі. Певний внесок в англійський фразеологічний фонд внесли такі мови, як французька (*to sweeten the pill*), німецька (*swan song*), іспанська (*the moment of truth*).

## 1.2. Системно-мовні підходи до вивчення англійських фразеологізмів

Системно-мовне вивчення ФО полягає у встановленні їхніх парадигматичних і синтагматичних особливостей та у їх виокремленні серед інших одиниць мови – ієрархічно організованої системи, в якій усі компоненти когерентно пов'язані на всіх структурних рівнях [11, с. 12]. Оскільки компоненти системи існують не ізольовано, а в опозиції до інших складників [22, с. 452], синтаксичне, семантичне і структурно-семантичне дослідження ФО здійснюються у протиставленні їх вільним словосполученням і реченням.

Синтаксичний підхід до дослідження ФО передусім зосереджений на особливостях їхньої будови, заснованої на вільних словосполученнях або реченнях. Подібно до них ФО відзначаються нарізнооформленістю [16, с. 206], тобто одиниці синтаксичної єдності є окремими словами [26, с. 376], що дозволяє заміну їхніх складників з утворенням варіантів фразеологізму зі збереженням цілісного семантичного ядра [43, с. 37], напр., *to play / wreak havoc with / in smth.* Відмінності між реченнями або вільними сполуками й ФО полягають у низці специфічних рис останніх: немодельованості, відтворюваності в готовому вигляді, стійкості компонентного складу і синтаксичних функціях у ролі одного члена речення [34, с. 69]. ФО характеризуються немодельованістю [56, с. 76], тобто відсутністю стандарту для масового формування ФО, що на перший погляд свідчить про спорадичність процесу утворення фразеологізмів і їхню статичну замкнуту форму існування [12, с. 17-18]. Відтворюваність, або регулярне повторення, відновлення в мовленні ФО [44, с. 6], виявляється в тому, що ФО сприймаються мовцями як довгі слова, котрі існують в ментальному лексиконі людей і використовуються ними під час мовлення. Відтворюваність ФО пов'язана з їхньою стійкістю, що виявляється у сталості складу й послідовності розміщення компонентів [23, с. 7].

Таким чином, вивчення ФО у синтаксичному плані виявляє їхню подібність до вільних сполук і речень в аспекті нарізнооформленості. При цьому фразеологізми відзначаються відсутністю продуктивних моделей творення нових одиниць, відтворюваністю в готовому вигляді, стійкістю компонентного складу і виконанням функції одного члена речення.

Семантичний підхід до вивчення ФО полягає у створенні семантичної типології й виокремленні специфічних властивостей значення різних класів фразеологізмів. Семантичні властивості ФО слугують основою для їхньої класифікації за двома принципами: тематичним, заснованим на позначенні ФО явищ дійсності, котрі в мові співвідносяться з сукупністю тематично об'єднаних одиниць [29, с. 245], і ступеня переосмислення компонентів фразеологізмів. Тематична типологія ФО зосереджується не на особливостях значення зворотів, а на закріпленні фразеологічної семантики за певними сферами людської життєдіяльності, зображуючи окремі її аспекти, наприклад, бізнес (*to be in the red* «бути в боргах», *to make a profit* «отримати прибуток»), здоров'я (*to kick the bucket* «врізати дуба»), політику (*to take office* «зайняти посаду»), подорожування (*to hog the road* «перегородити машиною дорогу») [3, с. 18].

На відміну від тематичної класифікації, таксономія ФО за ступенем переосмислення складників була розроблена академіком В. Виноградовим, котрий на основі вмотивованості значення ФО, тобто збереження зв'язку семантики сталих виразів зі значеннями їхніх компонентів, виділив три класи зворотів: сполучення, єдності і зрощення [24, с. 121-139]. Фразеологічні сполучення (ФС) є одиницями, у складі яких одне зі слів уживається в переносному значенні і може замінюватися синонімом, тобто лексичне значення кожного з компонентів легко визначається [24, с. 137], напр., *to pay attention* «звертати увагу», *to arrive at (come to, reach) a conclusion* «прийти до висновку». ФС виявляють найменший ступінь метафоризації і слабку семантичну монолітність компонентів, проте вони не є вільними словосполученнями через комбінаторні обмеження їхніх

складників. Фразеологічні єдності (ФЄ) тлумачаться як утворення з цілісною семантикою, умотивованою злиттям значень складників [24, с. 131], напр., *to lose one's shirt* «втратити останнє», *to bear fruit* «приносити плоди, давати результати». На нашу думку, одиниці цього класу відзначаються метафоризацією компонентів і відтак їхньою сильнішою взаємодією, що обмежує можливості зміни їхньої форми.

Фразеологічні зрощення (ФЗ), або ідіоми, є невмотивованими і непрозорими одиницями, семантика яких не виводиться зі значень складників, і відзначається високим рівнем експресивної забарвленості [24, с. 121-122]. Наприклад, семантика ФЗ *to pull a fast one* «обдурювати» не має нічого спільного зі значеннями дієслова *to pull* «тягти», прикметника *fast* «швидкий», і займенника *one*, який указує на будь-який референт [29]. Із-поміж трьох розглянутих класів ФО зрощення характеризуються найсильнішою єдністю семантики внаслідок повного переосмислення значення компонентів, що не дозволяє будь-якої модифікації їхньої форми, тобто заміни складників. Наведена класифікація ФО була доповнена четвертою групою – фразеологічними виразами, до яких належать кліше, прислів'я і приказки [18, с. 76], напр., *there is no place like home* «у гостях гарно, а вдома краще», *a golden age* «золотий вік». Ми вважаємо доцільним зарахувати до вказаної групи лише прислів'я і приказки, адже, подібно до ФС, ФЄ й ФЗ, вони мають метафоричне значення й усталену структуру. Натомість, будучи стійкими сполуками слів, кліше не володіють основною властивістю значення ФО – метафоричною, образною семантикою, а тому не можуть тлумачитися як фразеологізми. Наведені вище семантичні класи ФО виявляють свої специфічні властивості. ФС характеризуються фразеологічною зв'язаністю значення, котра зумовлюється обмеженою сполучуваністю компонентів [24, с. 137], тому для ФС відтворюваність, котра полегшує процес побудови висловлення, є домінуючою рисою [32, с. 3].

Цілісне переосмислене значення ФО, яке виявляється в їхній

смісловій нерозкладності, є особливістю ФЄ і ФЗ, у структурі котрих складники внаслідок метафоричного переосмислення втратили своє початкове значення. Метафора, покладена в основу ФЄ, є зрозумілою усьому мовному колективу, що зумовило її фразеологізацію [17, с . 84]. ФЗ, у структурі котрих компоненти зазнали переосмислення, вирізняються невивідністю їхнього значення з семантики складників, котрі не мають власного, й ототожнюються з традиційними метафорами, які, позначаючи звичні ситуації, забезпечують відносно невеликі зусилля під час обробки ФО. Крім смислотвірної ролі, метафора надає ФО експресивної забарвленості і забезпечує їхню семантичну і структурну єдність. Метафорична основа значення ФЄ і ФЗ слугує підґрунтям для нашарування інших семантичних ознак, а саме емотивності як їхньої категоріальної риси [35, с. 26], яка полягає у мовному відображенні емоцій. Метафоричний образ значної кількості ФО є своєрідним провідником культури, завдяки якому здійснюється її взаємопроникнення з мовою [5, с . 8] за рахунок апеляції до уявлень її носіїв про той або інший феномен національної духовної або матеріальної культури.

Оскільки семантика багатьох ФО містить культурну конотацію як інтерпретацію значення в етно-національних категоріях, коли ФО слугують репрезентантами колективного досвіду народу, при встановленні семантики окремих ФО звертаємося до історії й традицій Британії, напр., значення ФО *red tape* «бюрократична тяганина» пояснюється традицією в Британії, починаючи з 17 століття, перев'язувати документи червоною стрічкою, що послугувало основою для метафоричного переосмислення червоної стрічки як волокити з паперами.

Переосмислення семантики компонентів ФО відображається на їхній структурі, адже лексико-граматична стабільність ФО забезпечується стійкістю образу, створеного ФО, завдяки якому фразеологізм не розпадається, незважаючи на можливі лексичні чи граматичні трансформації [32, с. 205], тому фразеологічна стійкість передбачає стабільність значення,

складу, порядку компонентів і вживання. Таким чином, таксономія фразеологізмів на основі вмотивованості значення і тематичної приналежності дозволяє виокремити провідну властивість ФО – цілісність значення, котра полягає у зображенні одного референта позамовної дійсності кількома словами, які внаслідок повного або часткового переосмислення семантично зливаються в одну одиницю. Цілісне значення ФО на структурному рівні зумовлює стабільність форми, яка виявляється в постійності компонентного складу, існуванні й відтворенні ФО в готовому вигляді.

Структурно-семантичний підхід до вивчення ФО полягає у врахуванні взаємодії їхніх морфологічних і функціональних особливостей, виявлених у трьох класифікаціях, які розкривають властивості ФО, невраховані семантичними таксономіями: компонентно-смісловій, морфологічно-семантичній і доконструкційній. Компонентно-смістова таксономія ФО спиралася на показник кількості повнозначних слів у складі фразеологізмів, розподілених на три групи [16, с. 212]: одновершинні, які мають один семантично повнозначний компонент, напр., ФС *at best* «у найкращому випадку» утворюється сполученням прийменника *at* і повнозначного прикметника *best*; двовершинні з двома смисловими елементами, напр., ФЕ *to gain currency* «стати відомим, поширитися»; і багатoverшинні ФО з трьома і більше повнозначними елементами, напр., *to send somebody on a fool's errand* «посилати когось із дорученням, яке неможливо виконати».

З урахуванням взаємодії семантики і структури ФО як основи їхнього цілісного значення О. Кунін розробив морфологічно-семантичну таксономію для ФО англійської мови, яка бере до уваги частиномовну приналежність ФО, їхнє синтаксичні особливості і їхній зв'язок зі значенням фразеологізмів. Відповідно, за частиномовним принципом і функціями в мовленні ФО поділяються на п'ять груп: номінативні, номінативно-комунікативні, вигуківі й модальні, і комунікативні, які за семантичною класифікацією можуть належати до однієї з чотирьох груп: фразеологічних

сполучень, єдностей, зрощень або виразів.

Номінативні ФО називають, предмети, явища, дії, стани, якості. Відповідно, до вказаної групи належать субстантивні, ад'єктивні, адвербіальні й дієслівні звороти зі структурою словосполучення і підрядного речення [16, с. 208], напр., *a turning point* «поворотний момент», *to bite the hand that feeds you* «кусати руку, що годує, платити чорною невдячністю». За частиномовним критерієм номінативно-комунікативні ФО представлені дієслівними одиницями, які можуть трансформуватися у речення при вживанні дієслова у пасивному стані [17, с. 192], пор., *to make a decision – a decision is made* «приймати рішення». Вигуківі й модальні ФО виражають емоції й волевиявлення, характеризуючись повним семантичним переосмисленням, а також мають структуру одновершинного словосполучення, тобто з одним семантично повнозначним компонентом [16, с. 291], напр., *by George!* «о Боже!», *to leave much to be desired* «залишати бажати кращого». Комунікативні ФО є реченнями з цільнопредикативною структурою і є завжди приказками і прислів'ями [17, с. 432], напр., *might goes before right* «право на стороні сильного».

Наведена структурно-семантична класифікація ФО відштовхується в першу чергу від їхніх будови й функцій у мовленні, не враховуючи єдності форми й метафоричного значення. Доконструкційна типологія ФО Ч. Філмора має спільні й відмінні риси з наведеними вище класифікаціями, подібно до яких ураховується семантичний і прагматичний критерії. Відповідно до семантичного критерію фразеологізми поділяються на дві групи: ФО з невивідним значенням (decoding), яке не можна встановити, почувши вперше, напр., *to kick the bucket* «померти», і ФО з вивідним значенням (encoding), котре можна зрозуміти, почувши уперше, напр., *wide awake* «сна ні в одному оці». Проте усталеність (conventionality) обох класів зворотів не можна передбачити, попередньо їх не вивчивши. ФО з невивідним значенням співвідносяться з фразеологічними зрощеннями у семантичній класифікації В. Виноградова, а ФО з вивідним значенням

відповідають фразеологічним єдностям і сполученням.

Згідно з прагматичним показником, який відображає роль фразеологізмів у процесі комунікації, ФО розподіляються на ті, що мають прагматичну функцію, тобто віддзеркалюють ставлення мовця до ситуації, представлені вигуківими й модальними ФО у структурно-семантичній класифікації О. Куніна, наприклад, вітання *How do you do?*, і прагматично нейтральні, напр., ФО *by and large* «в цілому». Ця таксономія ФО за семантичним і прагматичним критеріями співвідноситься із класифікаціями В. Виноградова й О. Куніна відповідно.

На відміну від розглянутих вище семантичних і структурно-семантичних типологій, конструкційна типологія враховує граматичний і конструкційний критерії ФО. За граматичним параметром ФО поділяються у типології Ч. Філлмора на дві групи: граматичні (grammatical) й аграматичні (extragrammatical). У граматичних ФО слова заповнюють структуру за граматичними правилами, напр., *to spill the beans* «розкрити секрет». У наведеній ФО за дієсловом *to spill* іде прямий додаток *beans*. Водночас аграматичні ФО мають нестандартну структуру («anomalous structure»), наприклад, у ФО *all of a sudden* «раптово, несподівано» за займенником *all* іде прийменникова фраза, а не граматично правильна іменна, також після неозначеного артикля замість іменника йде прикметник *sudden*, який у складі ФО субстантивується. Поділ фразеологізмів на граматичні й аграматичні розкриває морфологічні особливості їхньої будови.

За конструктивним критерієм ФО поділяються у типології Ч. Філлмора на змістові (substantive) і формальні (formal). Змістові фразеологізми мають фіксований набір слів, які є частиною структури ФО. Натомість формальні ФО представлені синтаксичними моделями, до складу котрих можуть входити різні лексичні одиниці. Наприклад, у конструкції *A let alone B*, де *let alone* є сурядним сполучником, котрий протиставляє об'єкти, аргументи А й В заповнюються субстантивами (*He doesn't like SHRIMP let alone SQUID.*) або дієслівними групами (*Who could IMAGINE*

*such a thing let alone DO it?*).

Відповідно до наведеної класифікації Ч. Філлмора одна й та сама ФО може характеризуватися за кожним із чотирьох параметрів, що дає можливість для їхнього всебічного аналізу. Розглянута таксономія відбиває взаємозалежність семантики й форми ФО, покладену в основу розвитку конструкційної граматики. Таким чином, структурно-семантичні типології, засновані на семантичному, морфограматичному, конструкційному і функціональнопрагматичному параметрах, розкривають взаємодію значення, форми і функцій ФО, прокладаючи шлях для розвитку конструкційного підходу.

### **1.3. Функціональні підходи до вивчення фразеологізмів англійської мови**

Дослідження функцій мовних одиниць, тобто їхнього призначення в комунікації, здійснюється з урахуванням семантики, структури і їхньої взаємодії з іншими одиницями [10, с. 33]. Оскільки у процесі виникнення мовлення одиниці реалізуються не ізольовано, а у складі певного дискурсивного утворення, зумовленого ситуацією спілкування, функції ФО утілюються в дискурсі – складному комунікативному явищі, яке включає в себе соціальний контекст, що створює уявлення як про учасників комунікації, так і про процеси продукування і сприйняття висловлень [46, с. 113].

Серед різних типів дискурсу – політичного, релігійного, юридичного, військового, ділового, масово-інформаційного [29, с. 279] – важливе місце посідає останній, оскільки тексти масової інформації є засобом формування нової реальності внаслідок висвітлення позамовних подій у певному ракурсі і створення нових цінностей [47, с. 74-75], постаючи однією з найпоширеніших форм функціонування мови. Створення медійної дійсності супроводжується сугестивною дією на аудиторію, яку пояснюємо з опертям

на риторику як мистецтво і науку ефективного впливу на адресатів через інформування й переконання, покликані змінювати оцінку аудиторії про описувані події. Тому для формування потрібних творцям медіа-текстів поглядів і настроїв читачів успішно використовуються прийоми класичної риторики.

Риторичний підхід функціонування ФО як конструкцій в англомовному економічному дискурсі виявляється в їхній підпорядкованості етапам текстотворення й логічними та емоційно -психологічними способами впливу на аудиторію, представленими етосом , логосом, пафосом [19, с. 3].

Фразеологізми в розрізі канонів текстобудови. Уживання ФО в англомовних економічних статтях підпорядковується п'яти риторичним канонам текстобудови , які утілюють інтегральну програму «трансформації» ідеї у слово [16, с. 43]: інвенції як винайденню задуму; диспозиції, тобто послідовній лінеаризації змісту; елокуції , або мовній орнаментатії; запам'ятовуванню й відтворенню [16 , с. 22]. Два останні етапи внаслідок розвитку технічних засобів комунікації об'єднуються в ланку перформації [14, с. 145], що дало поштовх для розвитку медіа- і журнального дискурсу зокрема. Модифікація запам'ятовування й відтворення зумовлюється зміною каналу зв'язку , оскільки в період античності основним каналом впливу був усний, а на сучасному етапі з розвитком технічних засобів комунікації виникли нові способи поширення інформації, які дають можливість транслювати повідомлення на великі відстані й діяти на набагато більшу кількість людей, конструюючи реальність навколо творців та інтерпретантів текстів [21, с. 12].

З -поміж вище наведених чотирьох канонів з інвенцією й диспозицією ФО пов'язані опосередковано, оскільки на інвентивному етапі, на який спираються всі інші ланки текстотворення, здійснюється вибір теми, аналіз і пошук способів для її обґрунтування [16, с . 28], а диспозиція передбачає структурування тексту, тобто поділ на змістові секції й виділення головного для полегшення сприйняття, що лежить в основі риторичної установки на

ясність. Натомість ФО безпосередньо пов'язані з елокуцією, яка полягає у відборі мовного матеріалу, тобто перекладі думок на слова, використанні тропів і фігур. Відповідно, відібрані на етапі елокуції ФО, розміщуючись у композиції текстів, за яку відповідає диспозиція, слугують засобами вербалізації обраного на етапі інвенції змісту, представлення котрого здійснюється на ланці перформації через поширення в часописах друкованим та електронним каналами.

Таким чином, функціонування ФО в англomовному журнальному дискурсі підпорядковується чотирьом етапам античної моделі текстопобудови. З інвенцією опосередковано пов'язана семантика ФО, яка визначається темою статей, що на етапі диспозиції послідовно лінеаризується у структуру журнальних текстів, а на стадії елокуції ФО є одним із засобів безпосереднього – вербального – представлення змісту статей, котрі поширюються через друкований і електронний канали. З урахуванням взаємодії ФО з етапами текстотворення тлумачимо аналізовані одиниці як інвентивно-елокутивні та диспозиційно-елокутивні засоби творення статті й впливу на читачів.

Функціонування ФО в економічному дискурсі пов'язане з риторичними способами впливу на адресатів, визначеними на етапі інвенції: логосом, етосом і пафосом [37, с. 17]. Етос спрямований на саморепрезентацію автора і встановлення зв'язку з аудиторією; логос передбачає переконання реципієнтів через апеляцію до розуму, тобто через пошук аргументів; пафос покликаний збуджувати емоційну реакцію аудиторії. Із-поміж наведених способів впливу, які зазнали переосмислення в сучасних лінгвориторичних теоріях, ФО найбільше пов'язані з пафосом, представленим тими емоціями, котрі автор бажає викликати в аудиторії [47, с. 218] через апеляцію до потреб, які є передумовою будь-якої діяльності. До базових потреб людини належать фізіологічні, безпекові, в належності, репутації і самоактуалізації. Оскільки єдність форми і значення ФО спирається на доконцептуальні структури, засновані на тілесному досвіді,

досліджувані одиниці апелюють до вказаних потреб, здійснюючи вплив на емоції читачів, адже фізіологічні потреби є найпотужнішими і знаходяться в основі всіх інших та передбачають підтримку гомеостазу організму, забезпечення їжею, повітрям. Потреба у безпеці відображена у прагненні до стабільності, захисту, збереження життя. Потреба у належності пов'язана із входженням людини до різних груп – сім'ї, колективу, суспільного класу. Потреба у визнанні полягає у самоповазі, повазі інших, престижі і репутації. Потреба в самоактуалізації виявляється в реалізації можливостей і здібностей людини. Наведені потреби, співвідносимо з однойменними ефектами, тобто реакціями читачів на повідомлення, через котрі виявляємо вплив на аудиторію, створюваний ФО, форма і значення яких спираються на сенсомоторні структури тілесного походження.

Формування фразеологізмами ефектів, пов'язаних із задоволенням або дефіцитом їжі, безпеки, належності, визнання й самоактуалізації, в журнальних статтях визначається тим, що досліджуваний різновид дискурсу спирається на потреби, адже вони визначають вибір теми статті на етапі інвенції, висунення у сильні позиції тексту найбільш значущого змісту на стадії диспозиції і відбір номінативних засобів і, зокрема, ФО на етапі елокуції. ФО пов'язані з етосом, який в античності тлумачився як створення позитивного образу адресанта і розвинувся від розуміння як афективного стану адресата, його суб'єктивного враження від тексту, до риторичного ефекту, котра займається пошуком механізмів формування у реципієнтів певних вражень: єдності, відповідальності й смиренності. Оскільки сучасний етос потрактовується як репрезентація будь-якого референта ФО як засоби експресивної номінації в журнальному дискурсі не лише зображують події та учасників, а й акцентують їхні певні характеристики. З логосом, який трансформувався в теорію аргументації, репрезентовану дискурсивно-логічним, прагма-діалектичним і комплексним напрямками [13; 17], ФО в проаналізованому матеріалі непов'язані, адже вони не були зафіксовані в аргументативних блоках, що складаються з тези та її доведень [41, с. 83].

Таким чином, ФО, з одного боку, є інвентивно-елокутивними засобами, оскільки створювані ними ефекти задоволення або дефіциту потреб обираються на етапі інвенції й формуються ФО як мовними засобами на стадії елокуції. З іншого боку, аналізовані одиниці виконують диспозиційно-елокутивну роль, розміщуючись у структурі текстів, яка визначається на етапі диспозиції. Античні канони текстобудови адаптувалися до сучасних способів поширення інформації, що зумовлює дослідження ролі ФО у здійсненні впливу на читачів журналів у медійному аспекті їхнього функціонування.

Медійний підхід до вивчення ФО, пов'язаний з перформативним етапом текстотворення, тобто конструюванням дійсності мовними й технічними засобами, визначається специфікою і призначенням ЗМІ не лише для повідомлення інформації, а й для здійснення потужного впливу на масову свідомість через подачу подій під певним кутом зору, а також за рахунок звернення до масової аудиторії, загальнодоступності й оперативності [26, с. 37].

Роль фразеологізмів у медійній реальності визначається сутністю медіа-дискурсу, який представляє створену засобами масової інформації реальність, яка конструє світ за межами сприйняття людини за посередництвом ЗМІ [35, с. 12]. Специфіка конструювання медіа-реальності детермінується особливостями аудиторії, котра відзначається розсередженістю в просторі й у випадку друкованих ЗМІ у часі, ізольованістю від адресатів, що зумовлює відсутність зворотного зв'язку від них, тому продюсери постулюють «ідеальну» аудиторію, виходячи з власного життєвого досвіду й соціологічних даних, тобто моделюють її узагальнений образ з приблизно однаковими ціннісними установками й потребами, які зумовлюють вибір змісту повідомлення, мовних засобів для його репрезентації і каналів поширення для здійснення найбільш ефективного впливу на читачів. Конструювання медіа-реальності здійснюється з залученням каналу передачі інформації, згідно з яким

виокремлюють чотири різновиди медійного дискурсу: радійний, телевізійний, інтернетний, і друкований, представлений пресою. Радіодискурс конструює реальність через аудитивний канал. Теледискурс спирається на аудіо-візуальний канал. Інтернет-дискурс застосовує візуальний, друкований та аудитивний канали. Дискурс преси репрезентований газетами й журналами, які поступово змінюють друкований канал на електронний [19, с. 10], котрий поширює інформацію за рахунок поєднання друківаних, візуальних і слухових компонентів повідомлення.

Мультимодальність [1, с. 94], яка дає змогу впливу на аудиторію за допомогою графічної й аудіо-візуальної інформації, відіграє вагомую роль у конструюванні дійсності газетами й журналами, адже інтернетні аналоги друківаних ЗМІ є доступними в будь-який час, а гіпертекстовий формат дозволяє вибір послідовності виведення і читання інформаційних фрагментів, частини яких нелінійно пов'язані між собою гіперпосиланнями [40, с. 14]. Хоча дискурс преси представлений газетним і журнальним різновидами, між ними існують відмінності, зумовлені ритмом їх функціонування, які також відображаються і в їхніх електронних варіантах. Друковані газети виходять щодня, а журнали – щотижня або й рідше, тому темпоральний аспект газетного й журнального дискурсу визначає формат друківаних видань, якість паперу, ступінь актуальності та аналітичності інформації, відбір тем повідомлень, їхнє розгортання та мовне оформлення [34, с. 60].

Оскільки друковані журнали випускаються з більш, ніж тижневим інтервалом, зображувані події втрачають свою актуальність і свіжість, що, з одного боку, впливає на зміст статей, які мають більш аналітичний характер, а, з іншого, вимагає від журналістів зробити поданий матеріал привабливішим для читачів і переконати їх у важливості описуваних новин [46, с. 47]. Таким чином, роль ФО в медійній реальності визначається періодичністю й каналами поширення інформації, що впливає на спосіб

подачі новин – актуальний чи аналітичний, масовою аудиторією, на яку здійснюється вплив за посередництва ЗМІ шляхом подачі подій під певним кутом зору за допомогою мовних одиниць і, зокрема, ФО.

Роль фразеологізмів у журнальній реальності, творення якої репрезентує риторичний етап перформації, зумовлюється низкою специфічних рис часописів: поширенням друкованим і електронним каналами, періодичністю, цільовим призначенням текстів, жанровими різновидами і композицією статей. Друкований та електронний журнали мають змістові й темпоральні спільні та відмінні риси. У змістовому плані, пов'язаному з інвенцією, поперше, статті часописів в обох форматах розподіляються за рубриками, присвяченими бізнесу (*Economy i Finance*), політиці (*Politics*), науці (*Science i Tech*), мистецтву й культурі (*Omnivore, Culture*) [напр. Newsweek 18.07.2021 або [www.newsweek.com](http://www.newsweek.com)]. По-друге, тексти друкованих та електронних часописів відзначаються, з одного боку, поглибленим аналізом зображуваного стану справ, а з іншого, високим рівнем узагальнення внаслідок представлення того, як зв'язок окремих ситуацій конструює мегаподії [68, с. 17].

Відмінність між друкованими та електронними часописами представлена двома рисами. Перша відображена в заголовках он-лайнних журналів, які вирізняються вищою інформативністю для максимально точного опису події. Вона, у свою чергу, полегшує вибір статей, оскільки електронна сторінка зумовлює обмежене сприйняття повідомлення внаслідок стомлюваності очей під час читання з екрана, що призводить до зниження швидкості читання і поверхневого сканування тексту [31, с. 8]. Так, стаття про відміну американського ембарго щодо Куби у друкованому варіанті журналу Newsweek має заголовок *Forget About Fidel* (Newsweek 16.03.2019, 13), а на сайті тижневика ця сама стаття має заголовок *Haass: Why the USA Should Lift The Cuba Embargo* ([www.newsweek.com](http://www.newsweek.com). 07.03.2019). На відміну від першого, останній чітко вказує на зміст статті: топоніми *the USA i Cuba* сигналізують про головних учасників подій – США й Кубу

відповідно, взаємодія присудка *should lift* «знімати» і додатка *embargo* «ембарго» репрезентує подію, пов'язану з країнами, про які йтиметься у тексті, а прислівник *why* свідчить про причини зняття заборони на торгівлю. Інша відмінність між друкowanymi й електронними статтями полягає у тому, що останні містять не лише гіперпосилання, а й можуть супроводжуватися короткими відео, які доповнюють, ілюструють текст, надаючи візуального підтвердження представлених подій, наприклад, стаття під заголовком *How Donald Trump Has Wreaked Havoc in The High School Classroom* ([www.newsweek.com](http://www.newsweek.com). 08.11.2016) про безглузду поведінку Дональда Трампа під час зустрічі зі студентами містить відеофрагмент зібрання, який наглядно демонструє некоректні висловлення майбутнього президента.

Конструювання дійсності друкowanymi та електронним варіантами журналу здійснюється з урахуванням цільової аудиторії, об'єднаної за віковою, гендерною, національною, соціально-професійною належністю, яка визначає тематику повідомлень залежно від потреб та інтересів адресатів, що зумовлює жанровий поділ часописів на спеціалізовані, та масово-популярні, представлені глянцевиими і новинними [7, с. 18]. Із-поміж спеціалізованих та масово-популярних тижневиків найбільшу дію на реципієнтів мають новинні, зумовлюючи серед іншого відбір мовних засобів для реалізації задуму [16, с. 119], а також поєднання функцій повідомлення і впливу [9, с. 68].

Одним із найбільш популярних часописів новин, які конструюють реальність відповідно до норм і цінностей суспільства, є англomовне міжнародне видання *Newsweek* у його друкowanому й електронному форматах, яке включає широкий діапазон текстів різної тематики. Журнальні статті представлені інформаційно-аналітичними й публіцистичними «*features*» текстами проблемного характеру, а також аналітичними, індивідуально-авторськими матеріалами головного редактора, окремих журналістів, експертів у певній галузі. Функціонування ФО в журнальних статтях підпорядковується композиції тексту, пов'язаній з

диспозицією, тобто його побудові за певними правилами і моделями, яка узгоджується з прагматичними установками й обмеженістю місця на сторінці [33, с. 55]. Взаємодія між структурними компонентами тексту спирається на його смислову цілісність і зв'язність. Композиція журнальних статей, які є інформаційно-аналітичною репрезентацією подій, що сталися за тиждень, може досліджуватися у трьох ракурсах: ієрархічному, композиційно-змістовому і змістовому. За ієрархічного підходу оповідь здійснюється за принципом важливості інформації (*hierarchy of importance*): спочатку повідомляються найважливіші події, а інші подаються у порядку зменшення їхньої релевантності. За композиційно-змістового підходу структура журнальних статей, яка визначається на етапі диспозиції, має три шаблі організації – формальний, смисловий і формально-смисловий. Формальний вимір композиції статей виявляється у виокремленні типографськими засобами заголовка, підзаголовка, інтродуктивного абзацу і членуванні текстів на абзаци. Змістовий план будови журнальних повідомлень пов'язаний із глибинною семантичною структурою новинних текстів, виокремленою на матеріалі газет, яку беремо за основу опису композиції журнальних статей, адже газета і тижневик належать до новинного жанру медіа-дискурсу і мають однакові канали поширення – друкований та електронний.

Формально-смисловий рівень утілюється взаємодією змісту з графічно виділеними заголовним комплексом і абзацами. Згідно з найбільш поширеним змістовим підходом композиція тексту новин включає такі компоненти: блок короткого повідомлення, утвореного заголовком, підзаголовком і вступом; блоками головної події; фону, представленого попередніми подіями, історією, загальним контекстом; коментарі, або вербальні реакції; і завершальний абзац. Як для газетних, так і для журнальних статей обов'язковим структурним компонентом є заголовок, котрий графічно виділяється і сигналізує про найбільш важливу інформацію, встановлює перший смисловий контакт з аудиторією і прямо чи

опосередковано указує на зміст повідомлення, а також визначає послідовність усіх інших елементів статті [19, с . 135].

У газетних текстах заголовки розширюється підзаголовком (*Lead*) і вступом, які об'єднуються у блок короткого повідомлення (*Summary*). Водночас журнальні тексти можуть не мати підзаголовків, а змістове наповнення інтродуктивного блоку варіюється від надання інформації про місце , час події, кількість учасників, до попередніх подій . У газетній статті блок головної події (подій ) містить інформацію про те, що відбулося протягом останніх одного-двох днів. Натомість блок головної події в журнальному тексті може бути звужений до кількох речень, адже тижневики зображують стан справ, уже відомий читачеві з новин, а тому автори текстів зосереджуються на ґрунтовному аналізі описуваної ситуації у блоках попередніх подій (*Previous Events*); історії (*History*), котра повідомляє про ситуацію , котра темпорально простягається на місяці й роки ; контексту (*Context*) як зображення поточного стану справ .

Блок вербальних реакцій (*Verbal Reactions*) містить цитування учасників подій чи коментарів і думок відомих громадських і політичних діячів. У статтях часописів блоки загального контексту і попередніх подій, пронизані коментарями, мають більший обсяг ніж блок головної події, що зумовлюється панорамністю зображення ситуації, котра охоплює кілька взаємопов'язаних подій. На обсяг комунікативних блоків у газетах і текстах тижневиків впливає спосіб темпоральної репрезентації змісту новин. На відміну від газетних повідомлень, журнальні статті подають події за одним із трьох принципів: хронологічним, коли оповідь починається з найдавнішої події та закінчується останньою; ретроспективним, заснованим на представленні спочатку часу найближчого до дати виходу номера, а потім більш давнього стану справ; і циклічним, який полягає у поверненні в кінці статті до події, позначеної на її початку.

Всередині наведених вище блоків і між ними реалізуються композиційно -сміслові відношення, які, визначаючи спосіб зображення

подій, підпорядковують роль ФО: характеристичній, наслідку й причини, емпатизації, контрасту, результування і перспекції. Розглянемо функціонування ФО в журнальних текстах згідно з найбільш частотними композиційно-смісловими відношеннями характеристичній, яка полягає в описі рис учасників подій, на прикладі статті під заголовком *In the Name of the Father* (Newsweek 5.09.2021, 32–33), у якому ФЄ *in the name of* у сполученні з іменником *father* сигналізує про характеристику членів родини. Наведений фразеологічний заголовок розширюється підзаголовком *History might have cast Saif as a hero had he not chosen the tyrant's path*, який за рахунок антропоніма *Saif* указує, що у статті здійснюватиметься характеристика сина Гадафі, адже заголовна ФЄ *in the name of* із субстантивом *father* співвідноситься зі словосполученням *the tyrant's path* внаслідок зображення батька Гадафі як тирана. В аналізованому тексті заголовна ФЄ *in the name of* у сполученні з іменником *father* виступає семантичною домінантою, тобто підпорядковує уживання чотирьох ФЄ: *to beat smb to a pulp* «побити до напівсмерті» у блоці попередніх подій, *to have a shot at* «робити спробу» і *to be in dire straits* «бути у скрутному становищі» у блоці контексту, *a nasty piece of work* «негідник» у блоці коментарів. Наведені ФЄ характеризують синів Гадафі як тиранів, схожих на батька у наступних фрагментах статті: (4) *Saadi, [...] Aptly named Hannibal earned infamy for beating his model wife to a pulp in a suite at the posh Claridge's hotel in London.* (6) *[...], Saif might seem the Libyan version of James Murdoch, Rupert's 38-year-old son. But whereas Murdoch the Younger still has a shot at redemption [...], Saif is in more dire straits.* (9) *Geoffrey Robertson, a prominent U.K. based human-rights lawyer [...], wasn't surprised by the transformation. [...] «I've cross-examined a lot of mass murderers, but he was a nasty piece of work.»* Характеристика одного з синів диктатора (*Saadi*) як жорстокої людини, тобто як джерела фізичного ПОЗБАВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ здійснюється ФЄ *to beat smb to a pulp*, у блоці попередніх подій (абзац 4). Характеризацію Саїфа через його протиставлення синові Руперта Мердока виконують ФЄ *to*

*have a shot at i to be in dire straits* у блоці контексту (абзац 6). Джеймс Мердок (*James Murdoch*) зображується позитивно ФЄ *to have a shot at* у сполученні із субстантивом *redemption* «спокута», котрі вказують на визнання провини за злочини. Натомість Саїф характеризується негативно ФЄ *to be in dire straits*, котра співвідносить тривимірний простір, активований прийменником *in* з ПЕРЕШКОДОЮ, вербалізованою іменником *straits*, а прикметник *dire* підкреслює потужність перепони. ФЄ *to be in dire straits* увиразнює скрутне становище головного героя внаслідок відсутності його каяття. Характеризація Саїфа як негідника забезпечується ФЄ *a nasty piece of work* у блоці коментарів (абзац 9) внаслідок співвіднесення чоловіка з джерелом ПОЗБАВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ, покладеного в основу значення аналізованої одиниці .

Таким чином, функціонування ФО в англomовному журнальному дискурсі відбувається згідно з канонами античної риторики , адаптованими до друкованого й електронного каналів поширення інформації. На етапі інвенції визначається змістове наповнення статей, зумовлене потребами цільової аудиторії. На етапі диспозиції автор здійснює структурування текстів на блоки 40 головної події, загального контексту, попередніх подій і коментарів згідно з композиційно-смісловими відношеннями характеристичності, наслідку й причини, емпатизації, контрасту, результування і перспекції. Етап елокуції забезпечує відбір ФО для вербалізації структурованого змісту. Перформація пов'язана з поширенням друкованих журналів і їхніх електронних аналогів .

#### **1.4. Труднощі перекладу англomовних фразеологізмів**

Переклад – це діяльність , яка полягає у варіативному, іншому вираженні, перекодуванні тексту, створеного однією мовою, в текст на іншій мові, здійснювана перекладачем, який творчо обирає варіант в залежності від варіативних ресурсів мови , виду перекладу, завдань

перекладу, типу тексту і під впливом власної індивідуальності [15, с. 100 ].

Переклад забезпечує нагальні та довгострокові контакти між людьми. Усюди, де існує мовний бар'єр – від спілкування двох друзів, які розмовляють різними мовами, до Інтернету, – подолати його допомагає переклад. Переклад сприяє обміну найрізноманітнішою інформацією, а цей обмін є основою прогресу людства. Протягом багатьох століть переклад сприяв розбудові та утвердженню тих гуманітарних цінностей, які висуває на перший план сучасна людина: терпимість, взаємодопомога, підтримка слабких, прагнення до вдосконалення, захист навколишнього середовища. У всі часи переклад обслуговував найнагальніші потреби людства: в античності він сприяв наступності грецької і римської культур; в середні віки поширенню християнства, в усі наступні століття взаємозбагаченню мистецтва, науки, літератури, матеріальної та побутової культури різних народів світу. Завдяки перекладу ми знаємо Шекспіра, Гете, Данте, переклад оформив досягнення чужих культур, які збагатили українську побутову культуру. На базі перекладів склалася інтернаціональна з перших років свого існування дитяча література [15, с. 156].

Переклад виконував свою найважливішу функцію з давніх-давен, проте лише в ХХ ст. людина прийшла до усвідомлення його важливості і його особливого місця. Не випадково в ХХ ст. було проголошено в 1955 р. в першому номері журналу «Vabel» століттям перекладу. Вчені різних країн відзначають особливу роль перекладу в формуванні національних культур. Сучасна людина користується плодами праць перекладача, коли читає інструкцію до пральної машини іноземного виробництва, коли дізнається по телевізору про те, що пишуть сьогодні у англійських газетах, коли їй потрібно провести переговори з іноземним партнером, коли вона бере в руки цікавий роман. До цього можна додати і працю перекладачів минулих століть, тому що Біблію і багато художніх творів ми читаємо і в старих перекладах [14, с. 182].

Тенденція до глобалізації, яка спостерігається на рубежі ХХ-ХХІ ст.,

підготовлена самовідданою діяльністю перекладачів, а сама глобалізація можлива тільки за умови добре організованого процесу перекладу. Таким чином, основним призначенням перекладу є, очевидно, його провідна роль у подоланні мовних і культурних бар'єрів.

Загальна теорія перекладу систематизує і обґрунтовує висновки з конкретного досвіду перекладу, намагається узагальнити і пояснити уявлення про процес перекладу та його результати, досліджує причини, умови та чинники, релевантні для феномена перекладу. Загальна теорія перекладу, спираючись на практичний досвід і, в свою чергу, сприяючи усвідомленню перекладачем того, що він робить.

Процес перекладу – це процес, пов'язаний з мовною реалізацією двох мов. Перекладознавство, орієнтоване на конкретну пару мов (скажімо, англійську та українську), описує потенційні варіанти відповідностей між цими мовами (еквіваленти), а також чинники і критерії їх вибору. При цьому ставляться і вирішуються такі завдання: розроблення теоретичних основ для опису відносин еквівалентності, як загальних, так і пов'язаних з певними мовними одиницями; зіставлення двох мов на фонетичному, морфемному, морфологічному, синтаксичному, семантичному, стилістичному рівнях з метою виявлення потенційних одиниць еквівалентності; опис на матеріалах двох мов окремих труднощів перекладу, пов'язаних з проблемними мовними явищами, що мають відмінності в принципах оформлення в різних мовах, а також контрастні явища (наприклад, метафори, гра слів, історичне, соціальне та територіальне розшарування мови, екзотизму і ситуативні реалії).

Переклад ФО в текстах англійської преси – дуже непросте і відповідальна задача, оскільки їх дослівна передача можлива далеко не завжди внаслідок того, що фразеологізми є єдиний образ, тобто їх слід розглядати як єдине семантичне поле. Для повноцінного перекладу фразеологізмів, які використовуються в текстах ЗМІ, необхідно орієнтуватися на контекст, а також уникати помилкових перекладацьких

відповідників . Вірне перекладацьке рішення передбачає творчий підхід перекладача до вирішення кожної конкретної задачі, але це творчість обмежена сферою лінгвістичних перетворень [15, с . 189].

Серед жанрово-тематичного різноманіття текстів ЗМІ легко виділити такі типи текстів: матеріали пов'язані з новинами (хроніка подій); коментарі; аналітичні огляди на різні теми (політика, економіка, суспільне життя , соціальні проблеми, моральність, культура, наука тощо); інтерв'ю ; рекламні матеріали тощо [18, с. 158]. Усі ці жанрово-тематичні різновиди текстів зустрічаються і в газетах, і в журналах, і в програмах радіо і телебачення, і в Інтернеті . Зрозуміло, що кожний із засобів масової інформації має свої об'єктивні особливості, тому кожен з названих вище жанрів втілюється в них по -своєму. Однак визначенні жанрові характеристики, як правило , зберігаються незалежно від засобу масової інформації. Інакше кажучи, матеріал присвячений новинам буде завжди відрізнятися від, наприклад, аналітичного огляду, коментарів або інтерв'ю [6, с. 125].

Крім цих та деяких інших жанрово-тематичних типів текстів, які є загальними для всіх ЗМІ, існують різновиди текстів , характерних для одних ЗМІ, але невластивих іншим . Так, наприклад, редакційна стаття є характерною для друкованої преси, зокрема газети. У цьому сенсі Інтернет – в чисто технічному сенсі «електронне» ЗМІ – за своїми жанровими характеристиками тяжіє до газетно -журнальної преси [15, с. 125].

У світлі проблеми перекладу вірне визначення жанрової приналежності того чи іншого тексту має істотне практичне значення , оскільки від жанрової приналежності залежать комунікативна спрямованість тексту і його мовні та стильові особливості . Адекватний переклад будь-якого тексту ЗМІ (як у вузькому, так і в широкому тлумаченні цього поняття) має на меті вірну передачу засобами іншої мови не тільки фактичного і суто інформативного змісту тексту, а й його комунікативної та функціональної спрямованості [15, с. 126 ].

Публіцистичний стиль – функціональний різновид мови, що

обслуговує широку сферу суспільних відносин: культурних, спортивних, суспільно-політичних та ін. Найбільш повно публіцистичний стиль проявляється в газетах і суспільно-політичних журналах, чому його називають також газетно або журнально-публіцистичним [16, с. 76].

Публіцистичному стилю властиві дві основні функції: інформаційна та впливу. Журналіст повідомляє про факти і дає їм оцінку. Взаємодія цих двох функцій і визначає вживання слова в публіцистиці. У порівнянні з іншими функціональними стилями (крім художнього і розмовно-побутового), частка засобів і способів досягнення експресивності виявляється в публіцистичній мові в цілому досить високо. Не випадково характеристику публіцистичного стилю зазвичай обмежують описом специфічно експресивних засобів.

Функція впливу (експресивна функція), найважливіша для газетно-публіцистичного стилю, обумовлює гостру потребу публіцистики в виразних засобах. Тому публіцистика бере з літературної мови практично всі засоби, що володіють експресивністю. Найважливішим лінгвістичним ознакою газетно-публіцистичного стилю є тісна взаємодія і взаємопроникнення виражальних, емоційно впливаючих мовних засобів і стандартних, широко вживаних в даному стилі мови засобів.

Фразеологічні звороти, прислів'я, приказки та крилаті вирази є обов'язковим стилістичним компонентом мови газети, важливим джерелом експресивно-емоційної насиченості, істотним засобом реалізації конструктивно-стильових особливостей газетної мови. Вони надають газетному тексту певну силу впливу, допомагають створювати специфічну образність. Вони здатні не тільки висловити відповідну думку більш ёмно, а й передати ставлення, оцінку. Наприклад, приказка товкти воду в ступі (*to beat the air*) передає велику експресивність, оцінність, ніж вільне словосполучення займатися порожньою справою (*to do something in vain*).

Автор може вибрати з синонімічних засобів вираження те, що найбільше відповідає змісту висловлювання, його цілям і задачам, характеру тексту. При цьому вибір фразеологізму або афоризму зі зниженою,

розмовного або, навпаки, книжкового забарвленням обумовлює вживання і інших мовних засобів.

Публіцисти звертаються до фразеологічним багатств рідної мови як до невичерпного джерела мовної експресії. Однак вживання фразеологізмів у звичайній формі з притаманним їм значенням не завжди дає потрібний ефект. З метою створення художнього ефекту публіцисти вдаються до трансформації фразеологізмів. «У стилістичних цілях фразеологізми можуть вживатися як без змін, так і в трансформованому вигляді, з іншим значенням і структурою або з новими експресивно-стилістичними властивостями» [9, с. 149]. Найчастіше під трансформацією розуміють «будь-яке відхилення від загальноприйнятої норми, закріпленої в лінгвістичній літературі, а також імпровізоване зміна в експресивно-стилістичних цілях» [17, с. 7].

В теорії перекладу центральне місце в описі фразеологічних відповідностей займає проблема вірності, повноцінності відтворення значень ФО (А. Швейцер, А. Федоров, В. Комісаров, Я. Рецкер, В. Алімов). Завдання перекладача полягає в тому, щоб забезпечити такий тип міжмовної комунікації, при якому текст який створюється міг би виступати в якості повноцінної комунікативної заміни оригіналу іноземною мовою і ототожнюватися з оригіналом у функціональному, структурному і змістовному відношенні.

Перекладач розуміє вихідний текст, його загальний сенс, сенс кожного його елемента, кожного слова – причому розуміння на всіх рівнях тексту: від рівня окремих слів через рівні пропозицій і над словесної єдностей до рівня всього тексту. Без адекватного розуміння не може бути адекватного перекладу. Дуже часто причина лексичних (й інших) помилок в перекладі полягає саме в нерозумінні (неправильному або неповному розумінні) вихідного матеріалу. Щоб уникнути таких помилок потрібно: вникати в смисловий зміст, структуру і комунікативну задачу тексту; визначати головні думки, акценти, відносини; виявляти зв'язки тексту з поза текстовими явищами, з реальною дійсністю; враховувати широкий

контекст, зокрема й екстралінгвальний; визначати і враховувати стиль мовлення, цільову аудиторію (читачів та слухачів); враховувати конотації і можливість відходу від словникових значень слів в початковому тексті; залучати (і постійно розширювати і поглиблювати) свої фонові знання; використовувати словники, довідники, консультації експертів; перевіряти всі невідомі імена, топоніми тощо, що згадуються в початковому тексті; виходити з логіки висловлювання і всього тексту в цілому.

Не бажано: судити про сенс слова в початковому тексті за його основним значенням або за першим значенням, виділеним в словнику; беззастережно довіряти двомовним словникам, особливо при перекладі на іноземну мову (в цьому випадку необхідно перевіряти значення, конотації і реальне вживання слів по надійним тлумачним словникам даної мови); залишати неперевіреними «сумнівні» випадки і смислові «неузгодженості»; покладатися тільки на здогади та інтуїцію там, де можна перевірити їх правильність [14, с. 156].

Важливою запорукою вірного розуміння вихідного тексту є усвідомлення того, що так звані «словникові еквіваленти» двох мов нерідко мають різну смислову структуру. На нашу думку, простим і очевидним прикладом цього може служити пара «стіл» / «*table*». Практично тільки в одному значенні – «предмет меблів, на який кладуть або ставлять щось при роботі, прийомі їжі тощо» – значення і вживання українських та англійських слів повністю збігається. І то із застереженням, що словосполучення «письмовий стіл» в англійській мові відповідатиме слову «*desk*» і «*writing-desk*». Що стосується похідних або метонімічних значень слова «стіл», вони мають мало спільного з похідними значеннями слова «*table*» («стіл № 15» – «*diet № 15*»; «різноманітний стіл» – «*a varied diet*»; «вегетаріанський стіл» – «*a vegetarian diet*»; «платити за нічліг і стіл» – «*to pay for bed and board*»; «стіл знахідок» – «*lost and found*»). У свою чергу, англійське слово «*table*» володіє власними похідними значеннями, що використовуються («*table / tables*» – «таблиця / таблиця множення»; «*table of contents*» – «зміст / зміст »).

Дуже часто випадки неправильного перекладу пояснюються саме тим, що перекладач не враховує різницю в смислових структурах і в сполучуваності слів, а також дозволяє ввести себе в оману так званим «помилковим друзям перекладача» або ж грішить невиправданим буквалізмом, який настільки ж небажаний, як і невиправдана вільність перекладу. Буквалізм часто буває наслідком того, що перекладач приділяє всю свою увагу рівню слів і розуміє або думає, що розуміє, зміст окремих слів, перекладаючи їх саме як окремі слова, а не частини органічно пов'язаного цілого, яким є текст.

Характер і способи застосування міжмовних перекладацьких відповідностей багато в чому визначаються особливостями семантики фразеологізмів, що є складним інформативним комплексом. З точки зору вибору перекладацьких відповідностей найважливішими складовими цього комплексу є:

- 1) переносний або образний компонент значення фразеологізму;
- 2) прямий або предметний компонент значення фразеологізму, що формує основу образу;
- 3) емоційний компонент значення фразеологізму;
- 4) стилістичний компонент значення фразеологізму;
- 5) національно-етнічний компонент значення фразеологізму .

Необхідно відзначити, що між вихідною мовою і мовою перекладу не завжди знаходяться мовні паралелі – структурні та семантичні аналогії: однакові моделі фразеологічних поєднань, повний збіг семантичних значень слів, що входять до їх складу. Крім того, пошук міжмовних відповідностей не завжди дає позитивний результат, оскільки і у фразеології спостерігається феномен лакун, тобто таких «одиниць словника однієї з мов, які не мають відповідників у лексичному складі іншої мови». У цих випадках необхідні трансформаційні прийоми і методи перекладу.

## Висновки до Розділу 1

ФО потрактовуємо як конструкції, які, характеризуючись єдністю форми і значення, зберігаються у довготривалій пам'яті мовців і використовуються під час комунікації у готовому вигляді. Єдність форми і значення ФО як конструкцій спирається на силодинамічні відношення й образ-схеми як елементарні доконцептуальні досвідні структури, сформовані внаслідок повторюваної взаємодії індивідів з навколишнім світом. Риторичний аспект уживання ФО в англомовному економічному дискурсі визначається канонами текстобудови, які містять інвенцію, диспозицію, елокуцію й перформацію. На етапі інвенції виникає задум, а також автор статті добирає способи впливу, що й визначає конструкційну семантику ФО.

Фразеологізми пов'язані з етосом, спрямованим на репрезентацію референтів, і пафосом, згідно з яким досліджувані одиниці викликають в аудиторії емоції через апеляцію до задоволення або дефіциту потреб людини: фізіологічних, безпеки, належності, визнання, самоактуалізації. На стадії диспозиції здійснюється лінеаризація змісту статей, відповідно до якої в композиційних блоках на етапі елокуції з'являються досліджувані одиниці як засоби ословеснення думки. Стадія перформації представлена журнальним дискурсом, у якому ФО функціонують.

ФО реалізують свої функції в журнальному дискурсі, який як різновид медіа-дискурсу створює через друкований і електронний канали медійну реальність за межами сприйняття людини, впливаючи на цільову аудиторію. Роль ФО у формуванні медійної реальності визначається узагальненим представленням окремих ситуацій і поглибленим аналізом того, як вони вписуються в більш масштабні мегаподії, які трапилися за довший проміжок часу. У композиції журнальних статей ФО акцентують складники подій у певному ракурсі, які інтерпретуються адресатами через актуалізацію в семантиці ФО локалізаційних, силових і динамічних відношень.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ Й ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

### 2.1 . Вживання фразеологічних одиниць у британському та американському сучасному економічному дискурсі

У сучасній пресі вибір мовних засобів підпорядкований основній прагматичній меті – формування у читача ставлення до об'єктів і ситуацій, відповідної ідеологічної позиції газети чи журналу та думки автора статті. Цією метою визначається значимість індивідуальної авторської інтенції. Сучасна журналістика орієнтується на створення яскравого, привабливого матеріалу. У добу глобалізації та інформаційних технологій, з розвитком реклами та розширенням інформаційних полів, параметр стійкості фактично перетворився на протилежність, тим самим відкривши потенційні можливості для нестандартного вживання ідіом.

Засоби масової комунікації є одним з найсильніших джерел психологічного впливу на людську свідомість, засобом державної пропаганди, особливо у сфері політики. Нині вже нікого не здивуєш, назвами мас-медіа четвертою владою (поряд із законодавчою, виконавчою і судовою). Звичайно, ключовим елементом здійснення впливу на широкі маси населення є мова текстів масової комунікації, яка передбачає можливість їх дослідження як одного з видів комунікативно мовної діяльності. Характерними рисами прагматичної спрямованості текстів виступають їх лексичні показники, під якими розуміємо лексичний елемент публіцистичного стилю. До лексичних показників прагматичної спрямованості американських та англійських публіцистичних текстів відносимо фразеологічні одиниці, okazionalіzми, терміни, метафори, прислів'я, приказки, прецедентні висловлювання [26, с. 144 ].

Трансформації фразеологізмів широко застосовуються як один із

засобів модифікації конвенціонально закріпленого змісту фразеологізмів відповідно до авторської інтенції, що провокує зміну сенсу й аксіологічного компонента висловлювання. Інтерес до вивчення процесів і механізмів формування сенсу пов'язаний з одним з найважливіших питань сучасної лінгвістики – дослідженням когнітивно-функціональної природи мовних засобів.

Специфіку газетно-інформаційних матеріалів складають фразеологізми. Суспільно-політичний стиль більше, ніж будь-який інший є наближеним до художньої літератури. У суспільно-політичних текстах, статтях, оглядах широко використовуються фразеологічні обороти: *(to) miss out* – to miss an opportunity; to fail to make use of an opportunity, *fuddy-duddy* – out of fashion; not modern; an old-fashioned person who doesn't want to change, *scratch the surface* – to only begin to explore or understand something; to deal with something only superficially, *all the rage* – very popular, trendy, *bells and whistles* – fancy features; product features that make a product more premium or expensive but that are not usually necessary; *to lose heart* – to give up hope; to get discouraged, *bottom line* – the main point is...; the conclusion is; *shoot the breeze* – to talk; to chat; to make conversation; *dog-eat-dog world* – a cruel world; a challenging environment in which people just look out for; (the or a) *helping hand* – assistance; help themselves.

Наприклад: «*I don't think we've begun to scratch the surface of efficiency and conservation and where that can get us*»; «*Kaczynski, meanwhile, only reinforced his fuddy-duddy image when he admitted while prime minister that he did not have a bank account and instead deposited*» [61]; «*According to a statement he gave to reporter to Stephen A. Smith, NBA superstar Allen Iverson plans to call it quits*» [33]; «*Tonight we didn't play well; that's the bottom line*»; «*In the dog-eat-dog world of the bazaar, rumors of the premature demise of a competing shop and/or owner aren't unusual*»; «*Sports fans have a new place to gather online and shoot the social-networking breeze*».

Як свідчить аналіз, американських та британських публіцистичних

текстів економічної галузі, вони характеризуються прагматичною спрямованістю, яка накладає певні вимоги на відбір і характер функціонування лексичних засобів, якими оперує преса. По-перше, часу на обробку інформації у журналістів мало, тому їм доводиться використати кліше, по-друге, пресу часто читають за обідом, в метро, тому статтю треба передати коротко, повідомити основні факти і при цьому справити на читача певне емоційне враження, навіть якщо він її не дочитає до кінця.

Щоб донести за таких умов до читача повідомлення, мова публіцистичних текстів передбачає активне використання експресивних мовних засобів, серед яких головне місце займають фразеологізми [21, с. 148]. Фразеологізми мають усі потрібні для газетної мови характеристики, тобто вони є яскравими, влучними, експресивними і повинні надавати повідомленню певне оцінне забарвлення. В той же час фразеологічні одиниці, відповідно до загальної тенденції англійської мови до функціональних змін, набувають нових незвичайних форм, використання яких допомагає ефективніше впливати на свідомість читача, оскільки відомо, що будь-яка новизна змісту і форми передбачає прагматичну новизну і, відповідно, викликає зацікавленість [23, с. 178].

Впливова функція газетно-публіцистичного стилю особливо яскраво проявляється в синтаксисі. З різноманітного синтаксичного репертуару публіцистика відбирає конструкції, які володіють значним потенціалом впливу. На тлі книжного в цілому синтаксису публіцистики розмовні конструкції виділяються стилістичною новизною [25, с. 178]. Отже, мовні особливості зумовлюються їх функціональним призначенням – поданням матеріалу в сенсаційнішому виді з метою залучення більшої кількості читачів, тобто забезпеченням нормального функціонування самої газети. Залежно від тематики і жанру в газетах використовується різноманітна лексика і фразеологія. Певну її частину складає суспільно-політична лексика. Значну частину лексики газетного економічного напрямку складають загальнолітературні слова і різні терміни: і ті й інші у

відповідному контексті можуть переосмислювати і набувати публіцистичного забарвлення. У мові газет широко поширені різні мовні стереотипи (стандарти, кліше).

Таким чином, засоби масової інформації мобілізують усі можливості, усі ресурси мови для впливу на розум і почуття читачів, тому що йдеться про ту сферу функціонування мови, яка формує політичне мислення, громадянську позицію, відображає певний рівень соціально-культурного розвитку суспільства і його члена. Висвітлення лексичних проблем засобів масової комунікації в інформаційному просторі вимагає ретельного й усебічного вивчення. Мова як основний засіб спілкування, безпосередній виразник духовної культури народу, його ментальності, знаходиться в постійному русі. Мова публіцистики дає багатий матеріал для досліджень у галузі порівняльної стилістики британського й американського варіантів англійської мови.

Для аналізу частоти вживання англійських фразеологізмів в Британській та Американській економічній пресі були проаналізовані матеріали таких відомих британських газет як «The Times», «The Daily Telegraph», «The Guardian», а також були проаналізовані статті американських видань, таких як The Washington Post, The Wall Street Journal, The New York Times.

Основними темами публікацій, розглянутих в процесі дослідження, були:

1. Боротьба з тероризмом;
2. Боротьба шахтарів за свої права.
3. Обговорення проблем збереження миру.
4. Обговорення проблем боротьби проти Ісламської держави.
5. Соціальні проблеми британської молоді.

В цілому було підібрано 110 статей із загальним об'ємом близько 300 000 друкарських знаків. При цьому ставилося завдання: визначити кількісний склад фразеологізмів в англійських та американських виданнях

протягом трьох останніх років.

Таблиця 2.1.

Частота вживання фразеологізмів в англійській пресі за даними трьох номерів друкованих видань в 2020 році

№ з.п .	Назва видання	Дата номера	Об'єм тексту	Частотність	
				Кількісний показник	%, співвідношення
1.	«The Times»	5 серп. 2020 р.	120 000 знаків	23	33
2.	«The Telegraph»	5 серп. 2020 р.	120 000 знаків	25	36
3 .	«The Guardian»	5 серп. 2020 р.	120 000 знаків	21	31
Разом				69	100

Аналізуючи таблицю 2.1. можна стверджувати, що частота вживання фразеологізмів найвища в газетному виданні «The Telegraph» і становить 36% від загальної кількості вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях.

Графічно частоту вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях за 2020 рік представимо на рис. 1.1 .

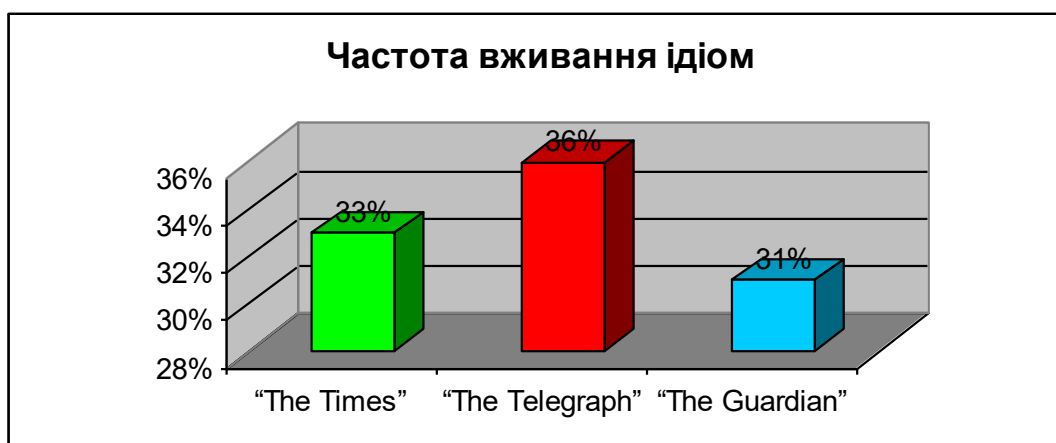


Рис. 1.1. Частота вживання фразеологізмів в аналізованій англійській пресі за 2020 рік

Таблиця 2.2.

Частота вживання фразеологізмів в англійській пресі за даними трьох номерів друкованих видань у 2021 році

№ з.п.	Назва видання	Дата номера	Об'єм тексту	Кількість фразеологізмів	%, фразеологізмів
1.	«The Times»	5 серп. 2021 р .	110 000 знаків	26	29
2.	«The Telegraph»	5 серп. 2021 р.	110 000 знаків	35	40
3.	«The Guardian»	5 серп. 2021 р.	110 000 знаків	28	32
Разом				87	100

Аналізуючи таблицю 2.2. можна стверджувати, що переважаюча частота вживання фразеологізмів в газетному виданні «The Telegraph» збільшилась і становить 40% від загальної кількості вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях.

Графічно частоту вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях за 2021 рік представимо на рис. 2.2.

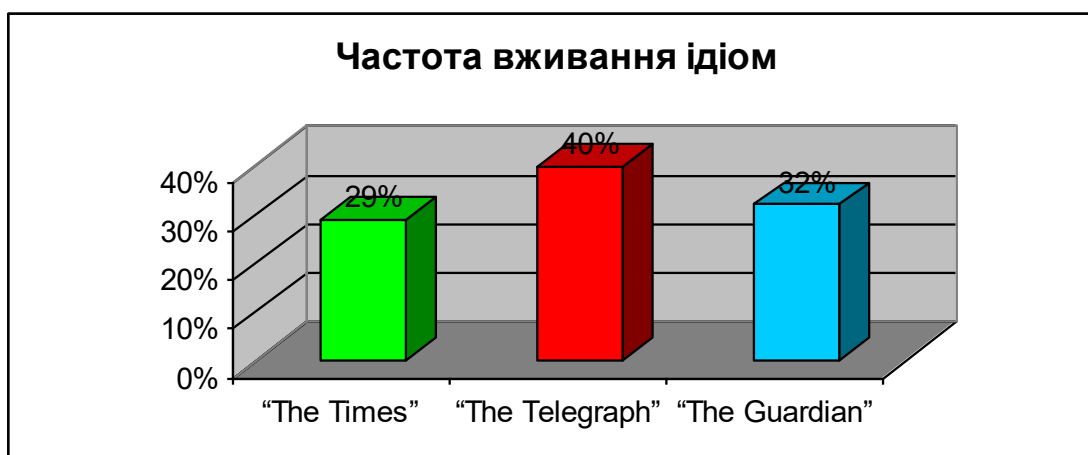


Рис. 2.2. Частота вживання фразеологізмів в аналізованій англійській економічній пресі за 2021 рік

Таблиця 2 .3.

Частота вживання фразеологізмів в англійській пресі за даними трьох номерів друкованих видань у 2022 році

№ з.п.	Назва видання	Дата номера	Об'єм тексту	Кількість фразеологізмів	%, фразеологізмів
1 .	«The Times»	5 серп. 2022 р.	110 000 знаків	26	24
2.	«The Telegraph»	5 серп. 2022 г.	110 000 знаків	37	35
3.	«The Guardian»	5 серп . 2022 р.	110 000 знаків	42	41
Разом				105	100

Аналізуючи таблицю 2.3 . необхідно зауважити, що найвища частота вживання фразеологізмів в газетному виданні «The Guardian» становить 42 % від загальної кількості вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях.

Графічно частоту вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях за 2022 рік представимо на рис . 2.3.

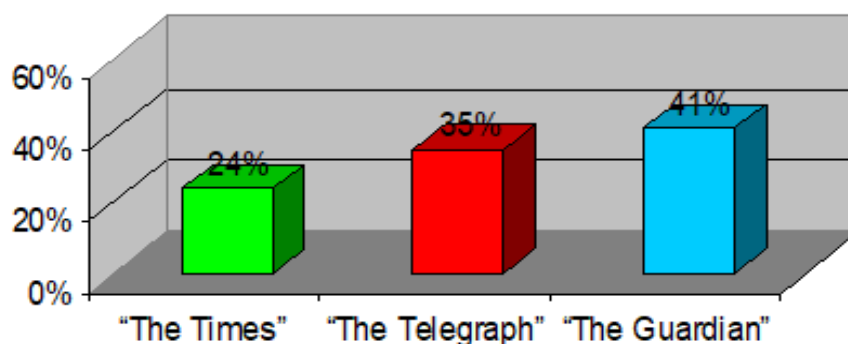


Рис. 2.3. Частота вживання фразеологізмів в аналізованій англійській економічній пресі за 2022 рік

Як видно з таблиць 2.1, 2.2. та 2.3 для всіх британських газет характерне вживання фразеологізмів. Визначимо загальну кількість фразеологізмів в усіх аналізованих номерах . Загальна кількість =  $69+87+105=261$ . На рис 2.4 представимо частоту вживання фразеологізмів в англійській пресі за останні 3 роки .

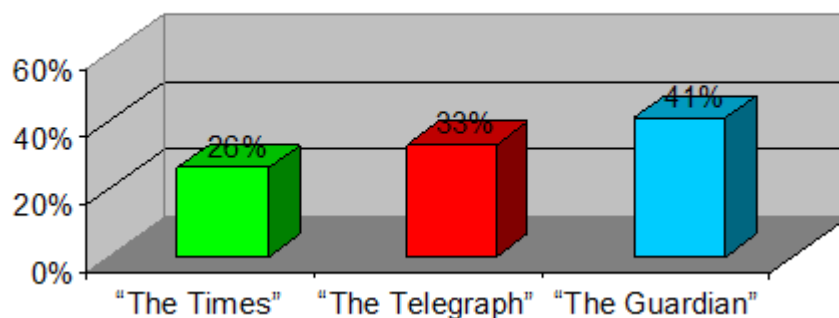


Рис. 2.4. Частота вживання фразеологізмів в газетних економічних виданнях (2020-2022)

Отже, в аналізованих статтях газетних видань загальна кількість фразеологізмів становить 281.

Протягом аналізованого періоду найменша кількість фразеологізмів в текстах зустрічається в газеті «The Times» – 26%, більше – в «The Telegraph» – 33 % і найбільше фразеологізмів присутні у газеті «The Guardian» – 42 %.

Далі аналогічно проведемо аналіз американських економічних видань і визначимо частоту вживання фразеологізмів в текстах та представимо результати в таблицях 2.5, 2.6 та 2.7

Таблиця 2.5.

Частота вживання фразеологізмів в американській пресі за даними трьох номерів друкованих видань у 2020 році

№ з.п.	Назва видання	Дата номера	Об'єм тексту	Кількість фразеологізмів	%, фразеологізмів
1.	The Washington Post	5 серп . 2020 р.	100 000 знаків	30	23
2.	The Wall Street Journal	5 серп . 2020 р.	120 000 знаків	48	37
3.	The New York Times	5 серп . 2020 р.	120 000 знаків	54	40
Разом				132	100

Аналізуючи таблицю 2.5 . можна стверджувати, що найвища частота вживання фразеологізмів в газетному виданні «The New York Times» 40% від загальної кількості вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях.

Графічно частоту вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях за

2020 рік представимо на рис. 2.5.

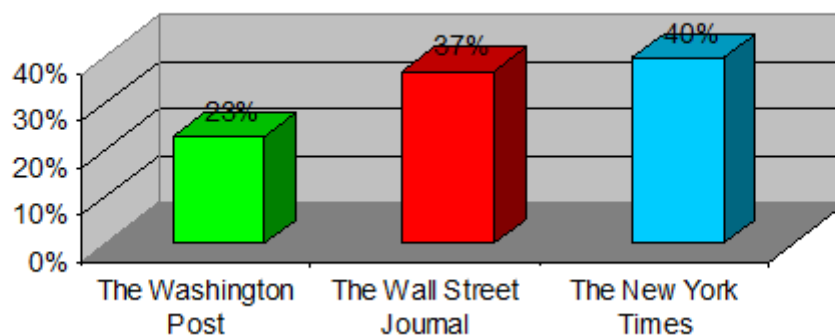


Рис. 2.5. Частота вживання фразеологізмів в аналізованій американській економічній пресі за 2020 рік

Таблиця 2.6.

Частота вживання фразеологізмів в американській пресі за даними трьох номерів друкованих видань у 2021 році

№ з.п.	Назва видання	Дата номера	Об'єм тексту	Кількість фразеологізмів	%, фразеологізмів
1.	The Washington Post	5 серп. 2021 р.	120 000 знаків	45	26
2.	The Wall Street Journal	5 серп. 2021 р.	120 000 знаків	59	35
3.	The New York Times	5 серп. 2021 р.	120 000 знаків	67	39
Разом				171	100

Аналізуючи таблицю 2.6. можна стверджувати, що найвища частота вживання фразеологізмів в газетному виданні «The New York Times» збереглась і становить 39 % від загальної кількості вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях. Показник для The Washington Post зріс на 3%, а для The Wall Street Journal зменшився на 2%.

Графічно частоту вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях за 2021 рік представимо на рис. 2.6.

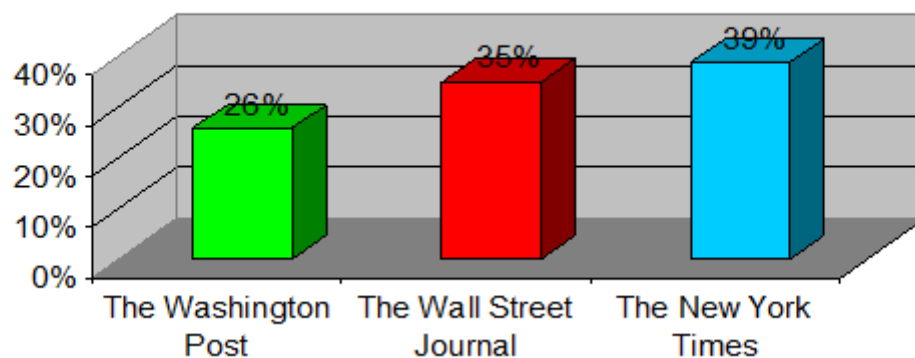


Рис. 2 .6. Частота вживання фразеологізмів в аналізованій американській економічній пресі за 2021 рік

Таблиця 2 .7.

Частота вживання фразеологізмів в американській пресі за даними трьох номерів друкованих видань у 2022 році

№ з.п.	Назва видання	Дата номера	Об'єм тексту	Кількість фразеологізмів	%, фразеологізмів
1 .	The Washington Post	5 серп. 2022 р .	120 000 знаків	55	27
2.	The Wall Street Journal	5 серп. 2022 р .	120 000 знаків	69	34
3.	The New York Times	5 серп. 2022 р .	120 000 знаків	79	39
Разом				203	100

Аналізуючи таблицю 2.7. можна стверджувати , що найвища частота вживання фразеологізмів в газетному виданні «The New York Times» у процентному відношенні збереглась і становить 39% від загальної кількості вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях. Показники для The Washington Post і The Wall Street Journal несуттєво, але знизилися.

Графічно частоту вживання фразеологізмів в аналізованих виданнях за 2022 рік представимо на рис. 2.7.

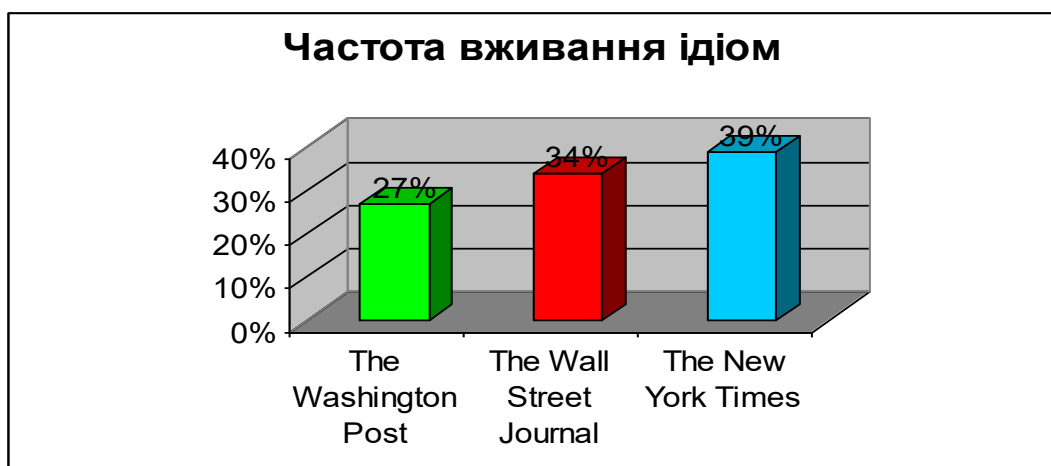


Рис . 2.7. Частота вживання фразеологізмів в аналізованій американській економічній пресі за 2022 рік

Визначимо загальну кількість фразеологізмів по всіх аналізованих номерах . Загальна кількість =  $132+171+203= 506$  На рис 2.8 представимо частоту вживання фразеологізмів за 3 роки в аналізованих виданнях.

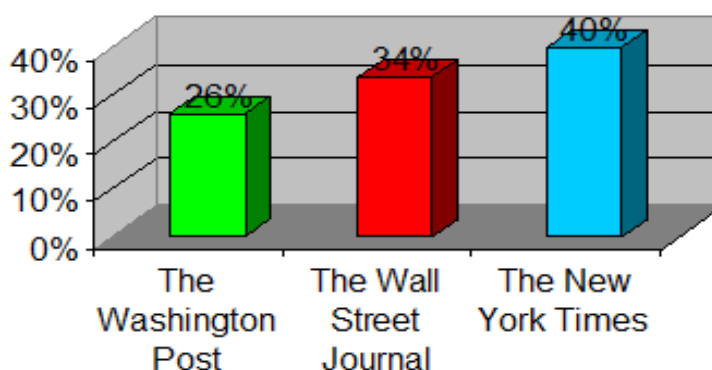


Рис . 2.8. Частота вживання фразеологізмів в аналізованих американських газетних економічних виданнях (2020-2022)

Отже , в аналізованих статтях американських газетних видань загальна кількість фразеологізмів становить 203. Протягом трьох останніх років найменша кількість фразеологізмів в текстах зустрічається в газеті «The Washington Post» – 26%, трохи більше зустрічаються фразеологізми в «The Wall Street Journal» – 34% і найбільше фразеологізмів присутні у газеті «The New York Times» – 40 %.

Як бачимо з таблиць частотність вживання фразеологізмів в англійському та американському економічному дискурсі має тенденцію до

зростання. Це явище пояснюється тим, що журналісти за допомогою фразеологізмів намагаються зацікавити читача змістом своєї роботи, збільшуючи популярність свого друкованого видання.

Аналізуючи використання фразеологізмів в британській та американській пресі слід відзначити, що частота вживання фразеологізмів в американському економічному дискурсі переважає частоту вживання фразеологізмів в британському економічному дискурсі в 1,19 рази.

На рис 2.9. представимо порівняльну частотність вживання фразеологізмів в британських та американських виданнях.

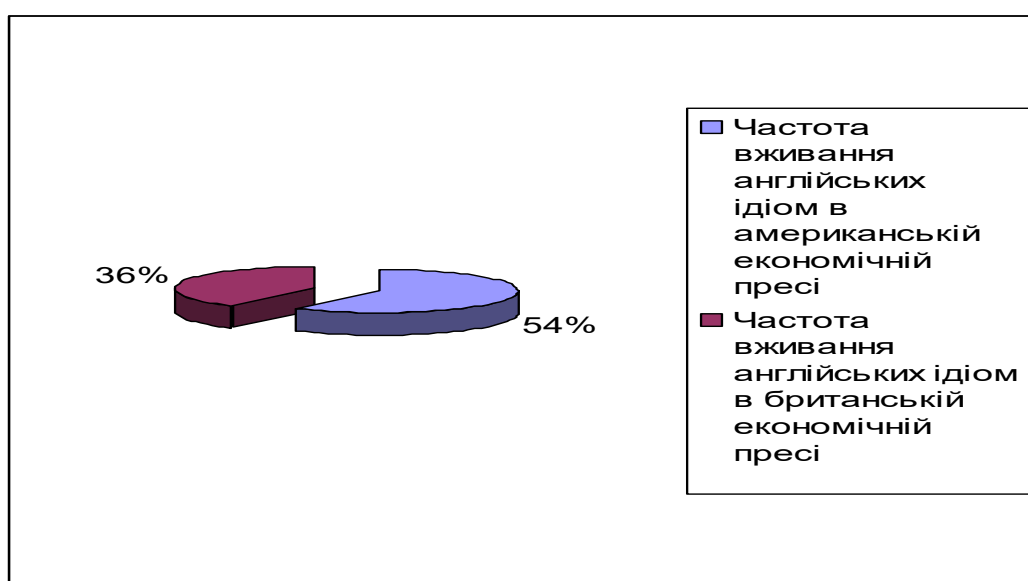


Рис. 2.9. Порівняльна частотність вживання фразеологізмів в сучасному британському та американському економічних дискурсах

Отже, частота вживання фразеологізмів в американській економічній пресі на 18% вища, ніж британській пресі і становить 54% та 36% відповідно.

Проаналізувавши тексти американських газет «The Washington Post», «The Wall Street Journal» та «The New York Times» та англійських газет «The Times», «The Daily Telegraph», «The Guardian» визначенні нами фразеологічні одиниці були поділені за типами й представлені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

## Частота вживання різних типів фразеологічних одиниць

Тип	Кількісний показник фразеологічних одиниць в британських текстах	Співвідношення від загальної кількості фразеологічних одиниць %	Кількісний фразеологічних одиниць в американських текстах	Співвідношення від загальної кількості фразеологічних одиниць , %
1 Фразеологічні зрощення	56	33	76	37
2 . Фразеологічні єдності	43	25	26	13
3 . Фразеологічні сполучення	52	30	62	31
4 . Фразеологічні вирази	20	12	39	19
Всього :	171	100	203	100

Отже аналізуючи таблицю 2.8 слід відзначити, що в англійській економічній пресі в текстах переважають фразеологічні зрощення – 33%, на другому місці фразеологічні сполучення – 30 %, на третьому місці – фразеологічні єдності – 25% і на четвертому місці фразеологічні вирази – 12%. В американській економічній пресі переважають також фразеологічні зрощення – 37% від загальної кількості фразеологізмів, на другому місці фразеологічні сполучення 31%, на третьому місці фразеологічні вирази – 19%, на четвертому місці фразеологічні єдності – 13%.

Графічно співвідношення зустріваності різних типів фразеологічних одиниць в британських та американських економічних текстах представимо на рис. 2.10.

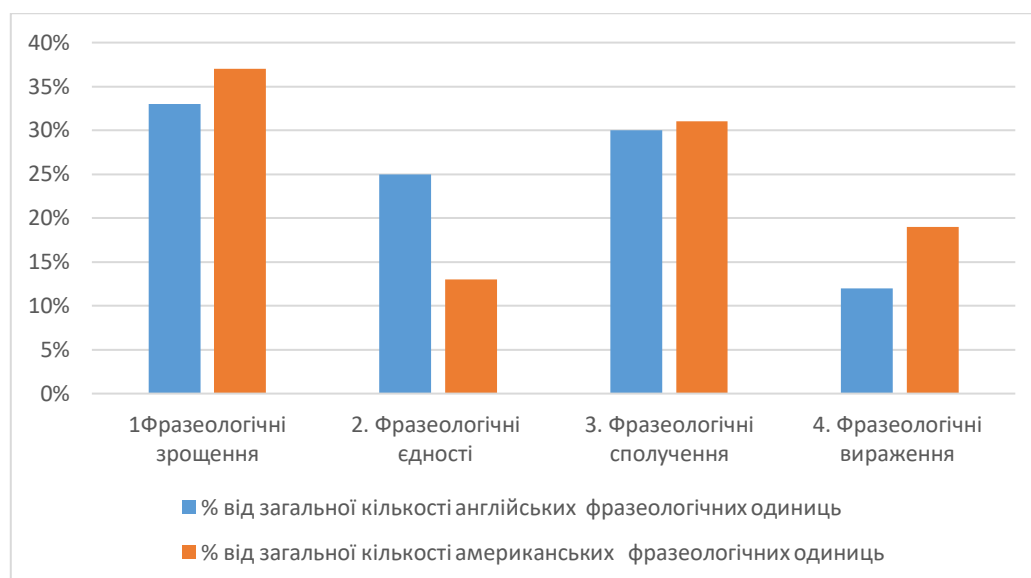


Рис . 2.10. Співвідношення зустріваності різних типів фразеологічних одиниць в британських та американських економічних текстах

Порівнюючи відношення кількості фразеологічних одиниць в британській та американській пресі можна сказати що фразеологічні зрощення зустрічаються на 4% більше в американській економічній пресі ніж в британській, фразеологічні єдності на 12% частіше зустрічаються в британській пресі, фразеологічні сполучення на 1% більше зустрічаються в американській пресі, фразеологічні вирази на 7% частіше зустрічаються в американських текстах.

## 2.2. Структурні особливості та способи перекладу англомовних фразеологічних одиниць

Як зазначає С. Якимчук, у дослідженнях фразеологізмів британського та американського варіантів часто висловлюється думка про те, що одиниці основних діатопічних варіантів англійської мови (британського й американського) знаходяться в постійній зміні, є категоріями динамічними.

У структурному плані ці варіанти, як відомо, представляють собою перехрещенні системи або мікросистеми, що входять в макросистему єдиної літературної мови, і характеризуються наявністю їх «загального ядра», що обслуговує носіїв того чи іншого варіанту [5, с. 52].

Аналіз британських і американських фразеологізмів з точки зору їх походження і сучасного вживання, чинників, що лежать в основі визначення [7, с. 158 ], показує, що фразеологічні мікросистеми двох варіантів англійської мови неоднорідні і представлені декількома типами:

А. Кунін виокремлює три групи фразеологічних одиниць за походженням:

1) фразеологізми, що виникли і функціонують на британському або американському ґрунті;

2) фразеологізми, що виникли на британському чи американському ґрунті, але функціонують також в інших національних варіантах англійської мови ;

3) фразеологізми-запозичення.

Більш детально розглянемо та проаналізуємо кожен групу.

I. Одиниці цієї групи лінгвістично оформилися на британському та американському ґрунті і використовуються переважно в британському або американському варіанті . Тут можна виділити:

а) фразеологізми-позначення явищ , загальних для розглянутих варіантів. Семантика виявлених британських і американських соматичних фразеологізмів відображає різні сторони життя і діяльності людини. Характерними для них є, перш за все, мотиви людських відносин , дій і вчинків, різних психофізіологічних станів, а також означення рис характеру і зовнішності людини , повсякденних предметів тощо.

Фразеологізми даної підгрупи мають фразеологічні варіанти і синоніми серед одиниць «загального ядра» (далі GE), а також фразеологічних одиниць іншого варіанту – британського (Br) або американського (Am):

*rub elbows with smb (Am) // rub shoulders with smb (Br) «spend time with famous people»;*

*give smb the elbow (Br) // turn one's back on smb (GE) «закінчити взаємовідносини з будьким»;*

*get (put) one's head down (Br) // get some shut eye (Am)* «поспати».

б) фразеологізми, що є єдиними позначеннями предметів і явищ, широко поширених у Великобританії / США :

*blood and guts Nautical (Br)* «прапор торгового флоту Великобританії»;

*horse's neck (Br)* «кінська шия» (імбирний ель з коньяком або іншим міцним спиртним напоєм);

*bull's eye (Br)* «бичаче око» (круглий, часто смугастий льодяник);

*red eye (Am)* «a drink of beer mixed with tomato juice»;

*a Purple Heart (Am)* «Пурпурне серце» (медаль за поранення, що вручається солдатам США ; була введена в 1782 р).

Одиниці цього типу характеризуються відносною стабільністю у фразеологічних мікросистемах розглянутих варіантів, проявляючи стійкість до нейтралізації локальної ознаки протягом довготривалого часу, про що свідчить збіг в словниках як сучасного типу, так і тих, які побудовані на історичних принципах .

II. Фразеологізми, що виникли на британському чи американському ґрунті, але функціонують також в інших національних варіантах англійської мови, зокрема, в австралійському (Au) і канадському (Can). Проникнення і функціонування британських і американських фразеологізмів в Au і Can зумовлені, перш за все, спільністю мовної системи, в даному випадку – загальноанглійським компонентним складом, оскільки досліджувані фразеологізми не містять яскраво виражених британських і американських маркерів в їх структурі, що значно полегшує цей процес. Безумовно, появи британських і американських одиниць в Au і Can сприяють і постійні контакти між варіантами .

III. Фразеологізми-запозичення, що зачіпають досліджувані варіанти (Br, Am), а також їх «загальне ядро». Наявність подібних одиниць ще раз переконливо демонструє складні відносини на рівні макросистеми англійської мови і мікросистем американського і британського варіантів, що виражаються в їх взаємодії і взаємопроникненні [3 ; 4; 6; 9]. Необхідно

окреслити два напрями запозичення:

1) фразеологізми, що виникли на британському ґрунті, але перейшли в загальний англійський фразеологічний корпус. Багато фразеологізмів даної групи виникли завдяки традиціям, звичаям, фактами історії країни, відомим політичним, історичним, культурним діячам Великобританії. Широка сфера вживання сприяла їх поступовому переходу в загальноанглійський фразеологічний корпус, де вони і закріпилися. Наведемо кілька прикладів.

2) фразеологізми, що виникли на американському ґрунті, були використані в британському варіанті – досить численна група. Велика кількість фразеологізмів американського походження функціонують в даний час в британському варіанті і не сприймаються як запозичені. Ось деякі приклади: *plays of blood and thunder* «Кривава мелодрама», *blue noses* «Сині носи» [натяк на суворий клімат Нової Шотландії], *put a new face on to smth* «уявити щось в новому світлі».

Причинами американо-британських запозичень є посилений вплив США на Великобританію в економічному, політичному, культурному та повсякденному житті, зростаюча роль засобів масової інформації в ХІХ-ХХ ст.

Дослідження показує, що основною причиною запозичення американських соматичних фразеологізмів в британський варіант є потреба британського варіанту в оновленні експресивних засобів. Такі фразеологізми-американізми розширюють і збагачують синонімо-варіантні ряди британізмів: *stick one's neck out* (амер., розм.) – *chance one's arm* (Br, inf) // *put one's head below the parapet* (Br) // *put one's head in (into) a noose* (GE) // *put one's head into the lion's mouth* (GE) «наражатися на небезпеку, ризик, ризикувати».

Іншою важливою передумовою запозичення фразеологізмів-американізмів в британський варіант є його потреба в усуненні безеквівалентних смислових прогалін, тобто потреба в таких стійких поєднаннях, які замінювали б описові визначення предметів і явищ

дійсності. Так, наприклад, були запозичені такі американські фразеологізми: *blue noses* «Сині носи» (назвиська канадців осіб. з Нової Шотландії) [натяк на суворий клімат Нової Шотландії], *put the finger on (to)* «показати вбивці намічену жертву, винести вирок», *run one's face for (to)* (амер., розм.) «придбати в кредит, домогтися успіху завдяки привабливій зовнішності, ввічливому поводженню», *spill one's guts* «проговоритися, видати секрет, доносити в поліцію про своїх друзів» і деякі інші.

Класифікація фразеологізмів з точки зору семантичної неподільності їх компонентів належить академіку В. Виноградову [25, с. 178]. Як відомо, фразеологізми виникають з вільного поєднання слів, яке вживається в переносному значенні. Поступово переносність забувається, стирається, і поєднання стає стійким. Залежно від того, наскільки стираються номінативні значення компонентів фразеологізму, В. Виноградов ділить їх на чотири типи: «фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення, фразеологічні вирази» [6, 89]. Розглянемо ці типи фразеологічних одиниць в англійських та американських економічних текстах.

Фразеологічні зрощення, або ідіоми – це абсолютно неподільні, нерозкладні стійкі поєднання, загальне значення яких не залежить від значення складових їх слів: *kick the bucket* (розм.) – загнутися, померти; протягнути ноги; *piece of cake* – дуже легка робота; *to keek one's heels* – втрачати даремно час; *at bay* – загнаний в безвихідне становище; *be at smb's beck and call* – бути завжди готовим до послуг; *to knock off* – припинити роботу (на деякий час); *to be all thumbs* – бути незручним, незграбним; *call it a day* – закінчити певний період роботи.

Фразеологічні зрощення виникли на базі переносних значень їх компонентів, але згодом ці переносні значення стали незрозумілі з точки зору сучасної мови. Наприклад, слова «*bay*», що означає «глухий кут», і «*beck*» – «помах руки» є архаїзмами і ніде, крім згаданого вище фразеологізму не вживаються. Або, наприклад, вираз *to be all thumbs*

історично походить від виразу *one's fingers are all thumbs*. Подібне спостерігаємо у фразеології *Kilkenny cats* (яке, мабуть, походить від легенди про запеклу боротьбу між містами Kilkenny і Irishtown в XVII столітті, що призвело до їх руйнування і *send smb. to Coventry* (в книзі Кларендона «The History of the Great Rebellion and Civil Wars in England» розповідається, що під час англійської революції в місті Ковентрі знаходилася в'язниця, в якій містилися засланці роялісти).

Таким чином, у фразеологічних зрощеннях втрачено зв'язок між прямим і переносним значеннями, переносне для них стало основним. Саме тому фразеологічні зрощення складно перекладати на інші мови.

Фразеологічні зрощення мають низку характерних ознак: до їх складу можуть входити так звані некротизми – слова, які ніде, крім даного зрощення, не вживаються, незрозумілі внаслідок цього з точки зору сучасної мови; в складі зрощень можуть бути архаїзми; вони синтаксично неподільні; у них неможлива в більшості випадків перестановка компонентів.

Втрачаючи своє самостійне лексичне значення, «... слова, що входять до структури фразеологічного зрощення, перетворюються в компоненти складної лексичної одиниці, яка наближається за значенням до окремого слова» [23, с. 73]. Тому багато фразеологічні зрощень синонімічні словами: *to sack person* – *to dismiss*; *to shirk work* – *to idle*, *brown study* – *melancholy*, *to pack it up* – *to live*, *to play hockey* – *to miss*, *can it* – *to cancel*, *in the bag* – *important*. Але не варто забувати, що з точки зору стилістики фразеологічна одиниця і слово далекі один від одного.

Фразеологічні єдності – це такі стійкі поєднання слів, в яких за наявності загального переносного значення чітко зберігаються ознаки семантичної роздільності компонентів: *to spill the beans* – видати секрет; *to burn bridges* – спалювати мости; *to have other fish to fry* – мати справи важливіші; *to throw dust into smb's eyes* – заговорювати зуби; *to burn one's fingers* – обпектися на чому-небудь; *to throw mud at smb* – поливати брудом;

*to be narrow in the shoulders* – не розуміти жартів; *to paint the devil blacker than he is* – згущувати фарби; *to put a spoke in smb's wheel* – вставляти палиці в колеса; *to hold one's cards close to one's chest* – тримати що-небудь в секреті, не розголошувати що-небудь, мовчати, тримати язик за зубами; *to gild refined gold* – золотити чисте золото, намагатися поліпшити, прикрасити що-небудь і без того досить добре; *to paint the lily* – підфарбувати колір лілії, намагатися поліпшити або прикрасити щось не потребує поліпшення.

Як зазначає А. Кунін, фразеологічні єдності з часом мають здатність зближуватися з фразеологічними зрощеннями своєю образністю, метафоричністю [20, с. 50]. Але на відміну від фразеологічних зрощень, де образний зміст розкривається лише діахронічно, у фразеологічних єдностях образність, переносність усвідомлюється з точки зору сучасної мови.

Зв'язок між компонентами фразеологічного єдності мотивована, виразно відчувається метафоризація [20, с. 51]. Для розуміння фразеологічної єдності необхідно його компоненти сприймати в переносному значенні. Наприклад, зміст виразу *make a mountain out of a molehill* – робити з мухи слона, тобто сильно перебільшувати що-небудь (буквально, робити гору з горбка нірки крота), розкривається тільки в тому випадку, якщо слово *molehill* розглядати в значенні «щось незначне, маленьке», а слово *mountain* – «щось дуже велике». У складі фразеологічних єдностей немає слів, незрозумілих з точки зору сучасної мови.

Перерахуємо характерні ознаки фразеологічних єдностей:

1) яскрава образність та можливість збігу з паралельно існуючими словосполученнями (прикл.: *to throw dust into smb.'s eyes*, *to be narrow in the shoulders*, *to burn one's fingers*, *to burn bridges*);

2) збереження семантики окремих компонентів (*to put a spoke in smb.'s wheel*);

3) неможливість заміни одних компонентів іншими (*to hold one's cards close to one's chest*);

4) емоційно-експресивна забарвленість відіграє вирішальну роль (*to*

*throw dust into smb. 's eyes, to paint the devil blacker than he is*);

5) здатність вступати в синонімічні відносини з окремими словами або іншими фразеологізмами (*to gild refined gold = to paint the lily*).

Фразеологічні сполучення – це усталені звороти, до складу яких входять слова і з вільним, і з фразеологічні пов'язаним значенням: *a bosom friend* – щирий друг, *a pitched battle* – запекла сутичка, *(to have) a narrow escape* – врятуватися дивом, *to frown one's eyebrows* – насупити брови, *Adam's apple* – адамове яблуко, *a Sisyfean labor* – Сізіфова праця, *rack one's brains* – ламати голову (посилено думати, згадувати).

На відміну від фразеологічних зрощень і фразеологічних єдностей, що володіють цілісним нерозкладним значенням, фразеологічні сполучення, як зазначає А. Швейцер, характеризуються смисловим розкладенням [23, с. 75]. В цьому відношенні вони зближуються з вільними словосполученнями.

Характерні ознаки фразеологічних сполучень:

1. в них допустима варіантність одного з компонентів (*a bosom friend* – щирий друг, *a bosom buddy* – щирий приятель);

2. можлива синонімічна заміна стрижневого слова (*a pitched battle* – запекла сутичка, *a fierce battle* – люта сутичка);

3. можливе включення визначень (*he frowned his thick eyebrows* – він насупив густі брови);

4. допустима перестановка компонентів (*a Sisyfean labor* – Сізіфова праця, *a labor of Sisyphus* – праця Сізіфа);

5. обов'язково вільне вживання одного з компонентів і пов'язане вживання іншого (*a bosom friend* – щирий друг: нерозлучним не може бути ворог або хто-небудь інший).

Фразеологічні вирази – це звороти з буквального значенням компонентів. До складу фразеологічних виразів включають численні англійські прислів'я та приказки, які вживаються в прямому значенні. Такі прислів'я не мають образного алегоричного сенсу: *live and learn* – вік живи, вік учись; *better untaught than ill taught* – краще бути невченим, ніж

неправильно вченим; *many men, many minds* – скільки голів, стільки й умів; *easier said than done* – легше сказати, ніж зробити.

### 2.3. Текстові функції фразеологізмів

Текстові функції ФО пов'язані з диспозицією, оскільки досліджувані одиниці розміщуються у композиції статей, і з елокуцією, адже ФО є одним із засобів вербалізації структурованого змісту. Диспозиційно-елокутивні функції фразеологізмів полягають в акцентуванні на фрагментах повідомлень за рахунок розподілу ФО між комунікативними блоками журнальних статей – заголовком, інтродуктивним абзацом, блоками головної і попередніх подій, загального контексту, коментарів і завершальним абзацом [20, с. 71–93].

Роль ФО у композиції статей реалізується текстовими функціями, зосередженими навколо зображення головної події згідно з композиційно-смысловими відношеннями характеристизації, наслідку й причини, емпатизації та контрасту; і локальними функціями, які в окремих блоках підкреслюють додаткову інформацію, що не впливає на висвітлення головної події – фонова, метадискурсивна, результувальна і перспективна, з-поміж яких дві останні об'єднують у підгрупу інферативних, задіяних в заключних абзацах.

Текстові функції ФО реалізуються у монофразеологічних статтях лише однією ФО, а в поліфразеологічних текстах – від двох до восьми ФО, які розподіляються між комунікативними блоками, взаємодіючи між собою або з іншими номінативними одиницями. Розглянемо спочатку текстові функції ФО, сфокусовані на представленні головної події, а за ними локальні функції досліджуваних одиниць.

Функції ФО реалізуються, орієнтуючись на заголовок і на текст. Орієнтовані на заголовок функції полягають у кореляції значень як фразеологічних, так і нефразеологічних одиниць заголовків з ФО в тексті через відношення наслідку й причини, а також емпатизації. Фразеологізми

акцентують на рисах учасників подій або стані справ у всіх блоках, крім заголовків, спираючись на відношення характеристики й контрасту.

Характеристична функція ФО полягає в акцентуванні в інтродуктивному абзаці, блоках головної і попередніх подій, контексту на різних характеристиках зображуваного референта у моно- і поліфразеологічних журнальних повідомленнях. 62 монофразеологічні статті (20,3% від проаналізованих текстів) спираються на відношення «референт – акцентування на його характеристиках». ФО у 82 поліфразеологічних статтях (23,6%), забезпечують характеристику одного або кількох референтів.

Характеризація учасників подій у монофразеологічних статтях полягає в акцентуванні на певній рисі особи чи організації за допомогою однієї ФО в інтродуктивному абзаці (10 уживань), блоці головної події (22 уживання), контексту (20 уживань) і вербальних реакцій (8 уживань). В інтродуктивному абзаці, який розширює зміст заголовка, ФО усіх семантичних груп характеризують нові або вже відомі суспільно-економічні події в аспекті задоволення або дефіциту базових потреб. У блоках головної події і контексту характеристична функція спрямована на зображення головних учасників подій у ракурсі їхньої успішної діяльності, тобто самоактуалізації, одиницями на позначення фокусування (ФЄ *to have one's eye on*), статусу (ФС *to come to power, to take office*), бенефактивності (ФЄ *to bear fruit, to reap the benefits of*), руху (ФЄ *to take a step, at every turn, to pave the way for*).

Функція характеристики невдалої діяльності основних осіб чи організацій, тобто дефіциту їхньої самоактуалізації, виконується за допомогою ФО з семантикою відхилення від траєкторії руху (ФЄ *to be out of the running*), перешкоджання (ФЗ *to be in the red*) або шкоди (ФЄ *lame duck, to get the sack*). Реалізація характеристичної функції в інтродуктивному абзаці представлена у двох статтях оцінною ФЄ *to be on the rise* «підвищуватися, іти вгору» і ФЄ *to play havoc with* «підривати» з

семантикою шкоди акцентують на негативних економічних процесах в США й рисах людей відповідно. В інтродуктивному абзаці статті під заголовком *College Credit* (Newsweek 27.09.2020) аксіологічна ФЄ *to be on the rise* описує зростання боргів негативно : *Like tuition, college credit-card debt is on the rise*. У наведеному висловленні борг студентів по кредитним карткам (*credit-card debt*) характеризується ФЄ *to be on the rise* в аспекті зростання через співвіднесення за рахунок іменника *rise* з рухом УГОРУ, акцентуючи на дефіциті безпеки у сфері фінансів внаслідок збільшення боргів. Водночас в інтродуктивному абзаці статті під заголовком *There Will Be Exports* (Newsweek 29.11.2020) ФЄ *to play havoc with* «створювати безлад» зі значенням шкоди характеризує американців в аспекті завдання збитків: (1) *The United States is known throughout the world as a pathetic energy hog. Americans' insatiable need for gas and electricity plays havoc with trade flows (petroleum-related imports accounted for 38 percent of the trade deficit in September) and sustains hostile, undemocratic governments like those in Venezuela and Iran*. У наведеному інтродуктивному абзаці ФЄ *to play havoc with* характеризує американців як джерело ПОЗБАВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ, з ціллю якого співвідносяться торгові потоки (*trade flows*), формуючи ефект втрати економічної небезпеки внаслідок великої потреби в енергоносіях (*need for gas and electricity*), яка не дозволяє їхній експорт.

Реалізація характеристичної функції ФО у блоках головної події проаналізованих монофразеологічних статей спрямована на акцентування на діяльності головних учасників зображуваної ситуації в аспекті їхньої самоактуалізації або її відсутності, демонструють статті про глав двох держав – індійського прем'єр-міністра Сінгха і мексиканського президента Кальдерона. У статті під заголовком *A New Deal for India's Masses* (Newsweek 15.06.2019) ФЄ *to have one's eye on* «хотіти», заснована на візуальному сприйнятті, характеризує прем'єр-міністра Індії в аспекті його прагнення до самоактуалізації у проведенні реформ, а в іншому тексті під заголовком *Mexico Victory Signs* (Newsweek 27.09.2010) статусне ФЄ *to take*

*office* «зайняти посаду» зображує президента Мексики в ракурсі реалізації самоактуалізації. У першій статті прем'єр-міністр Індії характеризується у плані прагнення до успішної діяльності, пов'язаної з проведенням реформ: *While it includes many long-delayed, business-friendly reforms [...], the real surprise is that Singh, an unassuming economist, now has his eye on another prize: revolutionizing governance in India's rural hinterland.* У наведеному фрагменті характеристика індійського прем'єр-міністра Сінгха (Singh) ФЄ *to have one's eye on*, заснованою на візуальному сприйнятті, в аспекті прагнення до реформування управління сільськими місцевостями (*revolutionizing governance in India's rural hinterland*) створює ефект бажання політика самоактуалізації. У блоці головної події іншого тексту глава Мексики характеризується ФС *to take office* на позначення статусу в аспекті досягнення найвищої державної посади: *Nearly a dozen major cartel leaders have been arrested or killed since Calderon took office in 2006, and only two cartels, the Sinaloa and Gulf organizations, remain intact.* У наведеному прикладі ФС *to take office* характеризує президента Кальдерона (Calderon) як успішного політика, котрий досягнув вершини статусної ВЕРТИКАЛІ, створюючи ефект самоактуалізації.

За характеристичної функції ФО у блоці контексту, в якому повідомляється про супутні події, акцентують на самоактуалізації або її дефіциті в установах, осіб чи громадсько-політичних об'єднань або забезпечують опис загальних умов розгортання головної події. Утілення характеристичної функції у блоці контексту ілюструє приклад статей, у яких ФО зображають політиків і громадсько-політичні об'єднання в аспекті їхньої самоактуалізації і її дефіциту відповідно. Характеристика об'єднання осіб, представленого шиїтами, в ракурсі їх самоактуалізації, пов'язаної з застосуванням влади, здійснюється ФС *to be in charge* «бути старшим, на чолі» зі значенням примушення у блоці контексту статті під заголовком *Iraq Plays It Cool: Perhaps most important, Shiites today are less likely to be provoked. As Iraq's majority, they are much more confidently in charge than they were in*

2006, and extremists have been marginalized (Newsweek 24 /31.08.2019). У наведеному блоці контексту шиїти (*Shiites*) характеризуються в ракурсі застосування влади ФС *to be in charge*, яке співвідносить угруповання з джерелом ПРИМУШЕННЯ, формуючи ефект суспільної самоактуалізації шиїтів, на високий ступінь якої вказує сполучення аналізованого ФС із фразою *much more confidently*.

Характеристика політика – колишнього президента Куби – у плані припинення його політичної діяльності здійснюється ФЄ *to be out of the running* «вийти з гри» у статті під назвою *Raving Mad Monster* (Newsweek 5.09.2011) про занепад диктатури у світі: (3) *Fidel Castro's occasional five-hour speeches to the Central Committee of the Communist Party of Cuba are a thing of the past now, so he is out of the running, and his brother Raul, is positively mousy by comparison*. У наведеному прикладі колишній глава Куби Фідель Кастро (*Fidel Castro*) характеризується в аспекті завершення політичної діяльності за допомогою ФЄ *to be out of the running* із семантикою припинення руху, котра співвідносить Кастро із траєктором, який зійшов зі шляху, що додатково підкреслюється словосполученням *a thing of the past now*, створюючи ефект втрати президентом Куби репутації .

Отже, у монофразеологічних статтях характеристична функція ФО представлена у статтях політичної і ділової тематики за допомогою фразеологізмів, заснованих на локалізаційних, силових, кінетичних і комплексних відношеннях. Характеристична функція ФО забезпечує виокремлення нових або, навпаки, вже відомих складників зображуваної ситуації в інтродуктивних абзацах, опис головних учасників ситуації у блоках головної події. ФО зображують другорядних учасників у блоці контексту, створюючи фон для розгортання головної події.

Послідовна і паралельна характеристика учасників подій у поліфразеологічних статтях полягає в увиразненні рис осіб, установ, держав, подій різною кількістю одиниць – від двох до восьми. Характеристична функція реалізована у 35 поліфразеологічних текстах

(23,65% від загальної вибірки проаналізованих статей). З урахуванням кількості зображуваних учасників подій, представлених особами, установами чи державами, функція характеристизації реалізується двома варіантами втілення: моно- та поліреферентним. За монореферентного всі ФО у статті характеризують одного учасника події, а за поліреферентної характеристичної функції різні ФО зображають два-чотири референти, переважно представлених особами. Монореферентна характеристизація, що полягає у зображенні одного з учасників подій кількома ФО, реалізується двома різновидами послідовності одиниць: наскрізлотекстовим, за якого референт характеризуються ФО як у заголовку, так і ФО в тексті; та внутрішньотекстовим, коли фразеологізми, вжиті інтродуктивному абзаці, блоках головної і попередньої подій, загального контексту, не взаємодіють з одиницями заголовка. Функція монореферентної характеристизації учасників утілена в статтях про економічні й суспільнополітичні явища і громадських діячів. Функція наскрізлотекстової послідовної характеристики учасників подій представлена лише однією статтею під назвою *America's Fatal Flaw* (Newsweek 24/31.08.2019). У ній заголовна ФЄ *fatal flaw* з семантикою шкоди характеризує помилки, допущені американською владою в розпал фінансової кризи 2008 року, які додатково зображені двома ФЄ: *to take place i to leave much to be desired* заснованих на сило-динамічній активності й ВЕРТИКАЛІ відповідно: (7) *The political debate that is taking place is unreal, with conservatives suggesting that Obama is endorsing euthanasia and murder boards, and turning America into Russia. [...]. The lack of serious discussion is a tragedy, because the Democrats' proposals leave much to be desired.* У наведеному блоці контексту як помилковий характеризується, з одного боку, перебіг політичних дебатів (*political debate*), співвідносних за допомогою ФЄ *to take place* з Агоністом з тенденцією до руху, на негативний характер якого вказують одиниці *euthanasia, murder boards, turning America into Russia*, а з іншого боку, як помилкові характеризуються ідеї демократів (*Democrats' proposals*) аксіалогічною ФЄ *to leave much to be desired* із семантикою

негативної оцінки, концептуалізованої як недосягнення вершини КІЛЬКІСНОЇ ВЕРТИКАЛІ, активованої прислівником *much*.

Взаємодія двох аналізованих ФЄ, підпорядкованих заголовній одиниці *fatal flaw* зі значенням шкоди, створює ефект порушення суспільної безпеки внаслідок допущених політиками помилок. Внутрішньотекстова монореферентна характеристика учасників подій реалізується у статтях про громадських діячів в інтродуктивному абзаці, блоках головної події і контексту, виокремлення їх найбільш важливі риси в аспекті самоактуалізації чи репутації або їх дефіциту. В текстах із двома ФО аналізовані одиниці розподіляються між інтродуктивним і заключним абзацами, створюючи найбільш сильні початкове і кінцеве враження про учасника події; або зосереджені у блоках головної події, де акцентують на важливих рисах головного учасника зображуваної ситуації; контексту чи коментарів для привернення додаткової уваги до другорядних учасників подій.

Статті з трьома-шістьма ФО розглядаємо разом, оскільки у них фразеологізми зустрічаються в усіх текстових блоках. У статтях із двома і більше ФО функція внутрішньотекстової монореферентної характеристики виокремлює учасників ситуації в аспекті успішного або невдалого початку діяльності одиницями зі значенням внутрішньої активності, заснованої на сило-динамічних відношеннях (*to roll the dice*) або руху (*false start, to pave the way for*) в інтродуктивних абзацах чи блоках попередніх подій. У блоках головної події і контексту проаналізованих статей ФО акцентують на поступовій самоактуалізації осіб, співвідносячи їх з вершиною суспільної ієрархії (ФЄ *to take the helm of, to take office*) або джерелом сили, спираючись на відношення перешкоди (*to take a stand*), комунікативного примушення (ФЄ *to call somebody's bluff*), бенефактивності (ФС *to take pride in*).

Функція монореферентної характеристики учасника подій за допомогою двох ФО ілюструється статтею під заголовком *Eastern Star* (Newsweek 20.09.2020) про турецького прем'єр-міністра Ердогана, який

зображується за допомогою ФЄ *to roll the dice* «випробовувати долю» в інтродуктивному абзаці і бенефактивним ФС *to take pride in* «пишатися» в заключному абзаці: (1) *Since the 2002 landslide vote that brought him to power, Recep Tayyip Erdogan has rolled the dice repeatedly against Turkey's establishment – the committedly secular military and judiciary who have tried to ban him and his party for being too Islamic. (10) He takes pride in the fact that Turkey has emerged stronger than ever from the economic crisis, says the former AKP M.P.* У наведеному фрагменті глава Туреччини характеризується ФО в аспекті самоактуалізації упродовж двох етапів політичної діяльності – початку й результату. На початку діяльності, про який ідеться в інтродуктивному абзаці (1), Ердоган характеризується за допомогою ФЄ *to roll the dice*, яке акцентує на його внутрішній тенденції до руху з незапланованим початком. Характеристика прем'єра Туреччини в ракурсі позитивного результату діяльності реалізується бенефактивним ФС *to take pride in* в заключному абзаці (10).

Функцію послідовної монореферентної характеристики громадського діяча чотирма ФО демонструє стаття про нового лідера ультраправої партії Франції Марін Ле Пен під заголовком *France's Extreme-Right Makeover* (Newsweek 28.02.2021). У цьому тексті політичну активність Ле Пен характеризують ФС *to make mischief* в інтродуктивному абзаці, ФЄ *to take the helm of i to pave the way for* у блоці попередніх подій, і ФЄ *to call somebody's bluff* у блоці контексту, акцентуючи на різних аспектах діяльності політика на окремих етапах її кар'єри: (2) *Le Pen, the new leader of the far-right National Front, has been making mischief all morning, snipping jovially with colleagues when it isn't her turn, just loud enough to be heard across the floor. (6) Even before taking the helm of the party, she showed she could set national agenda, and President Nicolas Sarkozy often looks to be responding to her salvos – whether against «Islamization» or the euro – in real time. (16) Marine's toxic surname quickly ended her first career as a defense lawyer, paving the way for her to enter the family business. (20) Meanwhile, Marine Le Pen is rejuvenating her*

*father's party by calling the president's bluff*. Статус нового лідера ультраправих як джерела комунікативної ПЕРЕШКОДИ увиразнюється в інтродуктивному блоці (2) завдяки ФС *to make mischief* з семантикою перешкоджання. Ле Пен характеризується в аспекті поступового розвитку політичної кар'єри ФС *to take the helm of i to pave the way for*. Як майбутня очільниця партії героїня характеризується ФС *to take the helm of* «очолити» разом зі сполучником *before* у блоці попередніх подій (6) через співвіднесення з вершиною СТАТУСНОЇ ВЕРТИКАЛІ. Як діючий голова партії Ле Пен характеризується через співвіднесення з джерелом комунікативного ПРИМУШЕННЯ, активованого дієсловом *to call* «кликати» у складі ФС *to call somebody's bluff* «виводити на чисту воду». Завдяки семантиці комунікативного примушення ця одиниця акцентує на домінуванні Марін Ле Пен стосовно президента Саркозі (*the president's*), представленого як ціль ПРИМУШЕННЯ. Взаємодія усіх чотирьох ФО, котрі акцентують на становленні і реалізації політичної діяльності Марін Ле Пен, створює ефект її самоактуалізації.

Внутрішньотекстова функція поліреферентної характеристики учасників подій полягає у фразеологічному акцентуванні на рисах кількох політиків, пересічних громадян, бізнесових компаній або творів мистецтва у межах окремого тексту. Аналізована функція представлена у 9 статтях, або 6,1 % від загальної кількості текстів з двома-вісьмома ФО у двох варіантах: послідовному та паралельному. Послідовна характеристика учасників подій здійснюється при фразеологічному акцентуванні на рисах одного суб'єкта, а потім іншого. Паралельна характеристика реалізується одночасним зображенням двох або трьох учасників кількома ФО. Послідовна характеристика учасників подій здійснюється в текстах про політиків, митців або бізнесменів одиницями усіх груп в усіх комунікативних блоках, а також у статтях мистецького змісту, де в інтродуктивному абзаці чи в підзаголовку характеризується проблематика творів за допомогою ФС із семантикою усунення перешкоди (*to lay bare, to catch a glimpse of*) або

актори кінетично-локалізаційними ФЄ (*to fall in love with smb, to step into smb's shoes*), а в решті текстових блоків описуються сюжети одиницями усіх семантичних груп.

Функція послідовної фразеологічної характеристики творів мистецтва, яка полягає в зображенні одиницями, ужитими в підзаголовку або інтродуктивному абзаці, акторів, проблематики фільмів, п'єс або книг, та сюжетів за допомогою ФО у блоці контексту, що ілюструє стаття, присвячена фільму про Марка Цукерберга і його діяльність під заголовком *With Friends Like These* (Newsweek 27.09.2020). В аналізованому тексті спочатку характеризується проблематика фільму за допомогою ФЄ *to lay bare* «розкривати» і ФЄ *to catch a glimpse of* «побачити, помітити» із семантикою усунення перцептивної перешкоди, а сюжет – іншими двома одиницями у блоці контексту – ФЄ *the promised land* «земля обіцяна» зі значенням кінцевої точки руху і *to keep at bay* «тримати на відстані» з семантикою перешкоджання. Характеристика проблеми стрічки – самотності, названої іменником *hollowness* – здійснюється в підзаголовку через співвіднесення за допомогою ФЄ *to lay bare* з семантикою подолання перешкод стрічки (movie) із джерелом повного УСУНЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ПЕРЕШКОДИ, що підкреслює розкриття проблематики фільму для широкої аудиторії: *The dark heart of 'The Social Network' isn't just Mark Zuckerberg. How the Facebook movie lays bare the hollowness hunting us all.* Характеристика стрічки в аспекті сприйняття глядачами її окремих епізодів, що розкривають тему, здійснюється ФЄ *to catch a glimpse of*, заснованою на частковому усуненні візуальної перешкоди у блоці коментарів: (6) *While Mark's prank is crashing Harvard's servers, we catch glimpses of behavior that's at least as antisocial at the choosy finals club that he wants to join: a party full of drugs, booze and misogyny.* Характеристика сюжету через зображення різних сторін життя головного героя – Марка Цукерберга – здійснюється взаємодією двох ФЄ – *the promised land* «земля обіцяна» і ФЄ *to keep at bay* «тримати на відстані» – у двох абзацах блока контексту: (8) *A dotcom*

*Mephistopheles, he entices Zuckerberg to Silicon Valley, the promised land of venture capital and Victoria's Secret Models. (11) When he clenches an eyebrow, it's like a conductor dipping a baton, soon to be followed by a series of facial twitches, daring eyes, and other gestures meant to keep the world at bay.* У наведеному блоці контексту характеристика Марка Цукерберга в аспекті розгортання його кар'єри уявляється у (8) ФЄ *the promised land* «земля обіцяна», яка виокремлює силіконову долину (*Silicon Valley*) як бажану ціль руху для головного героя, де зосереджується капітал (*venture capital*). Водночас характеристика Цукерберга як самотньої особи підкреслюється в (11) ФЄ *to keep at bay* із семантикою перешкоди, із джерелом якої співвідноситься головний герой фільму, а з ціллю – світ «*the world*», від якого чоловік відгороджується.

Паралельна характеристика учасників подій полягає в одночасному зображенні двох-трьох референтів фразеологізмами всіх семантичних груп у блоках головної події й контексту, в яких ФО паралельно виокремлюють головних учасників і привертають увагу читачів до другорядних референтів. Паралельна характеристика учасників подій представлена в статті про компанії Гугл і Майкрософт під заголовком *Google Speeds Up Search* (Newsweek 27.09.2020). У цьому тексті паралельна характеристика двох названих компаній здійснюється трьома ФО: ФС *to make a push into* «зі шкіри лізти для» у блоці головної події, а також ФЄ *to gain ground* «здобути успіх» і ФС *at the expense of* «за рахунок» у блоці контексту: (2) *Keep in mind that Google is also making a push into TV market with a product called Google TV. (3) But Microsoft has been gaining ground. [...]. Bing's gains have come partly at the expense of Google.*

У наведеному тексті компанія Гугл характеризується в аспекті докладання зусиль для просування на ринок (ФС *to make a push into*), а Майкрософт зображується у двох ракурсах: здобутків (ФЄ *to gain ground*) і переваг за рахунок конкурента (ФС *at the expense of*). Характеризація Гугл в аспекті докладання зусиль за рахунок іменника *push* із семемою *vigorous effort*

у складі ФС *to make a push into*, заснованого на примусовому русі у тривимірний простір, акцентує у блоці головної події (2) на прагненні компанії до самоактуалізації. Паралельно з зображенням компанії Гугл Майкрософт характеризується в аспекті здобутків кінетичною ФЄ *to gain ground* «здобути успіх», яка співвідносить досягнення кінцевої точки руху, позначеної субстантивом *ground*, з отриманням результату діяльності Майкрософт, формуючи ефект самоактуалізації. В ракурсі переваг за рахунок конкурента Майкрософт характеризується автобенефактивним ФС *at the expense of*, котре у блоці контексту (3) зображує пошукову систему компанії (*Bing's*) як джерело власного ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ, а Гугл (*Google*) – як його ціль, яка зазнає шкоди, що створює ефект самоактуалізації Майкрософт і її дефіциту для Гугл, підкреслюючи їхні меншу й більшу успішність відповідно.

Таким чином, характеристична функція ФО реалізується у поліфразеологічних текстах двома варіантами уживання ФО – моно- і поліреферентним. За монореферентної функції кілька ФО – від 2 до 6 – описують одного учасника, зображуючи його самоактуалізацію або її дефіцит. У дифразеологічних статтях ФО, зосереджені в одному з текстових блоків, зображують індивідів на окремому етапі їх діяльності, або у двох – інтродуктивному й заключному – абзацах, характеризуючи початковий і кінцевий щаблі їх діяльності. У статтях зі значною кількістю ФО (від 4 до 9) ФО розміщуються в усіх текстових блоках. За поліреферентної функції ФО характеризують двох-трьох учасників подій. Поліреферентна функція представлена двома варіантами втілення – послідовним, за якого в статтях про людей і мистецтво зображується спочатку один референт, а потім другий; та паралельним, коли учасники подій характеризуються одночасно в аспекті їхньої самоактуалізації і її дефіциту.

## 2.4. Способи перекладу фразеологізмів в економічних текстах

При дослідженні мовленнєвих особливостей економічного дискурсу, безумовно, враховується те, що відвідуваність сайтів американських та британських друкованих видань зростає з кожним роком.

Для практичного дослідження були проаналізовані і вивчені наступні джерела: «The Times», «The Guardian», «The Washington Post», «Newsweek».

*Burmese dissident tells crowd not to* Бірманська Дисидентка сказала *give up hope.* народу не втрачати надії.

Спосіб перекладу: вираз *to give up* має наступні варіанти перекладу:

- залишити, відмовитися, кинути;
- здати, поступитися;
- присвятити, віддатися (чогось);
- відмовитися (від чогось);
- поставити хрест (на комусь).

Відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічного поєднання.

*But Western leaders also made it clear* Але західні лідери чітко дали *that they would continue to assess the* зрозуміти що до тих пір поки *actions of o ruling generals before they* правлячі керівники будуть диктувати *considered moderating a policy of* політику, вони встановлять розмір *isolation and economic sanctions* штрафів за ізоляцію і економічні *against them.* санкції.

Словосполучення *to make smth clear* складається з дієслова *to make* (робити) і прикметника *clear* (світлий, ясний, безхмарний). Вираз має варіант перекладу «прояснювати», у даному контексті фразеологічна одиниця була переведена близьким за змістом виразом «чітко дали зрозуміти».

Відповідно до класифікації фразеологічних одиниць цей вираз можна віднести до фразеологічних єдностей.

«*France will **pay** very close **attention** to the conditions in which Aung San Suu Kyi enjoys her newfound freedom,*» Чжі користується її новознайдені Президент Emanuel Macron of France свободою» -заявив президент Франції Емануель Макрон.

Вислів *to pay attention* складається з двох частин: дієслова *to pay* (платити , наймати за гроші) і іменника *attention* (увага , пильність).

В даному контексті словосполучення не може бути перекладено дослівно, отже цей фразеологізм має наступні варіанти перекладу:

- звертати увагу на когось (або на щось);
- доглядати.

Відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічного зрощення .

Наступним виданням в якому було проаналізовані особливості перекладу фразеологізмів стала англійська газета «The Guardian».

*But it is not **working out** that way.* Але завдання не вирішиться таким чином .

Спосіб перекладу: фразеологічне дієслово *to work out* має такі варіанти перекладу:

- вирішувати (задачу);
- складати , виражатися;
- розробляти, складати;
- домагатись чогось за допомогою праці.

У даному випадку був обраний перший варіант перекладу «вирішувати». Відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічного поєднання.

*The couple approached and saw a slender man about their age standing outside. Mr. Irvine, 28, **struck up** a conversation, the way he does all the* Переклад: Пара підійшла і побачила струнку людину приблизно їхнього віку, вона стояла зовні. 28-й річний містер Ірвін зав'язав розмову за

*time.*

відпрацьованою схемою .

Спосіб перекладу: вираз *to strike up* має наступні варіанти перекладу:

- заграти (про музику, оркестр );
- зав’язати (знайомство, розмову);
- стрімко підніматися;
- ставити (намет ).

Відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічного поєднання.

*It looks paradoxical that certain banking institutions receiving Federal aid look with a fishy eye at the new Home Owners Loan Corporation.* Парадоксальним видається те , що деякі банківські установи, отримуючи федеральні субсидії , без ентузіазму ставиться до нової корпорації кредитування домовласників.

Спосіб перекладу: вислів **a fishy eye** має такі варіанти перекладу:

- тьмянний погляд;
- ставитися без ентузіазму.

Тут обраний другий варіант перекладу , згідно з класифікацією можна віднести до фразеологічних поєднань.

*I million euro for a bottle of fire water – a Mexican businessman hopes to get that much for an exclusive bottle of tequila.* Мільйон євро за вогняну воду – саме стільки має намір отримати заповзятливий мексиканський бізнесмен за пляшку з текілою.

Вираз *fire water* має наступні варіанти перекладу:

- вогняна вода;
- горілка, спиртні напої.

Перший варіант перекладу відноситься до фразеологічного сполучення.

*Since the very beginning it was clear that a boy had a head for engineering.* З самого початку було очевидно, що хлопчик добре розбирається в

техніці.

Вираз *had a head for* має наступні варіанти перекладу:

- добре розбиратися в чомусь;
- мати до чогось схильність.

При перекладі було вибрано перший тип перекладу, тобто фразеологічне зрощення.

*It was a brother-in-law of Nolan- Terence Quinn, peace to his ashes* – Останнім представником демократичної партії міста Олбані в Конгресі був зять Нолан -Теренс Куїн, мир його праху.  
*who last represented the Democracy of Albany in Congress.*

Вираз *peace to ashes* має переклад:

- Мир праху!
- Вічний спокій!

При перекладі було використано перший тип перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*You can take the horse to water, but you can't make him drink. You can take us to water, too, but you can't make us pay.* Можна пригнати коня на водопій, але пити його не заставиш. Можна і нас на водопій пригнати, але платити ви нас не заставите.

Варіанти перекладу фразеологізму :

- не всього можна добитися силою
- можна пригнати коня на водопій, але пити його не заставиш.

При перекладі було використано другий варіант перекладу, який є фразеологічним зрощенням.

*At this point it's trying to beat a dead horse, the situation of trying to get into the playoffs takes the best effort Michael can give at this time, and it doesn't look like it's in his power.* У даній ситуації це все рівно , що лущувати мертвого коня: намагаючись потрапити в плейоф, Майкл робить все, на що він зараз здатний, але, схоже, це не допомагає .

Варіанти перекладу виразу *to beat a dead horse*:

– продовжувати робити що-небудь, що не призводить до бажаного результату;

- марно старатися;
- лущувати мертвого коня.

При перекладі було використано третій варіант перекладу, який є фразеологічним зрощенням.

*I am aware of the fact that I take a bear by the tooth right now, but I can't help myself.* Я розумію, що піддаю себе небезпеці зараз, але не можу нічого з собою зробити

Варіанти перекладу виразу *take a bear by the tooth*.

- піддавати себе небезпеці;
- без мети ризикувати .

При перекладі було використано другий варіант перекладу , який є фразеологічним сполученням.

*Who'll bell the cat? Creation of International Force to preserve the peace is not easy.* Хто ж візьме на себе ініціативу в цій небезпечній справі? Створити міжнародні сили зі збереження миру

– завдання не з легких.

Варіанти перекладу виразу *bell the cat*:

- взяти на себе ініціативу в ризикованій справі;
- поставити себе під удар .

При перекладі було використано перший варіант перекладу , який є фразеологічним сполученням.

*I slept like a log and dreamt about Europe winning.* Я спав як убитий, і уві сні бачив, як виграю чемпіонат Європи.

Варіанти перекладу фразеологізму *slept like a log*:

- спати як убитий;
- спати як колода.

При перекладі було використано перший варіант перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*Mr. Sanger responded feelingly, when the gift was presented, declaring that he would «mark the day with a white stone», and that the occasion was the brightest spot in his business career.* Розчулений пан Сенджер, отримавши подарунок, сказав, що він «запам'ятає цей знаменний день» і що ця подія була найяскравішим моментом в його кар'єрі.

Варіанти перекладу виразу *mark the day with a white stone*:

- відзначати, день як особливо щасливий ;
- відзначати, день як особливо знаменний.

При перекладі було використано перший варіант перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*At a time when the «financial supermarket» model has come under attack because of the problems at Citigroup and Bank of America, you and your team managed to keep your head above water and prove that the model is actually working.* У той час, як модель так званого «фінансового супермаркету» зазнала гострої критики через проблеми, що виникли в корпорації «Сітігруп» і в компанії «Бенк ов Америка», Вам і Вашій команді вдалося втриматися на плаву і довести, що ця модель дійсно працює.

Варіанти перекладу фразеологізму *to keep your head above water*:

- вдалося втриматися на плаву;
- долати труднощі (особливо фінансові).

При перекладі було використано перший варіант перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*At the conference in Brighton Mr. Campbell has painted the situation in bright.* На конференції в Брайтоні пан Кемпбел дуже яскраво описав ситуацію.

Варіанти перекладу фразеологізму *painted the situation in bright*:

- яскраво описувати ситуацію;
- яскраво змалювати ситуацію.

При перекладі було використали перший варіант перекладу, який є

фразеологічним сполученням.

*The interview was conducted in a very plain way and the newly proclaimed champion of the world was as open as the day.* Атмосфера на інтерв'ю була дуже сердечною, і новий чемпіон світу був дуже відвертий.

Варіанти перекладу виразу *as open as the day*:

- бути дуже відвертим;
- бути дуже щирим;
- бути дуже відритим.

При перекладі було використали перший варіант перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*In the AFP he has a blank look.*

На зустрічі представників Асоціації фінансових професіоналів він виглядав так, ніби нічого не розумів.

Варіанти перекладу фразеологізму *a blank look*:

- ніби нічого не розуміє;
- безглуздий погляд;
- невиразний погляд;
- відсутній погляд.

При перекладі було використано перший варіант перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*When you are somebody scared to death of your own life, how can you teach kids to be powerful?*

Якщо ви самі до смерті боїтеся власного життя, як ви можете навчити дітей бути сильними і впливовими?

Варіанти перекладу виразу *scared to death*:

- до смерті боятися;
- бути наляканим до смерті.

При перекладі було використали перший варіант перекладу, який є фразеологічним сполученням.

*The Republican papers are seeking with something akin to the desperation with which drowning men catch at a straw to renegotiate the conservative business vote on the ground that the Democratic Party has not in the past been sound on the currency question.* Республіканські газети шукають що - небудь схоже, хапаючись за будь-яку соломинку , намагаючись переглянути рішення ділових кіл консерваторів на тій підставі, що в минулому консервативна партія в питанні валюти не була досить компетентна .

Варіант перекладу вираз *catch at a straw*: хапатися за будь-яку соломинку.

Виділений фразеологізм не має еквіваленту. Відповідно до класифікації фразеологічних одиниць його можна віднести до фразеологічних сполучень .

*The problem has a long history in VA state politics and till now the advocates have to row against a tide floated by a former President.* Ця проблема має давню історію в штаті Вірджинія, і до цих пір прихильники одностатевих шлюбів змушені протистояти політиці, розпочатої ще попереднім президентом.

Варіанти перекладу фразеологізму *row against a tide*:

- гребти проти течії,
- протистояти політиці;
- діяти в несприятливих умовах,
- йти проти течії, плисти проти течії ,
- прийматися за важку роботу.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий другий варіант . Цей фразеологізм, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць , можна віднести до фразеологічних сполучень.

Наступним друкованим виданням для аналізу особливостей перекладу фразеологічних одиниць стало видання «The Washington Post».

Перекладемо наступний фрагмент тексту в якому є фразеологізми:

*If she was trying to destroy the Trump Administration she had enough power to make enough noise to do enough damage.* Якби вона захотіла знищити адміністрацію Трампа, вона б це зробила, тому що у неї було досить влади для того, щоб роздути досить великий скандал, який би досить негативно вплинув на репутацію президента.

Варіанти перекладу фразеологізму *make enough noise*:

- роздувати великий скандал;
- шуміти;
- виражати почуття;
- давати зрозуміти;
- натякати.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант. Цей фразеологізм, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць, можна віднести до фразеологічних сполучень.

*So their advice is to think carefully before you buy or sell in today's market and use your common sense. This is exactly the time to look before you leap.* Таким чином, з огляду на сучасні ринкові умови, вони радять ретельно обмірковувати свої покупки і продажі. Зараз саме час уважно аналізувати свої вчинки.

Варіанти перекладу виразу *look before you leap*:

- уважний аналіз своїх вчинків;
- подивись перед тим як стрибнути.

Із виділених варіантів перекладу ми обрали найбільш відповідний перший варіант. Цей фразеологізм, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць, можна віднести до фразеологічних сполучень.

*The rapid global economic downturn* Швидкий економічний спад в усьому

*has rekindled fears that Japan may be slipping back into a deflationary cycle.* світі відродив страхи про те, що Японія знову може увійти в дефляційний період.

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *rekindled fears*:

- відроджувати страхи;
- відроджувати побоювання.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант перекладу . Даний вираз відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*The Republicans' deaf ear is a preexisting condition.* Неодмінна умова – щоб республіканці пропускали все повз вуха .

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *deaf ear*:

- пропустити все повз вуха;
- ігнорувати.

Із виділених варіантів перекладу ми обрали найбільш вдалий перший варіант перекладу. Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних зрощень.

*There is one silver lining for Sadler: the injury does not appear to be career threatening.* Але для Седлера є один позитивний момент – ця травма, здається, не зашкодить його кар'єрі.

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *silver lining*:

- позитивний момент;
- срібляста підкладка .

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант. Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*We come up against an emotional blank wall, a dead end.* Ми натрапили на глуху стіну емоційного байдужості, зайшли в

глухий кут.

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *come up against*:

- глуха стіна;
- стикатися з труднощами;
- стикнутися з труднощами;
- протистояти складнощам .

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант.

*There is enough of a consensus that they have begun to tackle the next steps.* Існує практично одностайне рішення про те, що вони візьмуться за вирішення таких питань.

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *to tackle the next steps*:

- вирішувати наступні питання;
- робити наступні кроки.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант . Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*Baseball might be as American as apple pie, but the gold medal hopes of the US team proved to be pies in the sky on Friday night.* Бейсбол можна вважати таким же типово американським атрибутом, як яблучний пиріг, але золоті медалі в цьому п'ятничному матчі виявилися журавлем в небі для американської команди.

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *pies in the sky*: журавель в небі .

Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних виразів.

*A powerful dark-horse candidate today* Сьогодні в боротьбу за пост

*entered the race for the presidency.* президента, вступив новий могутній кандидат, який поки залишається темною конячкою.

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *dark-horse*: темна конячка. Даний вислів відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*A person must risk the dangers. But the old saying holds good, «Those that dance must pay the fiddler».* Людина, звичайно, має ризикувати. Але, як вірно підмічено в старому прислів'ї, «любиш кататися, люби і санчата возити».

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної одиниці *Those that dance must pay the fiddler*: «любиш кататися, люби й санчата возити». Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних виразів.

*He said Jeffrey Archer's heart «would be in his boots» as he arrived at Belmarsh high security jail in South London.* Він сказав, що у Джефрі Арчера «душа в п'яти піде», коли той приїде до в'язниці суворого режиму в Белмарш в південному окрузі Лондона.

Варіант перекладу фразеологічної одиниці *would be in his boots*: душа в п'яти піде.

Вище згадуваний вислів, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць, можна віднести до фразеологічних сполучень.

*Our next president will have a hard row to hoe.* Нашому майбутньому президенту доведеться нелегко.

Варіанти перекладу виразу *hard row to hoe*:

- доведеться не легко;
- важке завдання.

Із виділених варіантів перекладу ми обрали найбільш відповідний перший варіант. Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації

фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*The government holds the fate of* Доля компаній Дженерал Моторс і *General Motors and Chrysler in its* Крайслер знаходиться в руках уряду. *hands.*

Варіанти перекладу виразу *holds the fate in its hands*: знаходиться в руках. Цей вислів відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*But he's using tax shelters as a stalking* Але він використовує спеціальні *horse to raise taxes on corporations at* засоби зменшення податків як привід *the cost of U.S. jobs.* лише для того, щоб підняти податки

корпораціям за рахунок американських робітників .

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної *a stalking horse*:

- привід;
- відмова;
- підставна особа.

З виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант . Даний виділений фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*This agreement (...) could pave the way* Ця угода може підготувати ґрунт для *for similar agreements with General* аналогічних угод з компаніями *Motors and Chrysler.* Дженерал Моторс і Крайслер.

Варіанти перекладу виразу *pave the way for*:

- прокладати шлях,
- усунути перешкоду,
- готувати ґрунт для кого -небудь або чого-небудь.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий третій варіант . Цей фразеологізм, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць , можна віднести до фразеологічних сполучень.

*Provisional ballots are really the Achilles' heel of our electoral process.* Попереднє голосування дійсно є ахіллесовою п'ятою нашої виборчої системи.

Варіанти перекладу вислову *Achilles' heel*: ахіллесова п'ята. Цей фразеологізм відповідно до класифікації фразеологічних одиниць можна віднести до фразеологічних сполучень.

*But at least one trainer voiced his objections.* Зрештою, один із інструкторів заявив протест.

Варіанти перекладу фразеологічної *voiced his objections*:

- заявляти протест;
- висловлювати заперечення.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант. Цей фразеологізм, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць, можна віднести до фразеологічних сполучень.

*The relatively short list of proposed program cuts quickly drew fire from Republicans who learned of them yesterday.* Відносно невеликий список скорочення фінансування деяких програм піддався різкій критиці з боку республіканців, які вчора з ним ознайомилися .

Варіанти перекладу виділеної фразеологічної *drew fire from*:

- піддаватися різкій критиці;
- піддаватися вогню.

Із виділених варіантів перекладу було обрано найбільш вдалий перший варіант. Цей фразеологізм, відповідно до класифікації фразеологічних одиниць, можна віднести до фразеологічних сполучень.

## Висновки до Розділу 2

Текстові функції ФО в англomовному економічному дискурсі представлені характеристичною, наслідково-причиною, емпатичною і контрастивною. З урахуванням смислових зв'язків ФО з номінативними

одинацями заголовків указані функції поділяємо на заголовноорієнтовані, засновані на взаємодії нефразеологічних одиниць заголовка й ФО, і текстоорієнтовані, які не взаємодіють із заголовком. Наслідково-причинова й емпатична функції ФО можуть бути як тексто-, так і заголовноорієнтованими, а характеристична, контрастивна й підсумовувальна – текстоорієнтованими.

Характеристична функція ФО, яка полягає в акцентуванні на рисах учасників подій, їхніх станів чи дій за допомогою ФО усіх семантичних груп, які розподіляються між усіма комунікативними блоками, представлена у статтях про людей, установи й країни. Наслідково-причинова функція ФО, утілена в статтях про позитивні явища й суспільно-економічні кризи, полягає в акцентуванні спочатку на наслідках, а потім економічних, психологічних, діяльнісних та організаційних причинах зображуваних подій. За емпатичної функції, яка спирається на відношення фігури й фону, ФО акцентують на станах учасників подій, їхніх діях або результатах активності на тлі інших складників зображуваних ситуацій через співвіднесення семантично близьких нефразеологічних одиниць і ФО.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження ми дійшли таких висновків :

На сучасному етапі англomовна преса займає значне місце у світовому інформаційному просторі. Тематика публікацій в періодиці охоплює не лише внутрішні проблеми країни, а й зовнішні відносини і тому постійно перебуває в тісному контакті з іншими мовами. Це сприяє появі та поширенню нових фразеологізмів. надають газетному тексту певну силу впливу , допомагають створювати специфічну образність. Тексти часописів у друкованому й електронному варіантах вирізняються, з одного боку, високим рівнем узагальнення внаслідок зображення мегаподій , що відбулися протягом тривалого часу, а з іншого, поглибленим аналізом взаємопов'язаних ситуацій, які конструюють мегаподії. Аналітичний характер журнальних статей передбачає здійснення переконувального впливу на читачів за допомогою акцентувальних засобів, одним з яких є фразеологічні одиниці , котрі розглядаємо як конструкції, що відзначаються єдністю форми й значення та функціонують як цілісні утворення.

Фразеологізм – це стійке поєднання слів з ускладненою семантикою, що не утворюються відповідно до виникаючих структурно-семантичних моделей змінних поєднань, тобто це сталий вираз чи поєднання слів, яке вноситься в мову в готовому вигляді і не може вживатися в самостійному значенні. Під стійкістю фразеологічної одиниці розуміємо міру, ступінь семантичної неподільності, загальності компонентів. Труднощі перекладу й випадки неправильного перекладу ФО зумовлені тим, що перекладач не враховує різницю в смислових структурах і в сполучуваності слів. Буквалізм є наслідком того , що перекладач приділяє всю увагу рівню слів і перекладає їх саме як окремі слова , а не частини органічно пов'язаного цілого, яким є текст. Невиправдана вільність перекладу, в свою чергу, є наслідком браку розуміння перекладачем лексичного рівня тексту, рівня слів і словосполучень.

Для аналізу частоти вживання англомовних фразеологізмів в британській та американській економічній пресі були проаналізовані матеріали таких відомих британських та американських видань «The Times», «The Daily Telegraph», «The Guardian», «Newsweek», «The Washington Post», «The Wall Street Journal», «The New York Times». Було проведено підрахунок частотності вживання фразеологічних одиниць у зазначених виданнях. Впродовж останніх трьох років найменша кількість фразеологізмів в текстах зустрічається в газеті «The Washington Post» – 26%, частіше – в «The Wall Street Journal» – 34% і найбільше фразеологізмів присутні в «The New York Times» – 40%. Частотність вживання фразеологізмів в англійському та американському економічному дискурсі має тенденцію до зростання. Це явище пояснюється тим, що за допомогою фразеологізмів, журналісти намагаються зацікавити читача змістом публікації, збільшуючи популярність друкованого видання. Порівнюючи частоту використання фразеологізмів в британській та американській пресі слід відзначити, що частота вживання фразеологізмів в американському економічному дискурсі переважає частоту вживання фразеологізмів в британському економічному дискурсі в 1,19 рази. Порівнюючи відношення кількості фразеологічних одиниць в британській та американській пресі, виявлено, що фразеологічні зрощення зустрічаються на 4% частіше в американській економічній пресі, фразеологічні єдності на 12% частіше зустрічаються в британській пресі, фразеологічні сполучення на 1% більше зустрічаються в американській пресі, фразеологічні вирази на 7% частіше зустрічаються в американських текстах.

При перекладі фразеологізмів в англомовних текстах економічного спрямування необхідно бути особливо уважним. Остаточне рішення про використання того чи іншого способу перекладу англійської ФО залежить від контексту. Правильне застосування будь-якого перекладацького прийому та методу передбачає творчий підхід до вирішення кожної конкретної задачі.

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімова Н. В. Вплив специфіки мови інтернету на появу надлишкових для однозначного розуміння мовленнєвих одиниць (на прикладі текстів українських та білоруських сайтів новин) / Н. В. Акімова // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. – 2014. – Вип. III. – С. 94-99.
2. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології / М. Ф. Алефіренко. – Харків : Вища школа, 1987. – 135 с.
3. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. Л. : ЛГУ, 1978. 208 с.
4. Бабенко А. П. Американский вариант английского языка : Учебное пособие. – Харьков : «Рубикон», 1991. 87 с.
5. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. 240 с.
6. Борисенко И. И. Английский язык в международных документах и дипломатической корреспонденции : учебное пособие. К. : Логос. 1999.
7. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография : избранные труды. М. : Наука, 1977. 312 с.
8. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе/ под ред. В. Россельса. М. : Международные отношения, 1980. 342 с.
9. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Вильгельм фон Гумбольдт ; пер. с нем. под ред. и с предисл. Г. В. Рамишвили. 2-е изд. М. : Прогресс, 2000. 398 с.
10. Данильченко І. В. Мовна особистість американського журналіста: гендерний і віковий аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / Ірина Валеріївна Данильченко; Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. – Ніжин, 2015. – 299 с.
11. Дацишин Х. Фразеологізми в заголовках друкованих видань:

проблема мовно-культурної ідентифікації / Х. Дацишин // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 2. – С. 200-204.

12. Дергун Т. В. Функції фразеологічних одиниць у композиції англомовних журнальних статей / Т. В. Дергун // Мовні і концептуальні картини світу: [зб. наук. пр.] / [відп. ред. А. Д. Белова]. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. – Вип. 50, Ч. 1. – С. 242-250.

13. Дергун Т. В. Характеристична функція фразеологічних одиниць в англомовних журнальних статтях: когнітивно-риторичний аспект / Т. В. Дергун // Науковий вісник Чернівецького університету. Серія Германська філологія. – 2014. – Вип. 690-691. – С. 178-182.

14. Зацный Ю. А. Особенности влияния американского варианта английского языка на британский на лексико-семантическом уровне: автореф. дис. ... канд. филол. наук: / Ю. А. Зацный. Киев, 1975. 26 с.

15. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні. – Вінниця : Нова книга, 2004.

16. Киссел Ю. Я. Американские заимствования британского варианта современного английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю. Я. Киссел. М., 1976. 22 с.

17. Ковалева Н. В. Лексические и морфологические категории в американском варианте английского языка (на материале сопоставительного изучения американского и британского словарей языка средств массовой информации): дис. ...канд. филол. наук / Н. В. Ковалева. М., 1995. 204 с.

18. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода : [учебное пособие]. – М. : ЧеРо, 2000.

19. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. М. : ЭТС, 2011. 424 с.

20. Корконосенко С. Г. Теория и практика средств массовой коммуникации : учебн. пособие. – СПб : СПбГЭТУ: ЛЭТИ, 2019. 68 с.

21. Корнилов О. А. Доминанты национальной ментальности в зеркале

фразеології // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. №2. С. 53-65.

22. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) – Theory and practice of translation: підручник. Вінниця: Нова Книга, 2013.

23. Кристалл Д. Англійський мовний код як глобальний. М. : «Весь мир», 2011. 17 с.

24. Крупнов В. Н. Курс перекладу. Англійський мовний код: суспільно-політична лексика / під ред. Л. С. Бархударова. М. : Міжнародні відносини, 1979. 232 с.

25. Кунін А. В. Курс фразеології сучасного англійського мовного коду : [навч. для ін-тів і фак. іностр. мов.] / А. В. Кунін. М. : Виш. шк., 1986. 336 с.

26. Кунін А. В. Англо-російський фразеологічний словар / А. В. Кунін. 4-е вид. М. : Російська мова, 1984. 944 с.

27. Кунін А. В. Курс фразеології сучасного англійського мовного коду: навч. посібник для інститутів і факультетів іноземних мов / А. В. Кунін. 3-е вид. Дубна : Фенікс+, 2015. 488 с.

28. Латышев Л. К. Технологія перекладу : навч. Посібник / Л. К. Латышев. М. : Тезаурус, 2011.

29. Маслова В. А. Лінгвокультурологія : навч. посібник для студ. виш. навч. закладів / В. А. Маслова М., 2011.

30. Мюллер В. К. Великий англо-російський словар / В. К. Мюллер, А. Б. Шевнін, М. Ю. Бродський. – Єкатеринбург : У-Факторія, 2015. 1536 с.

31. Ощепкова В. В. Мова і культура Великої Британії, США, Канади, Австралії, Нової Зеландії / В. В. Ощепкова. М.; СПб. : Глосса-Пресс, Каро, 2014. 355 с.

32. Процедури концептуального аналізу в різноструктурних мовах / Бессонова О. Л., Сарбаш О. С., Трофімова О. В., Олійник С. В., Стоянова І. Д. / за заг. ред О. Л. Бессонової (Типологічні, зіставні діахронічні дослідження. – Т.7). Донецьк : ДонНУ, 2012. 360 с.

33. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика / Я. И. Рецкер. М. : Международные отношения, 1974. 167с.

34. Сескутова И. К. Национально-культурная специфика семантики американизмов-реалий общественно-политической жизни США: автореф. дис. ...канд. филол. наук / И. К. Сескутова. М., 1993. 24 с.

35. Сисоєва Є. С. Оцінні антропоніми в англійській мові: [монографія]. Донецьк : ДонНУ, 2013. 231 с.

36. Сисоєва Є. С. Семантика, структура і функціонування оцінної антропонімічної лексики в англійській мові / Є. С. Сисоєва ; Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2011. 228 с.

37. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 260 с.

38. Тимофеева В. В. Семантические и коммуникативно-функциональные особенности зоосемической фразеологии в американском варианте английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. В. Тимофеева. Киев, 1990. 18 с.

39. Томахин Г. Д. Америка через американизмы. – М. : «Высшая школа», 1982. 56 с.

40. Трофімова О. В. Фразеологічна репрезентація негативних емоцій в англійській та українській національних картинах світу [Текст] : дис.... канд. філол. наук : 10.02.17 / Трофімова Олена Володимирівна ; Донецький нац. ун-т. – Донецьк, 2011. 245 с.

41. Федоров А. В. Основы общей теории перевода / А. В. Федоров. СПб : Филологический факультет СПбГУ, 2002. 348 с.

42. Человек. Язык. Культура: сб. науч. статей, посвященных 60-летнему юбилею проф. В. И. Карасика: в 2-х ч.; отв. соред. В. В. Колесов, М. В. Пименова, В. И. Теркулов. К. : Изд. дом Д. Бураго, 2013. Изд. 2-е, испр., Ч. 1. 800 с.

43. Швейцер А. Д. Литературный английский язык в США и Англии /

А. Д. Швейцер. М. : Высш. школа, 1971. 199 с.

44. Швейцер А. Д. Литературный английский язык в США и Англии. М. : «Высшая школа», 1971. С. 37.

45. Швейцер А. Д. Различия в лексике американского и британского вариантов современного литературного английского языка. 1967. С. 65-66.

46. Bell A. The Language of News Media / A. Bell. – Oxford , Cambridge : Blackwell. – 1994. – 296 p.

47. Cacciari C. The place of idioms in a literal and metaphorical world / C. Cacciari // Idioms : Processing, Structure, and Interpretation / [ed. by C. Cacciari and P. Tabossi]. – Hillsdale ; New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates. – 1993. – P. 27-56.

48. Cotter C. News Talk : Investigating the Language of Journalism / Colleen Cotter. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 280 p.

49. Dijk van T. A. Discourse analysis: its development and application to the structure of news / T. A. van Dijk // Journal of Communication. – 1983. – Vol. 33, № 2. – P. 20-42.

50. Eisenhart C. Discourse analysis and rhetorical studies / C. Eisenhart, B. Johnstone // Rhetoric in detail: discourse analysis of talk and text. – Amsterdam; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2008. – P. 3-21.

51. Fillmore Ch. J. Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: the case of let alone / Ch. J. Fillmore, P. Kay, M.C. O'Connor // Language. – 1988. – Vol. 64, № 3. – P. 501-538.

52. Glucksberg S. Idiom Meanings and Allusional Content / S. Glucksberg // Idioms: processing, structure, and interpretation / ed. by C. Cacciari and P. Tabossi. – Hillsdale ; New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 1993. – P. 3-26.

53. Lakoff G. The Metaphorical Structure of the Human Conceptual System / G. Lakoff, M. Johnson // Cognitive Science. – 1980. – № 4. – P. 195-208.

**ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

54. The New York Times, Aug 2020.
55. The New York Times, Aug 2021.
56. The New York Times, Aug 2022.
57. The Wall Street Journal, Aug 2020.
58. The Wall Street Journal, Aug 2021.
59. The Wall Street Journal, Aug 2022.
60. The Daily Telegraph, Aug 2020.
61. The Daily Telegraph, Aug 2021.
62. The Daily Telegraph, Aug 2022.
63. The Washington Post, Aug 2020.
64. The Washington Post, Aug 2021.
65. The Washington Post, Aug 2022.
66. The Guardian Aug 2020.
67. The Guardian Aug 2021.
68. The Guardian Aug 2022.
69. The Times, Aug 2020.
70. The Times, Aug 2021.
71. The Times, Aug 2022.
72. [www.newsweek.com](http://www.newsweek.com), 17.07.2020
73. [www.newsweek.com](http://www.newsweek.com), 31.07.2021
74. [www.newsweek.com](http://www.newsweek.com), 08.11.2022