

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра германської і фіно-угорської філології

Курсова робота

на тему: Особливості вживання фразеологізмів у дискурсі сучасної англійської та української преси

Студентки групи Па 01-20
факультету германської філології і перекладу
денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія 041
ПІБ Доценко Дар'ї Максимівни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук, доцент
ПІБ Мусієнко Юлія Анатоліївна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Київ 2023

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Chair of Germanic and Finno-Ugrian Philology

Term Paper

on the topic: Peculiarities of the Use of Phraseological Units in the Discourse of the
Modern English and Ukrainian Press

DARIA DOTSENKO

Group Pa 01-20

Germanic Philology and Translation Faculty

Research Adviser

Assoc. Prof., PhD (Linguistics)

Yulia Musiienko

Kyiv 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ТА ФУНКЦІЇ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	8
1.1.Поняття фразеологізмів	8
1.2.Функції фразеологізмів.....	11
Висновки до розділу 1	14
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ДИСКУРСІ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ	Помилка! Закладку не визначено.5
2.1.Стилістичні особливості вживання фразеологізмів у дискурсі сучасної англійської та української преси	165
2.2.Функціональні особливості вживання фразеологізмів у дискурсі сучасної англійської та української преси	2019
Висновки до розділу 2	27
ВИСНОВКИ	Помилка! Закладку не визначено.8
РЕЗЮМЕ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	30

ВСТУП

Кожна мова світу має свій стиль художнього вираження. Безсумнівно, фразеологізми найяскравіше відображають історію та розвиток мови, а також стан душі та особливості національного характеру. Багато вчених вважають фразотворення мови найбільш самобутнім і різноманітним явищем. Фразеологізми є відбитками мови в різні часи і етапи суспільного розвитку, тому вивчення цих одиниць в іншомовних текстах набуває особливого значення, оскільки завдяки їх використанню ці тексти набувають більш яскравого емоційного забарвлення. Крім того, вибір тих чи інших ідіом визначає особистий стиль автора. Як свідчать стародавні пам'ятники та сучасна література, фразеологізми були і залишаються в англійській мові протягом усієї її історії.

У фразеології відображений багатий історичний досвід народу, в ній відбиваються уявлення, пов'язані з побутом і культурою людей. Вивчення взаємозв'язку фразеологізмів англійської мови та етнічних стереотипів носіїв англійської мови – актуальний напрямок у сучасній лінгвістиці, яка зараз все більше вивчає не саму мову, а зв'язок мови і культури його носіїв. (Венжинович, 2007). Важливість ролі і масштабу використання англійської мови в світі підтверджується тим, що в даний час обсяг англомовних текстів преси перевищує обсяг аналогічних текстів на інших мовах.

Значну частину текстів та статей займають огляди і рецензії на книги, що дозволяють читачам газет і інформаційних ресурсів отримати загальне уявлення про той чи інший художній твір. Для авторів, які працюють у політичному, науковому або економічному дискурсі, відгук на книгу має перевагу у відсутності обмежень щодо вибору мовних одиниць, з якими вони зіштовхуються. Величезний вплив і соціальна значимість ЗМІ, зокрема преси, визначають актуальність їх всебічного вивчення. Використання фразеології є

невід'ємною частиною мови преси, однією із особливостей подачі матеріалу. Відтак, фразеологія є одним з найбільш яскравих засобів мови.

Метафоричність, емоційність, експресивність, властиві фразеологічним одиницям, надають мові образність і виразність. Розуміння сенсу фразеологізмів іншомовного тексту важливо як для адекватного перекладу, так і для духовного збагачення читачів художньої або суспільно-політичної літератури. Фразеологія розвиває образне мислення, гнучкість думки, полегшує процес спілкування мовою. (Зимомря, 1999: 43). Можливість авторського перетворення фразеологізму виправдана з лінгвістичної та психологічної точки зору, адже трансформований фразеологізм привертає увагу і дозволяє автору проявити свої творчі здібності. З іншою проблемою перекладач стикається при необхідності розширення обсягу екстралінгвістичних знань при розкритті сенсу тієї чи іншої фразеологічної одиниці.

Якщо брати до уваги найважливішу задачу перекладу – а саме, найбільш адекватну і еквівалентну передачу мовних одиниць вихідної мови на мову перекладу – то процес перекладу фразеологічних одиниць набуває ще більшої складності для фахівця. Оскільки фразеологічні одиниці часто омонімічні вільному поєднанню слів, а отже, виникає необхідність звертати увагу на такі поняття, як контекст і загальна логіка висловлювання.

Актуальність теми дослідження. Дослідження є актуальним, оскільки розкриває низку невирішених аспектів у вивченні фразеології, таких як відсутність єдиної системи класифікації фразеологічних одиниць і питання адекватної передачі фразеологізмів із англійської мови на українську при наявності словникових еквівалентів і при їх відсутності.

Цей аспект фразеології є дуже важливим, оскільки правильний і адекватний переклад фразеологізмів є запорукою досягнення головної мети перекладача – донести до читача справжній зміст висловлювання та тексту в цілому, зберігаючи його національно-культурний відтінок.

У даний час англomовна преса займає особливу позицію у світовому інформаційному просторі. Обсяг тексту в англomовних ЗМІ значно перевищує аналогічні тексти іншими мовами. Тематика публікацій в англomовних ЗМІ не тільки висвітлює внутрішні проблеми країни, а й зачіпає сферу дипломатії, тому часто тісно контактує з іншими мовами. Це сприяє активній взаємодії слів і словосполучень, появи та поширенню нових фразеологізмів.

На сторінках англomовних ЗМІ використовуються різні виразно-зображальні засоби, серед яких особливе місце займають фразеологізми, або фразеологічні одиниці (ФО). Фразеологічний фонд сучасної англійської мови відрізняється багатством і різноманіттям, і кожна частина його дослідження заслуговує на особливу увагу.

У цьому зв'язку, дослідження фразеологізмів, які використовуються у текстах сучасної англomовної преси, набуває особливого значення, так як застосування фразеологізмів додає цим текстам яскраву емоційну забарвленість. Завдяки фразеологізмам посилюється естетичний аспект мови. Місце і роль преси, випробуваної, багато в чому традиційною культурно-інформаційною формою, в даний час не можуть бути зрозумілі без аналізу того впливу, який вона чинить на образ думок і соціальну поведінку читачів, які є активні в якості суб'єктів, що беруть участь в комунікативному процесі.

Об'єктом даної роботи є фразеологічні одиниці в англomовній пресі.

Предметом дослідження є особливості перекладу фразеологічних одиниць англomовної преси.

Мета даної роботи полягає у визначенні особливостей та способів адекватного поширення лексичних одиниць українською мовою в англomовній пресі для обґрунтування адекватності пропонованого перекладу з урахуванням контекстуальних аспектів.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі **завдання**:

1. Вивчити теоретичну літературу з проблеми дослідження, уточнити термінологічний інструментарій та методологію роботи.

2. Дати визначення фразеологічної одиниці.

3. Дослідити методи класифікації фразеологічних одиниць.

4. Виявити і описати формально-структурні, семантичні, функціональні особливості досліджуваних явищ.

5. Ознайомитися із поняттям ЗМІ, розглянути його основні види та їх характерні риси, особливу увагу приділяючи англomовним мас-медіа.

6. Привести приклади вживання фразеологізмів у сучасних засобах масової інформації

Практичним матеріалом дослідження послужили статті британських газетних видань ЗМІ: Guardian, Daily Mail, Daily Star, Daily Express, The Times, The Independent. Проблемі використання фразеологізмів присвячені роботи таких вітчизняних вчених, як О. С. Ахманова, В. В. Виноградов, В. К. Приходько та ін. Теоретичною основою дослідження послужили роботи великих вчених-дослідників в області 9 теорії ЗМІ (М.Н. Володіна, D. Rushkoff, R.Hoggart) і фразеології (А.А. Амосова, Д. Е. Розенталь, В.В. Виноградов).

Методи дослідження: аналіз та синтез, спостереження, моделювання, абстрагування, ідеалізація, формалізація, аксіоматичний метод, гіпотеза та припущення, історичний метод та системний підхід, за їх допомоги було зібрано та узагальнено теоретичний матеріал на тему дослідження, а також узагальнено результати роботи. Аналіз словникових визначень, щоб розкрити семантику фразеології та її одиниць. Метод аналізу літератури; описовий метод.

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ТА ФУНКЦІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

1.1. Поняття фразеологізмів

У сучасній лінгвістиці утвердився погляд на фразеологічну одиницю як на мовний знак із подвійною природою, як мікротекст, в образному змісті якого знаходить відображення той або інший фрагмент культурно-національного світобачення народу (Телія, 1996). Фразеологія, як частина мови, яскраво виявляє самобутність мови, її специфічний колорит, лад народного мислення, зокрема образний. Мовна свідомість, індивідуальне мовомислення, що важко піддається поясненню, часто оперує фразеологізованими сполуками. Відтак фраземіка становить систему, тобто сукупність взаємозумовлених чи певним чином упорядкованих елементів, що утворюють єдність (Зацний, 2010).

Невизначеність статусу фразеології пов'язана з відкритим питанням еквівалентності фразеологічної одиниці слову, невизначеності самого терміну, предмета даної науки, та деякими іншими. Більшість мовознавців дотримується широкого визначення терміну "фразеологія" (гр. *phrasis* "вираз, зворот", *logos* "слово, вчення") це: 1) сукупність фразеологізмів певної мови; 2) розділ мовознавства, який вивчає фразеологічний склад мови (Зацний, 2010; Дубенець, 2009).

Більш вузьке тлумачення терміну зустрічаємо у О. Куніна: "фразеологія це наука про фразеологічні одиниці, тобто про стійкі сполучення слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурносемантичними моделями змінних сполучень, що їх утворюють" (Кунін, 1972). Предметом вивчення фразеології у першу чергу є фразеологічна одиниця. Слід зазначити, що на сьогодні не існує єдиного визначення поняття "фразеологічна одиниця" (ФО). Різні лінгвісти вживають різноманітні терміни (фразеологічна одиниця, фразеологізм, фразема, ідіома, фразеологічний зворот, стійке словосполучення

та ін.) для позначення одного і того ж поняття. Як правило, поняття “фразеологічна одиниця” та “фразеологізм” ототожнюються. Деякі мовознавці справедливо вважають, що визначення фразеологічної одиниці таке ж складне, як і визначення слова (Дубенець, 2009). Термін “фразеологічна одиниця” був введений В. Виноградовим і мав використовуватися для позначення тих сполук, які не утворюються в процесі мовлення, а відтворюються за традицією. (Виноградов, 1977).

ФО виконують функцію слова, хоча самі складаються з декількох слів і своєю структурою більш походять на словосполучення або речення. Але все ж таки відрізняються і від слів, і від словосполучень з реченнями. Як і будь-яке явище, ФО володіють певними ознаками, які допомагають розпізнати їх з-поміж інших мовленнєвих явищ. Більшість дослідників виділяють 3 основні ознаки: відтворюваність, стійкість компонентного складу та роздільно-оформленість (Виноградов, 1977). В англо-американській лінгвістиці термін “фразеологізм” не вживається взагалі. Англійський фразеолог Л. Сміт використовує слово *idiom*, яке вживає в його вузькому значенні, а саме для визначення таких особливостей мови, які є мовленнєвими аномаліями, що порушують або правила граматики, або закони логіки (Сміт, 1959).

Так, М. Алефіренко надає перевагу поняттю “фразема” (Алефіренко, 1987). В. Мокієнко під ФО розуміє “відносно стійке, відтворюване, експресивне сполучення лексем, яке має цілісне значення” (Мокієнко, 1989: 10). Водночас О. Бабкін розглядав фразеологічну одиницю як одиницю мови, якій властива цілісність, що виникає у результаті послаблення лексичного значення у словах її компонентів (Бабкін, 1968).

В. Жуков фразеологізмом називає “стійку, нарізно оформлену відтворювану одиницю мови, наділену цілісним (або рідше, частково цілісним) значенням і здатну сполучатися з іншими словами” (Жуков, 2006: 6). Таким чином, фразеологічні одиниці мають ряд особливостей, які дозволяють

розглядати їх як самостійні мовні одиниці, відмінні від слів, словосполучень, речень, хоча вони мають багато спільного з останніми: будучи складним цілим, вони не будуються під час процесу мовлення, але представлені у вигляді готових смислових одиниць та мають композиційну та структурну стійкість.

Останніми роками широкого розповсюдження набули дві класифікації: функціональна і структурносемантична. Функціональна класифікація з'явилася в той період, коли фразеологічні дослідження В.В. Виноградова (1977) показали важливість розгляду стійких словосполучень і поєднань слів, які мають цілісне розуміння. Відтак, ця обставина дозволила детально простежити функціональні та структурно-семантичні особливості цієї сукупності стійких словосполучень. І група - так звані номінативні фразеологічні одиниці, складаються насамперед зі стійких словосполучень з номенклатурною семантичною цілісністю, останні без ознак семантичної трансформації з урахуванням лексичного значення самих компонентів. Друга група функціональної систематики – номінативні експресивні фразеологічні одиниці – містить семантично трансформовані фразеологічні одиниці, що мають структуру словосполучень і речень. Так, у функціональній систематиці розрізняють складні слова без компонентної (лексичної одиниці) семантичної трансформації, змодельованої структури (аналітичної та граматико-стилістичної конструктивної структури).

У межах структурно-семантичної класифікації О. В. Кунін виділив такі структурно-семантичні типи фразеологічних одиниць: 1. Номінативні ФО, тобто фразеологізми, що означають предмети, явища і тощо. 2. Номінативно-комунікативні ФО. Сюди належать дієслівні ФО, які можуть трансформуватися в речення при вживанні дієслова в пасивному стані. 3. Вигуківі і модальні ФО, тобто ФО, що виражають емоції, волевиявлення тощо, але не володіють предметнологічним значенням. 4. Комунікативні ФО, тобто ФО зі структурою простого та складного речення (Кунін, 1996: 243-331).

1.2. Функції фразеологізмів

Фразеологічні звороти, незважаючи на свою структурну різноманітність і відповідність структурних моделей побудови граматичним моделям вільних словосполучень і речень, відрізняються від останніх семантичною цілісністю, своєрідністю значення цілого в порівнянні зі значеннями складових частин, яке виникає як результат їх повного або часткового переосмислення (Баран, Зимомря, 1999).

Ідіоматичність. Існують такі типи фразеологічних значень, заснованих на ступенях ідіоматичності, а точніше семантичній спаяності фразеологічних зворотів: 1) цілісне, 2) розділово-цілісне, 3) частково переосмислене значення, 4) розділове, частково переосмислене значення (Кунін, 1996).

Прикладами таких типів значень можуть бути наступні вислови: *double Dutch; to pull smb's leg; to show the white feather; to kick the bucket.*

Членованість. Фразеологічні вирази – це «стійкі в своєму складі і вживанні фразеологічні звороти, які не лише є семантично членованими, а й складаються цілком із слів з вільними значеннями». Усі слова, що складають фразеологізм, разом передають одне лексичне значення, часто зовсім не співвідносне зі значенням слів, що його складають. Компоненти ФО є словами, специфічно спожитими, значення яких в тій чи іншій мірі приховане або втрачене. (Виноградов, 1972: 203). Наприклад, *mare's nest; old salt; here today and gone tomorrow.*

Стойкість фразеологічного обороту. Дана особливість проявляється в ступені неподільності його компонентів, міру можливості / неможливості змін як в складі фразеологічного обороту за рахунок розширення / скорочення компонентного складу або заміни одного з компонентів цього обороту подібною йому за тематичним рядом лексичної одиницею (структурна стійкість), так і в значенні фразеологічного обороту (семантична стійкість) (Кунін, 1996): *there's no love lost between them.*

До першої половини XIX ст. це означало «вони люблять один одного», у сучасній англійській мові цей фразеологічний зворот вживається у протилежному значенні – «вони терпіти не можуть один одного», або ж «вони розлюбили один одного».

Грамматична форма фразеологізмів є сталою і незмінною, як загалом, так і кожного окремого компоненту. Кожен член фразеологічного об'єднання відтворюється в певній граматичній формі, яку не можна довільно змінити. Слова в складі фразеологічного звороту можуть змінювати свої граматичні показники, або ж одне слово можна замінити однорідним йому синонімом.

У цьому випадку маємо справу з фразеологічною варіативністю, яка поділяється на наступні види (Баран, Зимоміря, 1999): лексичні варіанти – варіанти з різним лексичним складом: *closed (Sealed) book; on a knife (razor's) edge; to fling (sling / throw) dirt (mud) at smb*; граматичні варіанти – це вираження з тими чи іншими граматичними змінами: *the promised land / the land of promise; the lid is of smth / with the lid of smth; to fly in smb's face / in the face of smb*; квантитативні варіанти – вираження з неоднаковим числом компонентів, утворені шляхом їх усічення або розширення: *between the devil and the deep blue sea / between the devil and the deep sea, to crook one's little finger / to crook one's finger; as cross as two sticks / cross as two sticks*. Позиційні варіанти – це вираження з перестановкою двох або більше компонентів без зміни структури фразеологічного виразу: *the short and the long of it / 18 the long and the short of it; to fall into smb's clutches / to fall into the clutches of smb; a Sisyphian labour / a labour of Sisyphus*.

Еквівалентність слова. Дана особливість полягає у тому, що обороту притаманні дві характерні ознаки слова: семантична цілісність і існування як готової одиниці в мові, її відтворюваність у мовленні. (Виноградов, 1972). Уподібнення ФО слову відбивається також в можливості заміни фразеологічного обороту словом: *eye of the day; the fair sex, a sixth sense*; в

наявності у фразеологічного обороту синонімів: *to be on low water = to be on the rocks* ; *a small fry = a small beer* ; *to let things go hang = to let things slide*; або антонімів: *in the long run / in the short run*; *to eat like a bird / to eat like a horse* ; *early in the day / late in the day* – запізно.

Фразеологічним зворотам також як і словам властива **багатозначність**. Таким чином, ФО можуть бути віднесені до одиниць проміжного типу. І як перехідні одиниці, вони відмежовуються з одного боку від складних слів, а з іншого — від вільних словосполучень (Кунін, 1996).

Серед відповідних поєднанню слів ФО можливе виділення наступних структур: - (прийменник +) прикметник + іменник: *at loose ends*; *on the top of the world*; *for old sake's sake*; *post factum*. - дієслово + іменник: *have many irons in the fire*; *grow into the soil*; *solemn as an owl*; *cock one's ears*. - дієслово + прислівник: *see through the game*; — *get into scrape*; *break in shivers*; *go to waste*. - дієприслівник + іменник: *headlong*; *grudgingly*; *given up the fight*; *show great zeal for work*. У цьому зв'язку, виділяють чотири групи фразеологізмів за їх походженням (споконвічні, запозичені фразеологізми, фразеологічні кальки, напівкальки) (Шанський, 1985): 1) Споконвічні фразеологізми – стійкі поєднання слів, які відтворюються як мовні одиниці, що виникли в мові, або були успадковані з давнішої мови-джерела: *muck around with*; *to the fingertips*; *in the hit of the moment*; *it's in the bag*. 2) Запозичені фразеологізми – стійкі поєднання слів, які в якості готової відтвореної одиниці мови прийшли в мову ззовні і вживаються в ній в тому вигляді, в якому вони відомі у мові-джерелі: *alea jacta est*; *tertium non datur*; *time is money*; *terra incognita*. 3) фразеологічні кальки – стійкі поєднання слів, що виникли в мові у результаті дослівного перекладу іншомовного фразеологізму. 4) фразеологічні напівкальки – напівзапозичення іншомовного фразеологічного обороту (частина компонентів фразеологізму перекладається, а частина запозичується без перекладу).

При розгляді класифікації фразеологічних зворотів з точки зору їх експресивно-стилістичних властивостей можна виділити наступні групи фразеологічних зворотів (Шанський, 1985: 130): 1) Міжстильові ФО – стійкі поєднання слів, відомі і вживаються в усіх стилях мови: *from the heart; keep the word; secret ballot; outdoor*. 2) розмовно-побутові ФО – стійкі поєднання слів, які переважно або виключно вживаються в усному мовленні: *show a clean pair of heels; line one's pocket; refresh the inner man*. 3) Книжкові ФО – стійкі поєднання слів, що вживаються в писемній мові: *fundamental principle; raze smth to the ground; in the twinkling of an eye; worldly wisdom*. 4) Архаїзми та історизми – фразеологічні звороти, що вийшли з активного вживання у зв'язку з витісненням їх іншими стійкими поєднаннями або окремими словами, що опинилися більш придатними для вираження відповідних понять: *sulphur; accommodation berth; dollars to doughnuts; comets*.

Висновки до розділу 1

У першому розділі були проведені дослідження відповідно до завдань, визначених у вступі, а саме: проаналізувати теоретичні праці вітчизняних і зарубіжних авторів з проблем визначення та класифікації фразеологічних одиниць.

Отже, фразеологія включає в себе як сукупність виразних засобів мови, що є еквівалентами окремих слів, так і окремий мовний рівень, де одиниці фразеології не є прямими еквівалентами слів, але співвідносяться з ними. Таке розуміння фразеологічних одиниць дозволяє включати до фразеології широкий спектр стереотипних висловів, характерних для різних літературних стилів, літературних цитат, прислів'їв та приказок.

Таким чином, фразеологізми можна розділити на дві великі групи залежно від їх структури. Одна група включає номінативні фразеологізми, що називають певні явища реальності. Друга група включає фразеологізми, що є

комунікативними одиницями і передають цілі повідомлення. За походженням фразеологічні одиниці поділяються на споконвічні та запозичені. Крім того, існує структурна класифікація, запропонована Н. М. Шанським, а також А. В. Кунін визначає чотири структурно-семантичні типи фразеологічних одиниць: номінативні, номінативно-комунікативні, вигуківі та модальні, та комунікативні.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ДИСКУРСІ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

2.1. Стилiстичнi особливостi вживання фразеологiзмiв у дискурсi сучасної англiйської та української преси

Розглядаючи мовні особливості текстів сучасних англomовних ЗМІ, варто зауважити, що для них є характерним публіцистичний стиль мовлення. Основу мови публіцистичного стилю становить книжково-повсякденна лексика. Частотним є використання суспільно-політичної лексики, багатозначних слів, цілої низки стилістичних засобів і прийомів – від різнотипних епітетів до засобів гумору.

У публіцистичному тексті сучасних ЗМІ англomовних країн спостерігається досить висока частотність використання фразеологічних одиниць. Фразеологізми (або ідіоми, як їх називає більшість західних вчених) містять у собі найбільш барвисті, яскраві й виразні значення та образи національної мови (Знаменська, 2002: 165). Одним із найвагомiших дослідників фразеологiї є В.В. Виноградов, за визначенням якого фразеологiзм – це стiйке поєднання слiв, яке є аналогiчним словам за своєю вiдтворюванiстю в якостi готових i цiлісних значущих одиниць (Виноградов, 1986:8-9).

На сучасному етапі фразеологізм розуміють як семантично пов'язане сполучення слів, яке є результатом метафоризації його значення та вiдтворюється у виглядi специфiчної, усталеної та цiлісної конструкції (Кравцова, 2016:30). Завдяки своєму емотивно-експресивному забарвленню фразеологiзми легше запам'ятати, за їх допомогою простiше вибудувати цiлі логiчні ланцюжки й висловлювання, зробити переконливiшим мовлення. Вони дають змогу повнiше охарактеризувати той чи iнший предмет, описати його з усiх бокiв.

Використання фразеологізмів у ЗМІ переслідує прагматичні функції, а особливо коли використовується в заголовку. У такий спосіб автор публікації привертає та фіксує увагу читача, надає висловлюванню експресивності, емоційності. Фразеологізм значно більше здатний до впливу на читача, ніж нейтрально забарвлена лексика, а тому активно такі мовні засоби залучаються до публіцистичного стилю. Утворені в усному мовленні фразеологічні одиниці можуть застосовуватися у ЗМІ, виконуючи різноманітні функції. Наприклад, у наступному заголовку фразеологізм *to hit rock bottom* одночасно виконує функцію оцінки, слугує каталізатором іронії і створює драматичний ефект: US election 2020: The night American democracy hit rock bottom/ Вибори у США 2020: Вечір, коли американська демократія сягнула дна. У цьому випадку фразеологізм *to hit rock bottom* має значення *to be at the very lowest* та передає найвищий стан розчарування населення стосовно виборів у США. У наступному ж прикладі використовується варіація фразеологічного звороту *to keep the wolves at bay*, який вживається у значенні «стримувати біди, напасті»: Coronavirus in Senegal: Keeping Covid-19 at bay / Коронавірус у Сенегалі: Стримування Covid-19. У цьому випадку лексему *wolves* замінили на назву вірусу Covid-19, надавши фразеологізму нової інтерпретації. Використання фразеологічних виразів у заголовку дозволяє скоротити його обсяг, використовуючи лаконічну форму, одночасно передаючи основний зміст публікації зрозуміло для читача. Газетний заголовок, чи у друкованому виданні, чи в онлайн-газеті, привертає увагу своєю структурою, дизайном та інформативністю, а також містить приховану сигнальну систему, що дозволяє автору залучити читача до прочитання матеріалу.

Журналісти знаходять спрощені варіанти заголовків, використовуючи мовні штампи, цитати з фільмів або творів, фрагменти тексту або його основну ідею. Завдяки різноманітним лексичним, синтаксичним, пунктуаційним і графічним засобам виразності виникають заголовки, що мають виразну силу,

використовуючи переносне значення слів, спеціальну лексику, гру слів, прислів'я та приказки, фразеологізми. Пор.: *An AI Day!* – День кращий із найкращих. У цьому прикладі ідіоматичний вираз *AI* вживається для позначення чогось прекрасного та чудового і налаштовує отримувача інформації на позитив. Вживання фразеологічної одиниці “*to sit on the fence*” в наступному заголовку вуалює зволікання, нерішучість, допомагає уникнути прямої та категоричної відповіді стосовно того, на чийому ти боці, і тим самим відштовхує адресата від прибічників такого табору. Пор.: *We'd Better Sit On the Fence When It Comes To Voting*” – Коли справа дійде до голосування, ми краще зберігатимемо нейтралітет.

Стилістична маркованість фразеологізмів часто спонукає читача до логічного висновку, що витікає з їхнього значення. Наприклад, вживання ідіоми “*The leopard cannot change his spots*” у риторичному питанні натякає нам на оманливість ситуації, переконуючи, що не все можна змінити, перебудувати, пор.: “*Can the Leopard Change His Spots?*” – Природу не виправити. Варто зазначити, що в сучасному англomовному мас-медійному дискурсі фразеологізми можуть використовуватися в їхній класичній формі або ж використовуватися у вигляді фразеологічного новотвору. Прикладами використання звичної форми англійських фразеологізмів у мас-медійному дискурсі можуть слугувати такі заголовки: 1) *Skeletons in the cupboard will haunt Fiorina* / Скелети у шафі переслідуватимуть Фіоріну; 2) “*We can't put the cart before the horse*” – *Larne boss Lynch urges patience* / «Ми не можемо бігти вперед потяга» – бос «Ларна» Лінч закликає до терпіння; 3) *Brexit: “Half a loaf better than no bread”* / Брексит: краще синиця в руці, ніж журавель у небі. Фразеологізм *to have a skeleton in the cupboard* має значення «неприємна таємниця про минуле» та вживається в контексті передвиборчої кампанії, натякаючи на неприємні таємниці в біографії кандидатів на пост президента. Фразеологізм *to put the cart before the horse* вживається у значенні «починати з

кінця, випереджати події». Одним із відповідників цього фразеологізму в українській мові є вислів «бігти поперед воза». Фразеологічний зворот *half a loaf better than no bread* відтворюємо українською мовою за допомогою відповідника «краще синиця в руці, ніж журавель у небі».

Прикладом зміни структури фразеологічного звороту може слугувати наступний приклад: Covid-19 reporting: *When half a loaf is worse than no bread* / Доповідь Covid-19: Коли синиця в руці гірша за журавля у небі. У цьому випадку використовується інтерпретація фразеологізму *half a loaf better than no bread*, при цьому змінена його граматична форма, зокрема, використана антонімічна до вихідної конструкція *smth is worse than smth*. Інтерпретація фразеологізму привертає увагу читача вже своєю нестандартною формою, у той же час виражена за допомогою такого мовного засобу думка запам'ятовується та викликає емоційну реакцію. Окрім того, в англomовному мас-медійному дискурсі використовуються фразеологічні новоутворення, суттєвими ознаками яких, на думку лінгвістів, є їхня відтворюваність, неподільність семантики, метафоричність, а також незалежність від контексту та відсутність у словниках (Шніп, 2016).

Аналіз показав, що фразеологічні неологізми в дискурсі мас-медіа здебільшого утворюються за принципом аналогії, наприклад, *game potato* (за аналогією до *couch potato*) в значенні «любитель відеоігор», або *mother-out-law* (за аналогією до *mother-in-law*) в значенні «мама колишньої дружини».

Використання фразеологічних неологізмів у мас-медійному дискурсі виконує стилістичну, експресивну, емотивну, інформативну та низку інших функцій. Питання фразеологічних новоутворень як одного із шляхів поповнення лексики англійської мови через мовотворчість в області мас-медійного дискурсу потребує подальших досліджень.

2.2. Функціональні особливості вживання фразеологізмів у дискурсі сучасної англійської та української преси

Утворені в усному мовленні мовні одиниці можуть застосовуватися в ЗМІ, будучи одночасно і каталізатором іронії, і творцями драматичного ефекту або саспенсу стосовно до всіх мов. Газета The Times: "Urban foxes paint the town red as numbers quadruple". У даній статті розповідається про збільшення кількості диких лисиць на вулицях Лондона і їх напади на інших тварин. Фразеологізм "*to paint the town red*" (to enjoy yourself by going to places such as bars and clubs), що означає «гуляти, бешкетувати» замінює занадто різкі для публіцистики дієслова, як "*to engage a wild spree, to riot*" etc. Експресивність цього фразеологізму нагадує читачеві про часи, коли святкування, що відбуваються в англійських пабах, спричиняли масові заворушення у місті та призводили до постраждалих. Таким чином, спостерігається подібність у використанні фразеологічних виразів у англійській мові засобах масової інформації, що свідчить про універсальний характер фразеології в мас-медіа.

Процес формування фразеологічних одиниць може відбуватися шляхом зміни значення вже існуючих виразів (іноді включаючи зміну форми), або створюватися з нуля, враховуючи фактори зовнішнього середовища (контексту). У цьому процесі велике значення мають культурологічні аспекти, значимі історичні події і т.д. Сучасні мас-медіа виступають в ролі "генератора" та "розповсюджувача" фразеологізмів, і використання фразеологічних виразів у пресі не обмежується лише експресивністю або прикрасою мови. Вони можуть бути використані для посилення фактичних або особистих даних, економлячи мовне простір, що сприяє створенню інформативних та лаконічних заголовків статей.

Офіційним ЗМІ часто доводиться розглядати події, які виходять за межі загальноприйнятих норм і правил моралі, наприклад, непристойну поведінку публічних осіб або передачу прямої мови з обценною лексикою і подібне. Іноді

терміни або вирази можуть бути образливими для певних соціальних груп. Вимоги до надання детального та об'єктивного огляду подій змушують журналістів і редакторів застосовувати цензуру, використовуючи художньо-виразні мовні засоби, зокрема фразеологічні вирази. Можна виділити три основні ролі фразеологічних одиниць: алюзивна, евфемістична і економія мовних засобів.

Давайте розглянемо кожну з цих ролей більш детально. Алюзивна функція фразеологізмів у ЗМІ полягає в тому, щоб відправити читача до конкретної особистості, історичної події або пам'ятника культури (Порохницька, 2004). При цьому об'єкт, до якого відбувається відсилання в статті, повинен бути загальновідомим. У випадку, якщо об'єкт не є загальновідомим, необхідно надати пояснення в самій статті. Алюзивні фразеологізми широко використовуються в спортивній пресі. Серед них переважають фразеологізми з назвами, і це в основному імена спортсменів і тренерів, які залишили свій слід в історії будь-якого виду спорту.

Як приклад розглянемо заголовок статті про хокейні матчі, взятої на сайті офіційного спортивного ресурсу ESPN Sports: "Horton's G. Howe hat trick lifts B's". У даній статті йдеться про те, що гравець хокейної команди «Бостон Брюїнз» Нейтан Хортон приніс своїй команді перемогу, зробивши «хет-трик Горді Хоу». Сайт Sportingcharts.com дає таку дефініцію даного поняття: «A scoring situation that occurs when a player scores a goal, an assist and gets into a fight all within one game. It is named in honor of forward Gordie Howe who was famous for his ability to both score and fight during his Hall of Fame career ». Номінальним компонентом у даній ідіоматичній одиниці є ім'я Горді Хоу, спортсмена, за яким вперше було помічено дане явище. За даними з цього ж джерела, фразеологізм не вживався у пресі до середини 90-х років ХХ століття.

Алюзивні фразеологізми, що вживаються в повсякденній неформальній розмові, можуть маскуватися під наукові терміни. Потім вони переходять в мас-

медіа, проте складність їх сприйняття вимагає пояснення, що змушує пресу писати цілі статті про таких фразеологічних одиницях. Наприклад, стаття газети *The Telegraph* від 20.09.16: *Are you living in an alternate reality? Welcome to the wacky world of the 'Mandela Effect'*. У даній статті розглядається так званий ефект Мандели — явище, при якому група не знайомих і не знають один одного людей чітко пам'ятає певна подія таким, яким його не було. Фразеологізм часто застосовується у кінодискурсі, коли з'ясовується, що багато людей чітко пам'ятають моменти або цитати з фільмів і телепередач, яких не було або вони звучали не так (*Derek: Luke I'm your father ... / Damon: dude are you stupid it's "No, I'm your father". / Derek: wow the mandela-effect runs deep*).

Походження даного фразеологізму описується в вищезгаданій статті: *The Mandela Effect was named by paranormal enthusiast Fiona Broome when she discovered she was not the only one who wrongly believed Nelson Mandela died in prison in the 1980s. Прізвище першого президента ПАР Нельсона Мандели є номінальним компонентом в даному фразеологізми. На даний момент фразеологізм не має широкого поширення в пресі, проте активно тиражується в Інтернет-ЗМІ.*

Фразеологізми з номінальним компонентом досить широко представлені в політичному дискурсі. Вони можуть підкреслювати актуальність будь-яких політичних подій. Подібним чином у мову ЗМІ поступово входять ідіоматичні вирази, пов'язані з ім'ям і діяльністю обраного в 2016 році Президента США Дональда Трампа. Розглянемо один із таких фразеологізмів на прикладі статті газети *Dawn* від 1.02.17: *Is Pakistan Getting "Trumped?"*. У даній статті під фразеологізм *to get Trumped* автор статті вклав значення «дістати відмову в доступі». Йдеться про ініціативу Трампа заборонити пакистанським емігрантам видавати посвідку на проживання в Сполучених Штатах. У розмовній мові даний фразеологізм має значення «звільнити», згідно онлайн-словника *Urban Dictionary: Trumped — to be fired*. Ще один приклад фразеологізму, номінальним

компонентом якого є ім'я Президента США, описується в статті газети The Guardian від 14.02.17: "Donald Trump's strange handshake style and how Justin Trudeau beat it". В даній статті розповідається про незвичайну манеру Дональда Трампа вітати лідерів інших держав незвично довгим рукостисканням (близько 19 секунд). Даного феномену, незважаючи на його новизну, було швидко дано ім'я – *Trumpshake*. Отже, *to trump shake – to shake hands past extra time*.

Евфемістичні фразеологізми виконують свою «пом'якшувальну» роль, дозволяють досить детально описати такі події, як некоректні висловлювання, допущені публічними особами під час офіційних виступів або інтерв'ю, маскуючи при цьому табуйовану лексику (Петренко, 2007). Багато евфемістичних фразеологічних одиниць в ЗМІ покликані завуальовано розповідати про такі події, як: масові заворушення, дебоші, нападу і т.д. Вони часто вживаються в сфері економіки, щоб уникнути застосування досить різких термінів, як «падіння», «криза», «інфляція» і т.д. З цієї ж причини вони можуть вживатися в різних текстах політичної спрямованості. Наприклад, стаття австралійської газети The Economist від 14.05.2015: *Australian Banks Like a shag on a rock* ". *To be like a shag on the rock — to be in an isolated or exposed position*. Дана ідіоматична одиниця є неформальною в австралійському сленгу. "A shag" – назва одного з видів австралійських бакланів, що мешкають в прибережних і внутрішніх водах Австралії. Його часто можна побачити сидячим на скелях на самоті. Подібна поведінка і породила даний фразеологізм. Таким чином, можемо тлумачити значення даного фразеологізму як «перебувати в ізоляції (економічної, політичної і т.д.)».

Як приклад розглянемо два фразеологізми: *to flip the bird* і *to drop the F-bomb* на прикладі статті від 7 жовтня 2011 року, взятої з сайту CNN: *Gaga flips a bird and drops an F-bomb at Clinton fete*. У даній статті йдеться про відому співачку Леді Гагу, яка під час свого виступу на банкеті у колишнього Президента США Білла Клінтона і його дружини Хілларі, дозволила собі

показати табуйований жест середнім пальцем руки і лихословити. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus дає таку дефініцію фразеологізму *to flip the bird*: *to show someone in an offensive way that you are angry with that person by turning the back of your hand towards them and putting your middle finger up*. Також може зустрічатися варіант "*to give a finger*", що вважається більш конкретною формою *to flip the bird* (наприклад, "Frank Gehry gives journalist the finger" (the Guardian. 24.10.14)). *Drop the F-bomb* метафорично використовується щоб уникнути вживання слова "*f-word*", коли мова йде про будь-яку людину, яка це слово вжила.

Фразеологізми, покликані заощаджувати мовний простір дозволяють газетним заголовкам бути більш лаконічними і привертають увагу, внаслідок яскравою виразності мови. Розглянемо один з таких фразеологізмів на прикладі статті в газеті The Daily News: Mailman massacre 14 die after Patrick Sherrill 'goes postal' in 1986 shootings. Cambridge Advanced Learner's Dictionary надає таку дефініцію даного фразеологізму: *to become very angry and do something violent*. Про походження цього виразу можемо дізнатися з цієї ж статті: 20, серпня 1986 Патрік Шеррі, працівник поштової служби США, влаштував бійню в поштовому відділенні, до якого був прив'язаний. Пізніше хвиля схожих випадків прокотилася по країні. Згодом вчинки цих людей стали пояснюватися так: "*The man went postal*". В даному випадку, фразеологізм бере на себе ще й евфемістичну роль, замінюючи дієслова "*to murder*" і "*to slaughter*". Фразеологізми, покликані заощаджувати мовний простір дозволяють газетним заголовкам бути більш лаконічними і привертають увагу, внаслідок яскравою виразності мови. В юриспруденції такі фразеологічні одиниці вживаються для того, щоб вмістити довгі положення і термінологію в межах однієї фрази або речення.

Фразеологізми, що економлять мовний простір, поширені і в спортивній пресі. Одним з найяскравіших прикладів може послужити фрагмент текстової

онлайн-трансляції чвертьфінального матчу Чемпіонату Європи з футболу 2012 року між збірними Англії та Італії на сайті газети The Guardian. На сорок восьмій хвилині 51 матчу коментатор пише: *"It should have been dealt with without any fuss whatsoever, but the England defence was dozing and it dropped to De Rossi, who turned and Kerzhakoved a volley wide from six yards out!"*.

У мові юриспруденції також є фразеологізми, покликані заощаджувати мовний простір, які допомагають вмістити довгі положення в межах однієї фрази або пропозиції. Розглянемо як приклад заголовок статті газети New York Times: "Court Finds That Queens District Attorney's Of ice Undercut Miranda Warnings" [46]. Miranda warning (or Miranda rights) – *"the rights that a person who is being arrested must be informed of, such as the right to remain silent or the right to have legal counsel"*. *To undercut Miranda warnings* – не зачитувати конституційні права затриманих, що є порушенням законодавства Сполучених Штатів. Найчастіше можна зустріти ідіоматичних одиницю *to give sb. Miranda law* – зачитувати кому-небудь його конституційні права при затриманні.

В даному фразеологізмі присутній також номінальний компонент, який відсилає нас до конкретного історичного персонажу, Ернесто Артуро Міранді, фігуранту гучного судового процесу 1966 року «Міранада проти Арізони», в результаті якого було винесено рішення про те, що ні зачитування затриманому його основних конституційних прав є порушенням закону. Отже, можемо зробити висновок, що даний фразеологізм можна також віднести до категорії аллюзівних фразеологізмів.

Фразеологізми, які виконують роль економії мовного простору в статтях розважального або культурного характеру, можуть виділятися у пресі, щоб посилити ефект виразності і привернути увагу читача. Розглянемо приклад заголовка статті в англійській газеті The Daily Mail від 20.10.08: "It's not that easy being a YES MAN – Tom Sykes decided to say yes to everything for a week and got more than he bargained for...". Cambridge Advanced Learner's Dictionary &

Thesaurus дає визначення поняттю "yes man": "a person who agrees with everything their employer, leader, etc. says in order to please them ". Це дає нам підставу вважати цей вислів фразеологічної одиницею, заощаджує мовний простір.

Фразеологізми з номінальним компонентом досить широко представлені в політичному дискурсі. По-перше, вони надають можливість відсилати до історичних фактів і визначних особистостей. По-друге, вони дозволяють висвітлювати події, пов'язані з непристойною поведінкою публічних осіб, уникаючи використання обценної лексики. По-третє, вони допомагають уникнути використання занадто різких слів і виразів, формуючи нові слова і додаючи мові мас-медіа особливу виразність, що водночас допомагає зекономити мовний простір.

Таким чином, узагальнюючи, можна виявити наступні закономірності: джерелом більшості проаналізованих фразеологічних одиниць є постфольклор, одним з аспектів якого є популярна культура (напр. *Not to be in Kansas anymore, to be big in Japan, to try to peel a potato with another potato, to rick roll*); філологія, яка згодом набула узуального характеру, також можна вважати частиною сучасного міського фольклору, в особливій мірі з огляду на авторські висловлювання, розтиражовані в фанатському середовищі (*Will he struggle in a cold, wet, windy night at Stoke ?, Hand of God, bromance, specter at the feast, a hockey dad*), деякі розглядаються фразеологічні одиниці прийшли в ЗМІ з вуличного сленгу (*to put one's boot on, to get buckets, to score short-handed*), а також присутні кілька результатів зчеплення слів (*bromance, voluntold*).

Основні інфоприводи (або шляхи, по яких тиражуються досліджувані нами одиниці в текстах сучасних англомовних ЗМІ) можна згрупувати за тематикою аналізованих текстів: політичні (тут велика кількість інфоприводів пов'язана з ім'ям Дональда Трампа), культурно-розважальні (пов'язані з кіно і шоу-бізнесом), спортивні та соціальні.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проведено ознайомлення з поняттям ЗМІ, розглянуто його основні види та характерні риси в англomовних мас-медіа. Також, наведено приклади вживання фразеологізмів у сучасних засобах масової інформації. Для сучасних англomовних ЗМІ притаманний публіцистичний стиль. Тому, використання фразеологізмів у ЗМІ переслідує прагматичні функції. Застосування фразеологічних виразів у заголовках скорочує обсяг, надає лаконічну форму, та передає основний зміст публікації зрозуміло для читача. Фразеологічні неологізми в дискурсі мас-медіа здебільшого утворюються за принципом аналогії. Сучасні мас-медіа виступають в ролі "генератора" та "розповсюджувача" фразеологізмів. Фразеологізми з номінальним компонентом використовуються у політичному дискурсі.

Фразеологізми з номінальним компонентом використовуються у політичному дискурсі задля надання можливості відсилати до історичних фактів та визначних особистостей, висвітлення події, пов'язаних з непристойною поведінкою публічних осіб та уникнення вживання різких слів і виразів.

ВИСНОВКИ

Під час аналізу використання фразеологізмів у сучасному англomовному мас-медійному дискурсі було встановлено, що ці мовні одиниці є ефективним засобом, який широко використовується у заголовках та текстах мас-медійних матеріалів. Фразеологізми виконують роль у лаконізації мовлення ЗМІ, а також мають інформативну, експресивну, стилістичну та інші функції.

Використання фразеологізмів має й прагматичну мету, оскільки вони забезпечують більшу образність мовлення та полегшують сприйняття матеріалу читачем. Фразеологізми є ефективним засобом оцінки явища і мають потенціал для мовленнєвого впливу й маніпуляції, що робить їх потужним мовним інструментом у мас-медійному дискурсі. Майбутні дослідження фразеологізмів у англomовних ЗМІ можуть охоплювати порівняльний аналіз фразеологічної мовотворчості в мас-медійному дискурсі англomовних країн, а також вивчення труднощів перекладу фразеологічних одиниць з англійської мови українською у мас-медійному дискурсі.

Майстерне використання фразеологізмів у сучасних англomовних періодичних виданнях надає мові більшу насиченість, виразність та емоційне забарвлення, спонукаючи читача до певних асоціацій. При перекладі фразеологізмів у текстах англійських ЗМІ необхідно бути особливо уважним. Кінцевий вибір певного перекладу фразеологізму залежить від контексту. Вірне використання перекладацьких прийомів та методів передбачає творчий підхід до вирішення кожної конкретної задачі.

Переклад фразеологізмів у текстах англomовних мас-медійних видань вимагає врахування різних екстралінгвістичних факторів. Повноцінне відтворення англійських фразеологізмів, що використовуються у сучасній англійській пресі, є мистецтвом. При розгляді особливостей перекладу фразеологізмів у англійській періодиці варто відзначити, що необхідною

умовою успішного перекладу фразеологізмів є наявність таланту та вмінь перекладача, які гарантують високу якість професійної діяльності. Оскільки переклад текстів преси передбачає адекватне передавання образності та виразності англійських фразеологізмів, заміщення перекладача машиною або комп'ютером практично неможливе.

Засоби машинного перекладу не в змозі ухопити всі нюанси вихідного тексту і передати його вихідною мовою, особливо у сфері фразеології. Лише людина може зробити переклад так чітко, образно і виразно, використовуючи всю різноманітність перекладацьких методів та багатство мови. Необхідно систематично оновлювати словники, довідники та навчальні посібники з фразеології, оскільки мова преси постійно збагачується новими фразеологічними одиницями. Це сприятиме підвищенню якості міжкультурної комунікації.

РЕЗЮМЕ

У роботі розглядається актуальність фразеологізмів та їхня невід'ємність у сучасній англійській та українській пресі. Головна увага зосереджена на тому, що фразеологічні одиниці мають свої особливості вживання та можуть виконувати різноманітні функції в залежності від контексту.

Отримані результати можуть бути корисними для лінгвістів, журналістів, перекладачів та всіх, хто має справу з англійською та українською мовою.

Ключові слова: фразеологія, фразеологічна одиниця, ідіоми, ЗМІ, преса, література

RESUME

The paper examines the relevance of phraseology and their indispensability in the modern English and Ukrainian press. The focus is on the fact that phraseological units have their own peculiarities of use and can perform various functions depending on the context.

The obtained results can be useful for linguists, journalists, translators, and everyone who deals with the English and Ukrainian languages.

Key words:

phraseology, phraseological unit, idioms, Mass Media, press, literature

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажнюк, Б. (2004). *Англійські фразеологізми з власно іменним компонентом*.
2. Алефіренко, М. (1987). *Теоретичні питання фразеології*. Вища школа.
3. Бабкін, А. (1968). *Російська фразеологія, її розвиток та лексикографічна розробка*.
4. Виноградов, В. (1977). *Основні поняття фразеології як лінгвістичної дисципліни*. Наука.
5. Дубенець, Е. (2002). *Modern English Lexicology*. Глоса-Прес.
6. Жуков, В., & Жуков, А. (2006). *Фразеологія* (2-ге вид.). Вища школа.
7. Зацний, Ю. А. (2008). *Розвиток словникового складу сучасної англійської мови*. Запорізький університет.
8. Зимомря, М. І., & Баран, Я. А. (1999). *Теоретичні основи фразеології*. Ужгородський державний університет.
9. Знаменська, Т. (2002). *Стилістика англійської мови*.
10. Кравцова, І. (б. д.). Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації. *У Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету* (20-те вид., с. 29–32).
11. Кунін, А. (1996). *Курс фразеології сучасної англійської мови* (2-ге вид.). Фенікс+.
12. Мокієнко, В. (1989). *Слов'янська фразеологія*. Вища школа.
13. Петренко, В. (2007). Особливості визначення політичної мови (2-ге вид.). *Політичний менеджмент*.
14. Порохницька, Н. (2004). *Фразеологізми в англійській мові*.
15. Смерчко, А., Скотна, Н. В., & Куцик, О. (2003). *Фразеологія в таблицях і тестах: онтологічний, культурологічний та контрастивний аспекти*.

- 16.Телія, В. М. (2013). *Російська фразеологія. Семантичний, прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти*. Школа.
- 17.Шанський. (1985). *Сучасна фразеологія* (3-тє вид.). Вища школа
- 18.Шніп, Ю. (2016). *Фразеологічні новотвори на позначення концепту «ЧАС» в англійській мові та їх переклад українською мовою*. КПІ.
19. Garner, B. (2009). *Garner's Modern American Usage*. Oxford University Press.
20. Smith, L. P. (1925). *Words and idioms*. Constable.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- 21.(TG) — The Guardian. URL : <https://www.theguardian.com/international>
- 22.(TI) — The Independent. URL : www.independent.co.uk/
- 23.(TO) — The Observer. URL: www.observer.com/
- 24.(TT) — The Telegraph. URL: www.telegraph.co.uk/
- 25.(DM) – Daily Mail (London) URL: <http://www.dailymail.co.uk>
- 26.(SM) – Sunday Mirror (London, England). URL: <http://www.mirror.co.uk/>
- 27.(TMOS) – The Mail on Sunday (Glasgow, Scotland). URL: [http:// sunday-mail-glasgow-scotland](http://sunday-mail-glasgow-scotland).
28. (BBC) – British Broadcasting Corporation (London, England) URL: <https://www.bbc.com>