

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

другого (магістерського) рівня

### **ТИПИ ТА ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ**

Виконав:

студент VI курсу, групи ГФз-313м

спеціальності 035 – «Філологія»

за ОПП 035.04 – Германські мови та

літератури (переклад включно)

**ВОЛКОВ ВАДИМ ЮРІЙОВИЧ**

Керівник: *канд. філол. наук Е.О. Куц*

Рецензент: *канд. філол. наук І.В. Кузнецова*

Запоріжжя – 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Запорізький національний технічний університет

Інститут, факультет ЕІУ, Гуманітарний факультет  
Кафедра теорії та практики перекладу  
Ступінь вищої освіти (освітній ступінь) другий (магістерський) рівень  
Спеціальність 035 - Філологія (код і назва)

Напрямок підготовки 035.04. Германські мови та літератури (переклад англійської мови) (код і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Дригодко А.М.  
"14" грудня 2018 року

ЗАВДАННЯ  
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТУ

Валков Вадим Юрійович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Типи та переклад фразеологізмів англійського мовного медіадискурсу

керівник проекту (роботи) Куч Єліна Олексіївна канд. філол. наук, доц.  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від "31" 10 2018 року №311

2. Строк подання студентом проекту (роботи) грудень 2018 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи) 1. Дригодко А.Ф. Теоретичні питання фразеології. Київ: Вища школа, 1987. 133с. 2. Куч Є.В. О перекладі англійських фразеологізмів в англо-руській фразеологічній словесності // Методи перекладу. 1964. №2. С.52-62. 3. Webster M. Oxford Guide to British and American English. O. Oxford University Press, 2015. 142p.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Загальна характеристика фразеологізмів 2. Класифікація фразеологізмів 3. Англійський мовний медіадискурс як контекст функціонування фразеологізмів 4. Студійні переклади фразеологізмів англійського мовного медіадискурсу 5. Переклад за допомогою еквівалентів 6. Переклад за допомогою аналогів 7. Довільний переклад або каліграфічний 8. Опіловий переклад 9. Типи фразеологічних каліграфічних 10. Способи перекладу англійського мовного медіафразеології 11. Опіловий переклад та безпека у варіаційній ситуації

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) одна діаграма, чотири таблиці

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Курц Е.О., доцент		
II	Курц Е.О., доцент		
III	Курц Е.О. доцент		
IV	Журавель С.М.		
Нормок	Підгорна А.Б.		

7. Дата видачі завдання вересень 2018 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	вересень 2018	виконано
2.	Зробка завдань теми роботи	вересень 2018	виконано
3.	Складання календ. плану викр.	вересень 2018	виконано
4.	Збирання матеріалу для написання 1 та 2 розділів роботи	вересень 2018	виконано
5.	Написання 1 розділу	вересень-жовтень 2018	виконано
6.	Написання 2 розділу	жовтень 2018	виконано
7.	Написання 3 розділу	жовтень-листопад 2018	виконано
8.	Написання вступу і закл. висновку	25-30 листопада 2018	виконано
9.	Оформлення та рецензії роб.	1-10 грудня 2018	виконано
10.	Захист дипломної роботи	19 грудня 2018	виконано

Студент Волоков В.Ю. (підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи) Курц Е.О. (підпис)

(прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

Завдання на роботу	
Реферат	
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ .....	10
1.1. Загальна характеристика фразеологізмів.....	10
1.2. Класифікація фразеологізмів.....	19
1.3. Англomовний медіадискурс як контекст функціонування фразеологізмів.....	26
РОЗДІЛ 2. ТИПИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ .....	32
2.1. Типи фразеологізмів за ступенем семантичної єдності.....	32
2.1.1 Фразеологічні зрощення.....	32
2.1.2. Фразеологічні єдності.....	36
2.1.3. Фразеологічні сполучення.....	38
2.1.4. Фразеологічні вислови.....	41
2.2. Типи фразеологізмів за структурно-семантичними та частиномовними характеристикам.....	43
2.3. Типи фразеологізмів за походженням.....	48
2.3.1. Суто англійські (британські) фразеологізми. ....	48
2.3.2. Внутрішньомовні фразеологічні запозичення.....	53
2.3.3. Міжмовні фразеологічні запозичення.....	57
РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ .....	61
3.1. Труднощі перекладу фразеологізмів англomовного медіадискурсу.....	61
3.2. Переклад за допомогою еквівалента.....	67
3.2.1. Переклад за допомогою повного еквівалента.....	67

3.2.2. Переклад за допомогою часткового еквівалента.....	69
3.3. Переклад за допомогою аналога.....	71
3.4. Дослівний переклад або калькування.....	75
3.5. Описовий переклад.....	79
<b>РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....</b>	<b>84</b>
4.1. Аналіз потенційних небезпек.....	84
4.2. Заходи по забезпеченню безпеки.....	86
4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці.....	88
4.4. Заходи з пожежної безпеки.....	95
4.5. Заходи по забезпеченню безпеки у надзвичайних ситуаціях.....	96
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>100</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>104</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>109</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>126</b>
Додаток А. Типи фразеологічних одиниць англомовного медіадискурсу...	126
Додаток Б. Способи перекладу англомовної фразеології: фразеологічний і нефразеологічний переклад.....	128
Додаток В. Наукові публікації.....	130

## РЕФЕРАТ

КР: 140 с., 157 джерел

Об'єкт дослідження – фразеологічні одиниці англомовного медіадискурсу.

Мета роботи – з'ясувати типи фразеологізмів англомовного медіадискурсу та визначити способи їх перекладу українською мовою.

Методи дослідження – метод опису; методи структурно-семантичного, компонентного, функційного аналізу; метод аналізу словникових дефініцій і частиномовних характеристик; методи контекстуального та перекладацького аналізу; метод кількісних підрахунків.

У першому розділі дипломної роботи надається загальна характеристика фразеологізмів, наводяться їх класифікації, здійснюється характеристика англомовного медіадискурсу як контексту функціонування фразеологізмів. У другому розділі визначаються та описуються типи фразеологізмів, які використовуються у вказаному дискурсі. Третій розділ присвячено аналізу труднощів і способів перекладу англомовної медіафразеології засобами української мови. Четвертий розділ присвячено питанням охорони праці та безпеки у надзвичайних ситуаціях. У висновках викладено основні теоретичні та практичні результати запропонованої роботи; визначено перспективи подальших досліджень.

КЛАСИФІКАЦІЯ, КОНТЕКСТ, МЕДІАДИСКУРС, ПЕРЕКЛАД, ТИП, ФРАЗЕОЛОГІЗМ, ФУНКЦІОНУВАННЯ.

## ВСТУП

Фразеологічний фонд будь-якої мови – це невичерпне джерело, що постійно живить її виражальні засоби, надає їй яскравих рис національного характеру, створює той неповторний колорит, який відрізняє одну мову від іншої. У фразеологічних одиницях відбивається досвід носіїв мови, їх уявлення про навколишній світ, виявляється своєрідність їх світобачення.

Джерелом появи та контекстом використання фразеологічних одиниць завжди були розмовне мовлення, фольклор, художня література. З появою та поширенням нових форм і типів комунікації відбуваються процеси їх «фразеологізації», що сприяють увиразненню та приверненню уваги до інформації, поданої в них. Основну роль у передаванні інформації в сучасному світі виконує медіадискурс, утворений сукупністю усних і писемних текстів, що поширюються засобами масової інформації та всесвітньою мережею Інтернет.

Англомовний медіадискурс посідає особливе місце у світовому інформаційному просторі. Обсяг текстів англомовних засобів масової інформації та Інтернет-контенту значно перевищує обсяг їх текстів, написаних іншими мовами, а тематика охоплює найрізноманітніші соціальні, політичні, економічні, етнокультурні питання англомовних країн і всього світового співтовариства в цілому. Широке використання фразеологічних одиниць в англомовному медіадискурсі пояснюється здатністю цих одиниць оригінальним способом позначати ті чи інші події, явища, надавати їм оцінку, оживлювати тексти знайомими образами, надавати експресивності мовленню автора, тим самим привертаючи й утримуючи увагу адресата та формуючи в нього певне ставлення до поданої інформації.

**Актуальність** дослідження зумовлена зростаючим інтересом сучасної лінгвістики та перекладознавства до медійної комунікації та її одиниць, нагальною потребою систематизації медіафразеології англійської мови та аналізу їх типів, необхідністю детального аналізу способів перекладу

фразеологічних одиниць англомовного медіадискурсу засобами української мови.

**Зв'язок роботи з науковими темами.** Дипломну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми № 61118 кафедри теорії та практики перекладу ЗНТУ «Система й структура германських мов у когнітивно-комунікативній парадигмі знання». Тему роботи затверджено наказом ректора № 311 від 31.10.2018.

**Мета** роботи полягає у з'ясуванні типів фразеологізмів англомовного медіадискурсу та визначенні способів їх перекладу українською мовою.

Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- висвітлення теоретичних засад дослідження англомовних медіафразеологізмів;

- з'ясування типів фразеологізмів англомовного медіадискурсу з огляду на їх семантичну єдність і відтворюваність, структурно-семантичні та частиномовні характеристики, етимологічне походження;

- виявлення труднощів і аналіз способів перекладу англомовної медіафразеології.

**Об'єктом** дослідження виступають фразеологічні одиниці англомовного медіадискурсу.

**Предметом** дослідження є типи фразеологічних одиниць означеного дискурсу, їх класифікаційні ознаки та способи перекладу українською мовою.

**Матеріалом** дослідження слугували п'ятсот англомовних фразеологізмів, отриманих у результаті суцільної вибірки із словників фразеологізмів, а також корпусу статей, опублікованих у газетах і журналах англомовних країн.

У роботі були використані такі **методи** дослідження: 1) метод опису задіяний для визначення теоретичного підґрунтя дослідження фразеологізмів англомовного медіадискурсу; 2) методи структурно-семантичного, компонентного, функційного аналізу, а також методи аналізу

словникових дефініцій і частиномовних характеристик використані для здійснення типологізації англомовних медіафразеологізмів; 3) методи аналізу словникових дефініцій, семантичного, контекстуального та перекладацького аналізу застосовані для з'ясування способів перекладу фразеологізмів англомовного медіадискурсу; 4) метод кількісних підрахунків вжитий для виявлення найбільш і найменш поширених способів перекладу англомовної медіафразеології засобами української мови.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що в ній уперше здійснено аналіз типів і класифікаційних ознак англомовної медіафразеології, їх структурно-семантичних особливостей, частиномовних характеристик, етимологічного походження. Уперше також здійснюється системний аналіз та опис способів перекладу фразеологічних одиниць англомовного медіадискурсу засобами української мови.

**Практична цінність** отриманих результатів визначається можливістю їх використання в лекційних і практичних курсах із лексикології (розділи «Словниковий склад англійської мови», «Фразеологізми англійської мови та їх етимологічне походження») та стилістики англійської мови (розділи «Виразальні засоби англійської мови», «Стилістична фразеологія»), перекладознавства (розділ «Переклад фразеологічних засобів англійської мови»), лінгвокраїнознавства; у спецкурсах із дискурсології, медіалінгвістики; при написанні курсових і дипломних робіт

**Апробація роботи** здійснювалася на XII Міжнародній науково-практичній конференції «Мови і світ: дослідження та викладання», 27 березня 2018 року, м. Кропивницький, а також на щорічній науково-практичній конференції «Тиждень науки» (16-20 квітня 2018 р., Запоріжжя). За результатами апробації надруковано дві публікації [39; 40].

**Структура роботи** визначається її метою та завданнями. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури із 157 найменувань. Загальний обсяг дипломної роботи складає 140 сторінок друкованого тексту.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

#### 1.1. Загальна характеристика фразеологізмів

Сучасне мовознавство характеризується зростанням інтересу до проблем фразеології, формування та функціонування фразеологічного фонду різних мов [1; 3; 7; 9; 14; 28; 29; 36; 44; 53; 57; 66; 70; 74; 75; 79; 81]. Не залишаються поза увагою лінгвістів і традиційні дослідження структурно-семантичних особливостей фразеологічних одиниць [15; 17; 27], їх внутрішньої форми [37], системних відношень і компонентного складу [42; 51], теоретичних засад фразеотворення [2; 38; 39; 70].

Відзначаємо, що сам термін «фразеологія» (від грец. *phrasis* – *вираз, зворот, спосіб вираження* та *logos* – *поняття, вчення*) має декілька значень. У своїй науковій праці українська дослідниця Л. Г. Скрипник зазначає, що в сучасній українській мові термін «фразеологія» вживається принаймні в чотирьох значеннях:

- 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови;
- 2) сукупність фразеологізмів у мові;
- 3) своєрідні засоби вираження думки, притаманні певній соціальній групі, конкретному авторові, діалекту тощо;
- 4) сукупність пишномовних нещирих висловів, позбавлених внутрішнього змісту [55, с. 17].

Більш вузьке тлумачення терміна «фразеологія» зустрічаємо в російського фразеолога О. В. Куніна. На думку науковця, фразеологія є наукою про фразеологічні одиниці, тобто про стійкі сполучення слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурно-семантичними моделями змінюваних словосполучень, що їх утворюють [38, с. 34].

Фразеологія є особливою галуззю мовознавства, що вивчає специфіку фразеологізмів як знаків вторинної номінації, їх значення, структуру, характер їх зовнішніх лексико-синтаксичних зв'язків, а також їх експресивно-стилістичні ознаки та системні зв'язки з іншими фразеологічними одиницями і словами. Одним із важливих завдань фразеології є дослідження національно-мовної своєрідності фразеологічних одиниць, які мають неповторний план вираження і таким чином фіксують національний колорит мови. Саме через цей факт переважна більшість фразеологізмів не перекладається іншими мовами.

Хоча передумови фразеології було закладено ще в 20-х рр. ХХ століття, як окрема лінгвістична дисципліна вона виникла в 50-х роках ХХ століття. Становлення фразеології пов'язане, насамперед, з ідеями французького мовознавця Ш. Баллі, а також із дослідженнями Л. А. Булаховського [10], Ф. І. Буслаєва [11], В. В. Виноградова [25; 26], О. О. Шахматова [65], яким належить визначення її основних понять, обсягу і завдань дисципліни. Спадщину науковців було розвинуто працями Н. М. Амосової [2], О. І. Білодіда [59], А. І. Молоткова [46], О. І. Смирницького [56], В. Н. Телії [60], Н. М. Шанського [64].

Незважаючи на численну кількість досліджень у сфері фразеології, в сучасному мовознавстві й дотепер невирішеними залишаються базові питання класифікації фразеологічних одиниць, критеріїв їх виокремлення та співвідношення з іншими частинами мови, не існує також чіткого розуміння самого поняття «фразеологізм». Масштабність нерозв'язаних проблем зумовлена як традиційними мовознавчими функціями фразеологізмів (номінативно-комунікативною, гносеологічною, емоційною, експресивною тощо), за якими вони співвідносяться з іншими одиницями мови – словом, словосполученням, реченням, текстом, так і специфічною природою цих мовних одиниць із особливою внутрішньою формою та організацією.

Концепцію фразеологічної одиниці як сталого словосполучення, значення якого не може бути виведеним із його складових частин (слів), було вперше сформульовано швейцарським лінгвістом Ш. Баллі [6, с. 39-47]. Розрізняючи незалежні словосполучення та фразеологічні єдності, дослідник вказував, що останні характеризуються нерозчленованістю значення і виражають єдине поняття [6, с. 41-42]. Зазначимо, що на сьогоднішній день у лінгвістиці існує велика кількість визначень фразеологізму. Проте жодне з них так і не знайшло загального визнання. Деякі мовознавці, зокрема О. В. Кунін [39, с. 19], В. В. Виноградов [16, с. 15] та інші вважають, що визначення фразеологічної одиниці є таким же складним, як і визначення слова. На думку вчених, ця складність полягає, перш за все, у неможливості встановлення спільних рис для всіх фразеологічних одиниць одночасно [18, с. 34; 41, с. 127; 52, с. 28].

Під фразеологізмом розуміють стале за складом і структурою, цілісне та неподільне словосполучення чи речення, що характеризується єдністю значення [1, с. 35]. Більш вдале визначення фразеологізму запропонував, на нашу думку, російський фразеолог О. В. Кунін, підкресливши переосмисленість значення подібної одиниці: «Фразеологічна одиниця – це стале сполучення лексем із повністю або частково переосмисленим значенням» [38, с. 48].

Під фразеологічною одиницею В. М. Мокієнко розуміє «відносно стійке, відтворюване сполучення лексем, яке має цілісне значення» [45, с. 17]. В. Н. Жуков вважає фразеологізмом «відтворюваний у мові зворот, побудований за зразком сурядних або підрядних словосполучень (непредикативного або предикативного характеру), який має цілісне (або рідше – частково цілісне) значення» [27, с. 8]. Фразеологізм, на думку науковця, виникає тоді, коли якнайменше два слова, які його формують, зазнають семантичних перетворень так, що частково або повністю втрачають власне лексичне значення [27, с. 9].

Фразеологічними одиницями Б. О. Ларін називає такі стійкі словосполучення, що характеризуються втратою первісних реалій і появою нового метафоричного значення [41, с. 127]. На думку С. Г. Гавріна, фразеологічна одиниця є відтворюваною загальноновживаною мовною одиницею, цілісною за своїм значенням і складеною з двох і більше повнозначних слів [18, с. 8]. Українська лінгвістка Л. Г. Скрипник вважає фразеологізмом «відтворюване, цілісне за значенням, стійке за складом і структурою словосполучення» [55, с. 7].

Поняття *фразеологічна одиниця* та *фразеологізм* є тотожними. Їх синонімами виступають також поняття *фразеологічний зворот*, *фразеологічний вислів*, *стійкий вислів*, *сталий вираз*, *ідіома*, *фразема*. Відзначаємо, що замість терміна «*фразеологізм*» в англо-американській лінгвістичній традиції використовується термін «*idiom*». Цей термін був уперше введений в науковий обіг британським лінгвістом Л. Смітом, який підкреслював, що він походить від французького *idiome* та використовується для позначення граматичної структури сполучень, характерних для англійської мови, значення яких неможливо пояснити з граматичної та логічної точки зору [57, с. 12].

У нашому дослідженні ми будемо вживати терміни *фразеологічна одиниця*, *фразеологізм* як синоніми. Відзначаємо, що компоненти фразеологічних одиниць завжди граматично організовані за моделлю словосполучення чи речення. Вони мають цілісне значення та відтворюються в мовленні відповідно до історично зумовлених норм вживання.

З огляду на вищезазначені дефініції фразеологізмів, вважаємо за необхідне деталізувати характерні ознаки цих одиниць. До складу фразеологізмів завжди входять декілька компонентів, які не зберігають значення самостійних слів, наприклад: *to hold one's hand* – *стримуватися від чогось*, *honest to God!* – *бачить Бог!* Фразеологічним одиницям властива також сталість граматичної форми компонентів, яку не можна свідомо

змінити, оскільки це призведе до втрати їх значення. Лише в окремих випадках можливі варіації граматичних форм у складі окремих фразеологізмів, наприклад: *to get into deep water (s)* – *потрапити у скрутне чи небезпечне становище*.

Характерною ознакою фразеологічних одиниць є чітко фіксований порядок слів, наприклад: *a lay figure* – *манекен*. У той же час у дієслівних фразеологізмах, тобто таких, що складаються з дієслова та залежних від нього слів, інколи допускається перестановка компонентів, наприклад: *in duty bound (in bounden duty)* – *з обов'язку служби*.

Фразеологізми є семантично неподільними одиницями, значення яких можна виразити одним словом, наприклад: *lose one's heart* – *закохатися*. Але ця особливість властива далеко не всім фразеологічним одиницям. Значення певної кількості з них дорівнюється цілому виразу. Такі фразеологізми виникають у результаті образного переосмислення вільних словосполучень, наприклад: *have a lot of the ball* – *бути дуже здібним*; *have all one's goods in the shop window* – *виставляти напоказ*.

Фразеологізми, на відміну від вільних словосполучень, характеризуються постійністю лексичного складу. Той чи інший компонент фразеологізму не можна замінити близьким за значенням словом, у той час як у вільних словосполученнях подібні заміни є легко допустимими. Наприклад, замість «*a ladies' man*» (*ловелас*), не можна використовувати словосполучення «*a gentlemen's woman*», а замість «*lady luck*» (*пані удача*) – «*man luck*». Порівняємо подібні заміни у вільних словосполученнях: *to read a book* – *читати книжку*, *to read a novel* – *читати роман*, *to read a story* – *читати оповідання*. Проте існують деякі фразеологізми, в яких варіативність лексичного складу є допустимою, наприклад: *with all one's heart* – *всім серцем*, *with all one's soul* – *всією душею*.

Відтворюваність як релевантна ознака фразеологізму полягає не в можливості його творення в процесі мовлення, а в здатності отримувати та користуватися ним носіями мови в готовому вигляді. Поєднання слів, які

складають фразеологічну одиницю, закріплено мовною традицією певної лінгвокультурної спільноти. Так, наприклад, услід за лексемою *bosom* носій англійської мови обов'язково використає слово *friend* (*bosom friend* – *вірний, нерозлучний друг*), а не *pal*, *acquaintance* чи інші. Це свідчить про передбачуваність компонентів фразеологічних одиниць. Отже, фразеологізми вважаються відносно постійними компонентами мовної системи, які актуалізуються у мовленні практично без новотворів. Проте на сьогоднішній день деякі науковці вказують, що відтворюваність не є категоріальною ознакою фразеологічних одиниць, оскільки нею володіють і слова, і словосполучення, і речення різних типів [46, с. 24; 54 с. 21; 69, с. 29].

Більшості фразеологізмів властива також непроникливість структури. Це означає, що до їх складу зазвичай не можна свідомо включати будь-які елементи. Наприклад, до складу фразеологізму *lares and penates* (*домашнє вогнище*) не можна вводити елемент *very*, оскільки вислів *very lares and penates* буде нісенітницею. Винятком можуть бути фразеологізми, що допускають уведення деяких уточнюючих слів, наприклад: *to learn an (important) lesson from something* – *здобути (важливий) урок з чогось*.

Фразеологічна одиниця має свої, притаманні тільки їй категоріальні ознаки, які в сукупності дозволяють, з одного боку, виокремити її в самостійну частину мови, а з іншого, відмежувати від інших. На думку В. В. Виноградова такими ознаками фразеологізмів є: лексичне значення, компонентний склад, наявність граматичних категорій [15, с. 37]. Лексичне значення фразеологізму та граматичні категорії складають його зміст, тобто понятійне ядро, а компонентний склад – його форму.

Важливою ознакою фразеологізмів є метафоричність, образність. Фразеологічні одиниці з'являються в мові не стільки для позначення предметів, ознак, дій, скільки для їх емоційно-образної характеристики. Як засоби вторинної номінації, вони утворюються шляхом переосмислення значення вільних словосполучень, метафоричного та метонімічного перенесень. Створення ефекту образності досягається й завдяки

використанню порівняння. Часткове чи повне переосмислення значень компонентів фразеологічних одиниць є необхідною умовою їх образності. Саме тому образність вважають характерною рисою більшості фразеологізмів [1, с. 28; 19; 33].

Важливість образного характеру фразеологічної одиниці полягає в тому, що ця ознака знаходиться в основі всіх інших її виражальних якостей: емоційності, оцінності, експресивності, стилістичного забарвлення. Емоційні характеристики фразеологізмів пов'язують насамперед із виявом суб'єктивно-модальної інтенції мовця [42, с. 24; 44, с. 167], його комунікативним наміром висловити своє ставлення до певного фрагмента дійсності. У зв'язку з цим говорять про існування комунікативної функції фразеологізмів та їх комунікативного призначення [28, с. 112; 36, с. 44].

Оцінність фразеологічної одиниці пов'язана з емоційністю та вважається її похідною. Зазвичай фразеологізми розподіляють на дві групи: позитивно-оцінні, що виражають схвалення, повагу, захоплення; негативно-оцінні, за допомогою яких висловлюють іронію, презирство, зневагу тощо. У зв'язку з цим наголошують на превалюванні кваліфікативної функції фразеологізму над номінативною [17, с. 119].

Оцінне значення фразеологічних одиниць зумовлене не самими властивостями суб'єктів і об'єктів, позначених у них, а залученням цих суб'єктів та об'єктів до сфери соціальних відносин, інтересів, потреб індивідів та лінгвокультурної спільноти в цілому. Крім того, оцінне значення фразеологізмів визначається національно-культурною специфікою сприйняття світу представниками різних лінгвокультур, що виявляється в використанні різних одиниць на позначення однакових ситуацій і фрагментів позамовної дійсності, зокрема: *every Jack has his Jill* – на кожний товар є свій купець; *a rolling stone gathers no moss* – хто вдома не живе, той добра не наживе; *he who would search for pearls must dive below* – хто хоче рибку з'їсти, той повинен в воду лізти; *who keeps company with the wolf, will learn*

*to howl* – з вовками жити по-вовчі вими, *curiosity killed the cat* – зацікавленій Тамарі носа відірвали.

Стилістичне забарвлення фразеологізмів здебільшого зумовлює їх закріплення за певним стилем мовлення. Функціонально закріплені фразеологізми є стилістично неоднорідними. Вони відрізняються ступенем експресивності та виразності. Існують також і нейтральні фразеологічні одиниці, які входять до фонду загальноживаної фразеології та вважаються такими, що позбавлені образності, емоційності та оцінного значення.

Нечітко визначеним у сучасній лінгвістиці є також поняття ідіоматичності фразеологізму. Зазвичай його поєднують із цілісністю значення, його переосмисленням, змістовою нерозкладністю [47, с. 127-128; 60, с. 31], наприклад: *no bed of roses* – нелегке життя; *issue of facts* – спірне питання; *red tape* – бюрократизм; *to be out of the woods* – подолати труднощі, *to carry the guns* – бути добре підготовленим, достатньо кваліфікованим). Значення фразеологічних одиниць є певною мірою вмотивованим. Послаблення мотивації призводить до його більшої ідіоматичності, відповідно відбувається лексикалізація синтаксичної одиниці та з'являється нова семантична єдність [9, с. 73].

Важливим завданням лінгвістики постає виявлення етнокультурної специфіки значення фразеологічних одиниць, аналіз етнокультурного (національно-культурного) компонента їх значення [35, с. 10-11; 67; 78, с. 36-38]. Під останнім розуміють додаткові конотативні «нашарування» на основне значення фразеологізму: емотивні експресивні та оцінні, що пов'язані з національно-культурною специфікою тієї дійсності, яку вони відображають, а саме: з історією, фольклором, побутом, звичаями та традиціями певної нації, лінгвокультурної спільноти [49, с. 35]. Фразеологізми будь-якої мови є одним із найбільших джерел культурологічних фонових знань про її носіїв, які знаходять своє відображення в семантиці цих одиниць. Дослідження фразеологізмів надає

можливість відстежити взаємозв'язок мови, світобачення, ментальності нації.

Вихідними для дослідження національно-культурної самобутності фразеологічного складу мови є наступні положення:

1) більшість її одиниць характеризується національно-культурною специфікою;

2) у колективній підсвідомій пам'яті носіїв мови зберігається зв'язок фразеологізмів із кодом культури;

3) відтворюваність фразеологічних знаків сприяє трансляції культурно значущих настанов від покоління до покоління, що забезпечує формування культурного самопізнання як окремої особистості, так і культурно-національної ідентичності народу – носія мови [35, с.7].

Не можна говорити, що фразеологічні одиниці слугують лише засобом об'єктивації етнокультурного досвіду певного народу. Наголошуючи на існуванні етнокультурної мотивації фразеологічних одиниць, науковці зазначають, що «універсалії, експліковані фразеологізмами, вказують також на характер конвенційних знань усього людства» [35, с. 11].

Фразеологічні одиниці заповнюють лакуни в лексичній системі тієї чи іншої мови, яка не може повністю забезпечити позначення певних проявів дійсності, що пізнаються людиною. Фразеологізми в багатьох випадках виступають єдиними засобами позначення певних процесів, станів, ситуацій тощо. Утворення фразеологізмів послаблює протиріччя між потребами мислення та обмеженими лексичними ресурсами мови. У тих випадках, коли фразеологізм має лексичний синонім, ці одиниці зазвичай відрізняються у стилістичному відношенні.

Незважаючи на той факт, що використання фразеологізмів закріплено мовною традицією, деякі з них застарівають і виходять із загального вжитку. До таких одиниць відносять фразеологічні історизми, причиною виходу з використання яких є зникнення відповідних явищ, понять дійсності, фразеологічні архаїзми, що зникають у зв'язку з витісненням їх іншими

сталими виразами, які вважаються більш вдалим для позначення певних понять [61, с. 35].

Процес збагачення та оновлення фразеологічного фонду мови відбувається шляхом появи нових сталих виразів. Так, наприклад, у США поширення набував вираз *to deal like a covetous coyote* – *вести справу нечесно та з великою вигідю для себе* [77, с. 34]. Уявлення про хижу тварину та мексиканських ділків стали основою формування зазначеного фразеологізму.

З'ясування диференційних ознак фразеологізмів дозволяє розглядати їх як окремі самостійні одиниці мови, відмінні від слова, словосполучення та речення. Оскільки не існує мов без фразеологічних одиниць, фразеологію слід вважати однією з мовних універсалій. У фразеологічних одиницях тієї чи іншої мови відбивається досвід її носіїв, їх уявлення про навколишній світ, виявляється своєрідність їх світобачення. Саме тому фразеологія є найбільш специфічною та національно самобутньою складовою будь-якої мови, що постійно живить її виражальні засоби, надає їй яскравих рис національного характеру, створює той неповторний колорит, який відрізняє одну мову від іншої. Утворення фразеологічного фонду мов є постійним процесом, викликаним потребою людського спілкування.

## **1.2. Класифікація фразеологізмів**

Питання класифікації фразеологізмів було одним із ключових ще за часів зародження фразеології як самостійної лінгвістичної дисципліни. Спираючись на ті чи інші ознаки, дотримуючись певних принципів, лінгвісти пропонували різні класифікації фразеологічних одиниць. Найбільш відомими серед них є класифікації В. В. Виноградова [15, с. 32-33], О. В. Куніна [38, с. 14-19], Н. М. Амосової [2, с. 24-36], О. І. Смирницького [56, с. 39-43].

Праці відомого російського мовознавця В. В. Виноградова вважаються поворотним пунктом у вивченні фразеологічного фонду різних мов. Залежно від ступеня мотивованості значення фразеологізму значеннями слів, які входять до його складу, оперуючи критеріями семантичної цілісності та змістової єдності фразеологічних одиниць, російський мовознавець В. В. Виноградов виокремив три їх типи:

**фразеологічні зрощення** (ідіоми) – сталі, лексично неподільні звороти, значення яких не впливає зі значень слів, що їх складають і не мотивуються ними;

**фразеологічні єдності** – сталі, лексично неподільні звороти, значення яких мотивуються значеннями слів, що їх складають, але не виводяться безпосередньо з них;

**фразеологічні сполучення** – сталі, лексично неподільні звороти, що містять у своєму складі компонент із вільним значенням, яке реалізується в різних контекстах, та компонентом із фразеологічно зв'язаним значенням [15, с. 33].

Прикладами фразеологічних зрощень є *to back the wrong horse* – *поставити не на того коня, зробити поганий вибір*; *to bite the bullet* – *мужньо терпіти*, *to wear one's heart on one's sleeve* – *бути відвертим*. Фразеологічними єдностями є одиниці *the bottom line* – *кінцевий результат*; *break the ice* – *розтопити лід*. До фразеологічних сполучень відносять, наприклад, вираз *to show one's teeth* – *показувати зуби*.

Відзначаємо, що класифікація фразеологічних одиниць, запропонована В. В. Виноградовим, викликала ряд зауважень. Науковця докоряли за відсутність єдиного принципу класифікації фразеологізмів. Дві перші з визначених ним груп фразеологізмів – зрощення та єдності – відрізнялися одне від одного за ознакою мотивування цих одиниць, третя ж група – фразеологічні словосполучення – за ознакою обмеженої сполучуваності слів.

Класифікацію В. В. Виноградова було доповнено Н. М. Шанським, який запропонував виокремлювати також **фразеологічні вислови** – сталі

фразеологічні звороти, що не членуються семантично, а складаються зі слів із вільним номінативним значенням [64, с. 24]. Прикладами таких фразеологічних одиниць є прислів'я, приказки, афоризми, крилаті вирази. Не включаючи до складу фразеології прислів'я та приказки, Н. М. Амосова виокремлює два типи фразеологічних одиниць – фраземи та ідіоми [2, с. 24].

Фразеологічні вислови відносять до пареміологічного фонду мов. Традиційно пареміологію вважають одним із розділів фразеології – науки, що вивчає сталі лексично неподільні звороти (фразеологічні зрощення, єдності, сполучення) та фразеологічні вирази (прислів'я, приказки, афоризми, крилаті вирази, цитати) [17, с. 11].

Проте не всі науковці відносять паремії до фразеологічного фонду мови, наголошуючи на тому, що прислів'я та приказки не можуть вважатися фразеологічними одиницями, оскільки за своєю структурою вони є реченнями, що не можуть слугувати носіями лексичного значення та бути еквівалентами окремих слів як фразеологізми [1 с. 11; 7, с. 34]. Вважаючи паремії фразеологічними одиницями, прибічники фразеологічно орієнтованого підходу наголошують, що прислів'я та приказки слід відносити до фразеологічного фонду мови, оскільки вони характеризуються такими ознаками фразеологічних одиниць, як семантична цілісність, сталість граматичної структури, образність, відтворюваність [17, с. 12; 22, с. 37; 27, с. 16].

Паремії часто називають народними афоризмами, хоча між цими одиницями є певні відмінності. Паремія є продуктом уснопоетичної творчості народу, у той час як афоризм має літературне походження. Час появи паремій здебільшого не визнаний, авторський афоризм збігається з датою появи літературного джерела. Прислів'я чи приказка є розмовною одиницею, у афоризмах спостерігається, так звана, «книжна мова». На відміну від приказок, афоризми не носять повчальний характер.

Необхідно зазначити, що будь-яке прислів'я чи приказка є первісно витвором однієї людини, який згодом може стати надбанням багатьох. Кожен

вислів, перш ніж стати прислів'ям чи приказкою, повинен втратити свого індивідуального автора та стати широковживаним завдяки своєму постійному використанні у мовленні багатьох людей. У зв'язку з цим ці одиниці є важливим мовним матеріалом для розуміння особливостей світобачення та світосприйняття певної нації або народу. Вони несуть на собі відбиток історичного досвіду спілкування представників певної лінгвокультури і пізнання ними навколишньої дійсності

Прислів'я виконують певну регулятивну функцію, встановлюють правила та моделі поведінки, та незважаючи на те, що вони не є непохитними та неухильними, відображають соціально визнані норми та звичаї людських колективів та людства у цілому. Зорієнтовані своїм змістом здебільшого на людину, прислів'я вказують на її риси характеру, вчинки, взаємовідносини у родині, колективі, суспільстві.

І. О. Волошкіна вважає прислів'я короткими фольклорними текстами, що відрізняються сталістю словникового складу та граматичної структури. У контексті вони повністю зберігають свою граматично та семантично незалежну єдність [17, с. 25]. Специфічність цих мовних одиниць простежується в таких характеристиках:

- 1) прислів'я відбиває правдиві явища (*no man is born wise or learned – мудрим ніхто не народився*);
- 2) прислів'я – скарбниця мудрості народу (*old people speake truth – люди похилого віку говорять істину*);
- 3) прислів'я характерні художня яскравість, організованість, влучність, майже обов'язково вони містять гумор, несподіване порівняння, ритмічний початок (*wealth begins with a wife – аби бути багатим треба бути жонатим*);
- 4) стислість, лаконічність прислів'я (*might is right – де сила, там і закон*);

5) прислів'я зазвичай складаються з двох частин: загального судження і застосування, тлумачення, повчання (*a man is known by the company he keeps – скажи мені, хто твій друг і я скажу, хто ти*) [17, с. 27].

Особливістю прислів'їв є їх образність, адже слова в них вживаються здебільшого в непрямому, переносному значенні, а також містять елемент порівняння. Саме образно-емоційне відображення навколишнього середовища знайшло свою реалізацію в структурних та семантичних рисах прислів'їв. Основою багатьох із них постає певний образ, який створюється за допомогою різних тропів: епітетів, порівнянь, алегорій, метафор, персоніфікацій, гіпербол, літот, метонімії, синекдох, протиставлень, уособлень.

За структурними ознаками прислів'я традиційно відносяться дослідниками до текстів малих форм фольклору, які також називають малими жанрами афористичного фольклору [5, с. 22; 66, с. 29]. Типовою ознакою прислів'їв є й те, що їхня синтаксична структура побудована за моделями простого або складного речення. Двоскладні речення-прислів'я утворюють найбільшу групу паремійних одиниць [17, с. 30].

Прислів'я актуалізуються як розповідні чи спонукальні типи висловлювань у стверджувальній або заперечній формі [17, с. 31]. Саме тому прислів'я в основному є розповідними, зокрема: *careless shepherds make many a feast for the wolf – у недбалого пастуха вовки завжди ситі*. Незначною кількістю представлені також спонукальні та питальні прислів'я, наприклад: *choose a book as you choose a friend – вибирай книжку, як вибираєш друга; what can you get (have) of the cat but her skin? – з поганої вівці хоч вовни жмут*.

Прислів'я та приказки відрізняються одне від одного не тільки за структурою та семантикою, але й за комунікативним призначенням. Прислів'я є поетично оформленими афоризмами, засобами виразу завершеної думки, наприклад: *a good name is better than riches – добре ім'я краще багатства, none but the brave deserve the fair – чия відвага, того й*

*перемога; сміливого чорти бояться; diligence is the mother of good luck (success) – терпінням і працею всього добудеш.* Вони завжди мають дидактичну настанову. В якості дидактичних одиниць прислів'я виступають засобами попередження, узагальнення народного досвіду, висміювання, надання порад, навчання мудрості [35, с. 9].

Приказки є компонентами судження, мовленнєвими зворотами, висловами, ходовими виразами із буквальним значенням, представленими здебільшого номінативними конструкціями. Приказки наближаються до ідіом та не мають яскраво вираженого дидактичного навантаження, зокрема: *the world is a small place – світ місний; that's another pair of shoes – це зовсім інша справа; more power to your elbow – бажаю вдачі, does your mother know you are out? – в тебе молоко на губах не обсохло.*

На основі частиномовних характеристиках І. В. Корунець розрізняв субстантивні, адвербіальні та дієслівні фразеологічні одиниці англійської мови [34, с. 48-50]. Поділяючи її фразеологізми на класи, підкласи, розряди, О. В. Кунін запропонував їх структурно-семантичну класифікацію:

- а) номінативні [38, с. 243] (наприклад, *swan-song – лебедина пісня*);
- б) номінативно-комунікативні [38, с. 244] (наприклад, *to keep one's wicket up – відстоювати свої інтереси*);
- в) вигуківі та модальні [38, с. 245] (наприклад, *Good luck! – В добрий час!*);
- г) комунікативні фразеологічні одиниці [38, с. 246] (наприклад, *if you run after two hares, you will catch neither – за двома зайцями поженешся, жодного не впіймаєш*).

Науковець розподіляв визначені класи фразеологічних одиниць на підкласи та розряди. Підкласи фразеологізмів виокремлюються ним на основі ознаки замкненості / незамкненості цих одиниць і розмежовуються на дев'ятнадцять розрядів залежно від типу зв'язку між компонентами, що є частково або повністю переосмислені [38, с. 245-253]. Поза увагою в

запропонованій О. В. Куніним класифікації фразеологізмів лишається їх ідіоматичність.

Лінгвістом також була запропонована класифікація англомовних фразеологічних одиниць за їх походженням і мовою-джерелом запозичення. Базовим при цьому науковець вважав британський варіант англійської мови:

1) суто англійські (британські) фразеологізми (наприклад, *Fleet Street* – британська преса – за назвою вулиці Лондона, де раніше знаходилися редакції найпопулярніших газет);

2) внутрішньомовні фразеологічні запозичення (наприклад, *born on the wrong side of the tracks* – народитися в сім'ї бідняка – фразеологізм, який потрапив до британського варіанта англійської мови з її американського варіанта);

3) міжмовні фразеологічні запозичення, що потрапили в англійську мову з інших мов (наприклад, *Jewish waltz* – угода, під час якої торгуються з метою досягнути якомога більшого зиску).

4) фразеологізми, запозичені в англійську в іншомовній формі (наприклад, *tete-a-tete* від франц. *віч-на-віч*) [38, с. 277-289].

Особливу увагу ідіоматичним виразам англійської мови приділяв британський фразеолог Л. Сміт, який вказував, що джерелом їх виникнення є, у першу чергу, різні сфери життя та діяльності простих людей [57, с. 19]. Саме тому науковець визначив групи ідіом, пов'язаних із поняттями та реаліями сільського господарства, побуту, тваринного світу, спорту тощо. До того ж, лінгвіст виокремив запозичені ідіоми, біблійні ідіоми та крилаті шекспірівські вирази.

Незважаючи на відсутність чіткої класифікації та критеріїв розмежування ідіом англійської мови, Л. Сміт вдало описав їх розмаїття, пояснивши при цьому сутнісні характеристики цих одиниць. Відсутність абстрактних суджень, висновків наукового характеру, естетичних оцінок або

тонкого психологічного аналізу в ідіомах науковець пояснює тим, що основним джерелом їх походження є народне мовлення.

За масштабом використання український науковець І. В. Корунець розподіляв фразеологізми на *національні* та *міжнародні*. На думку лінгвіста, національні фразеологічні одиниці відзеркалюють у своєму значенні певні етнонаціональні риси, ознаки, характеристики. Такі одиниці містять образи, притаманні конкретному народу, етносу чи лінгвокультурній спільноті [34, с. 50]. Під міжнародними фразеологізмами науковець розумів сталі вирази, що є спільними для багатьох мов [34, с. 51].

З огляду на функціонально-стилістичні характеристики фразеологізмів виокремлюють такі, що належать до розмовного стилю, є одиницями книжного стилю та стилістично нейтральними одиницями [47, с. 24-25; 70, с. 12-13]. Існування великої кількості класифікацій фразеологізмів свідчить про значний інтерес науковців до фразеологічного фонду різних мов.

### **1.3. Англомовний медіадискурс як контекст функціонування фразеологізмів**

Термін «дискурс» є дуже поширеним у сучасній лінгвістиці та інших дисциплінах гуманітарного циклу. Кількість робіт, присвячених вивченню дискурсу, його типів, вимірів, різноманітних дискурсних явищ та їх характеристик настільки значна, що науковці говорять про «дискурсний бум» у лінгвістиці [21, с. 7; 48, с. 105]. Походячи з латинського *discursus* (букв. *блукати*), термін «дискурс» через французьку мову (фр. *discours* – мовлення) потрапляє в англійську, поширюючись і закріплюючись у ній. В англійській мові «*discourse*» отримує значення «*бесіда, виступ, діалогічне мовлення*» [72, с. 9].

Поняттєвий діапазон терміна «дискурс» на сьогоднішній день є досить широким. Дискурс співвідносять із типами та формами мовлення,

принципами побудови повідомлення, його риторикою (монологічний, діалогічний, наративний, риторичний, іронічний тощо), характеристиками мовлення окремої людини та груп людей (особистісний, неповторний, колективний, авторитарний).

Дискурс розглядають і як функціональний стиль, різновид мовлення (усний, писемний, науковий, художній, діловий) [8, с. 12]. Під дискурсом також розуміють «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, що розглядається в аспекті події ... промова, «занурена в життя» [4]; «складне комунікативне явище, що включає не тільки акт творення певного повідомлення, але й відображає його залежність від багатьох екстралінгвальних факторів: знань про світ, поглядів, думок, цілей, статусних характеристик учасників комунікативної взаємодії тощо» [48, с. 106]. Наведені визначення вказують на те, що поняття *дискурс* включає в себе не тільки лінгвальний (мовний і мовленнєвий), але й екстралінгвальний (позамовний) аспекти, що у взаємодії визначають реальний зміст того чи іншого повідомлення, мовлення, тексту.

Дискурс протиставляється тексту, що виступає цілісною знаковою формою організації дискурсу. Множинність ракурсів розгляду тексту в гуманітарних науках, а також його поліфункціональна та багатопланова природа зумовлює неоднозначність його дефініції. Поняття «текст» (от лат. *textus* – *тканина, сплетення, з'єднання*) широко використовується не тільки в лінгвістиці, але й у літературознавстві, естетиці, семіотиці, культурології, філософії. Тлумачні словники пропонують різні визначення цього поняття. Так, наприклад, текстом вважається «будь-яке записане мовлення (літературний твір, документ, його частина, уривок), а також внутрішньо організована послідовність уривків письмового твору, мовлення, що є записаним або таким, що звучить, відносно закінченим за своїм змістом і будовою» [8, с. 13]. Пропонується також наступне визначення тексту: «будь-

яке мовлення, відбите у письмовому вигляді чи у пам'яті, написані чи сказані слова, які можна відтворити, повторити у тому ж самому вигляді» [20, с. 7].

Із становленням дискурс-аналізу як самостійної галузі лінгвістичних досліджень було з'ясовано, що значення дискурсу не обмежується письмовим і усним мовленням, але включає також одиниці інших семіотичних кодів. Дискурс – це мова, занурена в життя, в соціальний контекст [21, с. 9]. Акцент в дослідженні дискурсу ставиться на його інтерактивній сутності. Саме тому поняття дискурсу корелює з поняттям комунікації, виступаючи подекуди синонімічним.

Залежно від сфер використання розрізняють академічний, бізнес-дискурс, дипломатичний, літературний, політичний, педагогічний, рекламний, релігійний, медичний, юридичний, науково-технічний дискурс тощо. Поняття *медіадискурсу* є відносно новим, виокремленим у лінгвістиці у зв'язку з появою та розповсюдженням нового типу комунікації, характерного для інформаційного мас-медійного простору. Під медіадискурсом розуміють також будь-який тип дискурсу, що реалізується в медіапросторі та продукується ЗМІ [72, с. 12]. Медіадискурс не є гомогенним явищем. Він представлений друкованими ЗМІ, теле- та радіомовленням, Інтернет-контентом. За каналом подачі та сприйняття інформації, розрізняють також усний, писемний, а також комбінований (усний і писемний) типи медіадискурсу.

На думку А. Н. Васильєвої, метою створення медіадискурсу є передавання політичної, соціокультурної та іншої інформації задля пропагування певних ідей, вирішення тих чи інших суспільних проблем, здійснення впливу, формування певної громадської думки [12, с. 7]. Т. Г. Добросклонська, у свою чергу, відзначає, що медіадискурс покликаний передавати інформацію про актуальні проблеми суспільств, соціальні, політичні, етнокультурні та інші події та явища [23, с. 24]. На думку М. Р. Желтухіної, він відіграє важливу політичну й ідеологічну роль, впливає на діяльність соціальних інститутів, сприяючи не тільки розповсюдженню

соціально значущої інформації, але й слугуючи засобом суспільного виховання, агітації та пропаганди [26, с. 40].

Зазначені характеристики вказують на те, що медіадискурс належить до інституційного типу спілкування. Критерії розмежування персонального й інституційного типів дискурсу були запропоновані російським лінгвістом В. І. Карасиком [31; 32]. Персональний тип дискурсу є особистісним, він зводиться до передачі повсякденної інформації, його зміст і форма не регламентується нормами та конвенціями суспільних інститутів [31, с. 187].

Інституційний тип дискурсу маркований статусно-рольовими відносинами його учасників. Його реалізація відбувається в суспільних інститутах. Цей тип дискурсу може бути звернений як до індивідуального, так і до масового адресата. Так, наприклад, В. І. Карасик виокремлює такі типи інституційного дискурсу: адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий, масово-інформаційний та політичний [32, с. 26-27].

Адресовані широкому загалу, тексти медіадискурсу створюються, насамперед, журналістами. Метою інституційного дискурсу є не тільки передача певної суспільно значущої інформації, але й формування ціннісних орієнтацій, моделей поведінки його адресатів. Актуалізація медіадискурсу відбувається в комунікативних ситуаціях, характерних для певного соціального інституту [72, с. 24]. Інституційний дискурс несе в собі відбиток нормативної заданості певних соціальних відносин, пропонує та закріплює поняття *норма / відхилення, позитивне / негативне, припустиме / неприпустиме* [31, с. 188].

Великий інтерес мовознавців викликає англомовний медіадискурс, актуалізований сукупністю усних і писемних текстів, створених журналістами, що поширюються в англомовних країнах через газети та журнали, телебачення та радіо, мережу Інтернет. Визначна роль Великобританії, США та інших англомовних країн, їх пріоритетні позиції у світі привертають увагу до англомовного медійного дискурсу. Зацікавлення

цим типом дискурсу зумовлено й експансіонізмом англійської мови, її статусом «мови міжнародного спілкування, що постійно використовується носіями різних (інших) мов і лінгвокультур у всьому світі» [71, с. 45].

Ознакою мови англомовного медіадискурсу є діалектичне поєднання стандарту та експресії, взаємодія нейтральних та експресивно-оцінних мовних одиниць [43, с. 7]. Це зумовлено тим фактом, що мова медіадискурсу повинна бути «комунікативно ясною, але водночас виразною, яскравою, привабливою» [13, с. 12].

Фразеологічні звороти, прислів'я, приказки, крилаті вирази є важливими компонентами англомовного медіадискурсу, джерелом його експресивно-емоційної насиченості, істотним засобом реалізації його функційного потенціалу. Наприклад, порівняно із синонімічним словосполученням *to do something in vain* (займатися пустою справою) фразеологізм *to beat the air* (товкти воду в ступі) характеризується образним та експресивно-оцінним значенням. Виразні семантико-стилістичні якості фразеологізмів відсвіжують мовлення теле- та радіопередач, газет і журналів, роблячи його невимушеним, соковитим, містким, дотепно-влучним. Ці одиниці надають англомовному медіадискурсу певну впливову силу, допомагають створювати специфічну образність [58, с. 36; 62, с. 12]. На думку Л. П. Сміта, експресивність ідіоматичних виразів, їх метафоричність надає мові ЗМІ виразності, енергії. Науковець також вважає, що застосування подібних одиниць дозволяє адресату звернутися до відчуттів, образів, що їх викликали [57, с. 72], наприклад:

(1) *'The country's two big oil refineries have been destroyed. All rail and waterways linking Serbia to Montenegro have collapsed. The Serb army have become a sitting duck', claimed Armed Forces Minister Doug Henderson* [99].

«Два величезних нафтопереробних заводи країни були зруйновані. Залізничні та водні шляхи, що зв'язують Сербію з Чорногорією, заблоковані. Сербська армія стала легкою мішенню», – заявив міністр збройних сил Даг Хендерсон.

Використання фразеологізму *sitting duck* у наведеному фрагменті медіадискурсу дозволяє автору унаочнити становище сербської армії, представивши його для адресата в простому образі сидячого каченя, що власне і є легкою мішенню для ворогів. Фразеологічна одиниця *sitting duck* має декілька перекладацьких еквівалентів в українській мові: *легка мішень, готова жертва, вразлива персона*.

Фразеологізми застосовуються в англomовному медіадискурсі задля досягнення різноманітних комунікативно-прагматичних цілей. Так, наприклад, використання розмовних фразеологізмів може бути спрямоване в ньому на визначення авторської позиції при оцінюванні певної події, факту, явища чи привернення уваги адресата до них [66, с. 13]. Добір фразеологізмів визначається змістом і характером текстів медіадискурсу, метою їх творення, каналом поширення.

## РОЗДІЛ 2

### ТИПИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

Використання фразеологізмів в англomовному медіадискурсі пояснюється такими характеристиками цих одиниць, як образність, експресивність, виразність, здатність оригінальним способом позначити ту чи іншу інформацію, надавати їй оцінку, привертати увагу до неї, виступаючи при цьому засобами впливу на адресата. Цей розділ присвячено аналізу типів фразеологізмів, що використовуються в аналізованому дискурсі. Подібний аналіз базується на класифікаціях фразеологічних одиниць В. В. Виногорова [15, с. 32-33], О. В. Куніна [38, с. 14-16], найбільш поширених і відомих у лінгвістиці.

#### 2.1. Типи фразеологізмів за ступенем семантичної єдності

Семантична єдність поряд із ступенем мотивованості значення є ключовими критеріями розмежування фразеологізмів у класифікації В. В. Виногорова [15, с. 32-33]. За визначеними критеріями науковцем були виокремлені *фразеологічні зрощення (ідіоми)*, *фразеологічні єдності* та *фразеологічні сполучення*, використання яких спостерігається в англomовному медіадискурсі.

##### 2.1.1. Фразеологічні зрощення

Фразеологічні зрощення являють собою таку єдність, значення окремих компонентів якої не виводиться з її цілого. Саме тому ці одиниці були названі В. В. Виногородим «своєрідними складними синтаксичними словами» [15, с. 14]. Розглянемо приклад використання подібних одиниць в

англомовному медіадискурсі:

(1) *The schools secretary, Ed Ball, claimed the pair had let «**cat out of the bag**» about the Tory schools plan and the «spectre of deep cuts» envisaged for existing schools [157].*

У наведеному прикладі спостерігаємо застосування фразеологічного зрощення *cat out of the bag*. Значення його окремих компонентів не виявляють спільного значення усього фразеологізму: *to reveal a secret or a surprise by accident* [87, с. 57]. Вказана фразеологічна одиниця з'явилася в англійській мові у XVIII столітті. Її появу пов'язують із виразом *pig in a poke* (укр. *кіт у мішку*) та історіями про те, як британські торговці намагались продати kota в мішку замість свині з надією, що покупець не перевірить свою покупку та не викриє їх обман (секрет) [78, с. 67].

Звертаємося до іншого фрагмента медіадискурсу, де спостерігається застосування фразеологізму:

(2) *People forget that, above everybody, it is for those supporters who have stayed with the club **through thick and thin** [152].*

Фразеологічне зрощення «*through thick and thin*», використане в даному фрагменті медіадискурсу, має значення *under all circumstances, no matter how difficult* [149, с. 524], що не впливає із значення його окремих компонентів. Зауважимо, що вказана одиниця належить до однієї з найдавніших англійських ідіом. Вона походить від виразу *through thicket and thin wood*, який відсилає нас до часів, коли Англію вкривали ліси, а люди мали продиратися через хащі, прокладаючи собі нові шляхи [78, с. 198]. Саме тому аналізований фразеологізм отримав значення *за всіх обставин; незважаючи на жодні перепони, труднощі; рішуче, стійко, непохитно*.

Проаналізуємо ще один приклад:

(3) *Even middle-class families can hardly **make both ends meet**. I wonder how poor families can survive [147].*

Значення фразеологічного зрощення *to make both ends meet* (*to earn just enough money to live on; to have enough money to pay for your basic*

*expenses*) [87, с. 412] немотивоване значенням його окремих компонентів. Синонімами аналізованого фразеологізму виступають такі слова та словосполучення: *to economize, to cut down costs; to stretch a dollar; to tighten one's belt; to run tight ship; to keep within means, to pinch pennies, to meet one's budget*, антонімами є одиниці *to spend money, to squander*. Зазначимо, що точне джерело походження вказаного фразеологізму не визначено. Існує припущення, що воно використовувалося для опису ситуації, коли англійцям не вистачало грошей для того, щоб купити достатньо тканини для пошиву одягу, а коли тканина повністю не вкривала тіло, кінець одного краю одягу зводився з кінцем на її іншому краю [73, с. 411]. Саме тому вираз *to make both ends meet* стали вживати для позначення скрутного фінансового становища людини, коли грошей ледве вистачає на задоволення її основних потреб.

Звернемося до іншого фрагменту медіадискурсу із фразеологічною одиницею:

(4) *Some business will take the bull by the horns and come out shining* [144].

Фразеологічне зрощення *take the bull by the horns*, використане в наведеному фрагменті дискурсу, має значення *to confront a problem head on and deal with it openly* [88, с. 399], не мотивоване його компонентами. Синонімами вказаного фразеологізму є словосполучення *to face the problem, to cross the Rubicon, to run the gauntlet, to swing into action*, а його антонімами слугують є одиниці *to be lazy, to ignore problems, to relax*. Зазначимо, що й дотепер не існує єдиної думки, чи був вказаний фразеологізм запозичений з іспанської мови, чи з'явився він в американському варіанті англійської мови, оскільки не тільки Іспанія славиться багатовіковою традицією кориди, але й родео вважається традиційним видом спорту в США, започаткованим мексиканськими та американськими ковбоями. Перше відкрите змагання по родео відбулося в місті Пекос (штат Техас) у 1883 році [83, с. 94].

Використання фразеологічного зрощення спостерігаємо також в

іншому фрагменті медіадискурсу:

(5) *We like much of what he has to say, especially about energy, but I don't think people are **feeling in their guts**, and I am a bigger believer that voters don't listen through their ears* [168].

Фразеологічне зрощення *feeling in their guts* має значення *a personal, intuitive feeling or response*. Це свідчить про те, що значення фразеологічної одиниці не впливає зі значення її окремих компонентів.

Проаналізуємо ще один приклад використання фразеологізму вказаного типу в медіадискурсі:

(6) *ATLANTA – Not having an opportunity to reach the Big 12 title game because of an obscure tie breaker **has driven a stake deep in the hearts of Texas fans*** [149].

Оскільки значенням фразеологічної одиниці *has driven a stake deep in the hearts* є вирази *to provoke happiness, to make somebody believe in something* [90, с. 61], це вказує на приналежність цієї одиниці до фразеологічних зрощень.

Застосування фразеологічних зрощень спостерігаємо також в інших медіатекстах:

(7) *Samantha the Panther **bares her claws** as Posh is snubbed from Queen's 200 Top Women Party* [162].

(8) *There are many helpful books written by experts who can advise on the **ins and outs of dieting*** [143].

(9) *Sooner or later they will have to realize that this is **a blind alley** and that they need to rethink their own strategies* [138].

Значення вказаних фразеологічних одиниць не мотивоване значенням їх окремих компонентів: *to bare someone's claws – to stand on hind legs; ins and out – the correct and successful way to do something, the special things that one needs to know to do something; a blind alley – a method of thinking or acting which is not effective because it does not produce any results*.

Зазначимо, що фразеологічні зрощення досить часто використовуються

в англомовному медіадискурсі, апелюючи до уяви адресата, надаючи виразності та експресивності мовленню автора, дозволяючи передати його ставлення до поданої інформації та її оцінку.

### 2.1.2. Фразеологічні єдності

На відміну від фразеологічних зрощень, значення фразеологічних єдностей мотивується значенням їх слів, хоча й не впливає з них. Звернемося до аналізу прикладів застосування цих типів фразеологізмів у англомовному медіадискурсі.

(10) *When most people leave a job they generally follow one simple rule: don't **burn** any **bridges*** [133].

У наведеному прикладі спостерігаємо використання фразеологічної єдності *to burn bridges behind one* зі значення *to act unpleasantly in a situation that you are leaving, ensuring that you'll never be welcome to return* [85, с. 39]. Синонімами аналізованого фразеологізму виступають словосполучення: *to burn one's boats, to go for broke, to kick down the ladder, to nail one's colors to the mast*. Джерелом походження визначеного фразеологізму вважають накази, надані солдатам Римської імперії, згідно з якими вони спалювали мости на ворожій території задля знищення шляху для відступу [68, с. 37].

Проаналізуємо інший приклад:

(11) *Since talks broke down both sides have indicated that they **have other fish to fry*** [132].

Значення фразеологічної єдності *to have other fish to fry* частково мотивоване значенням її компонентів, хоча й не впливає з них: *to have something more important or more interesting to do* [87, с. 211]. Синоніми *to have bigger fish to fry; have more important fish to fry* та значення аналізованої фразеологічної одиниці вказують на її образність та експресивність.

Проаналізуємо ще один приклад використання фразеологізму

вказаного типу в медіадискурсі:

(12) *They deliberately **throw dust in the eyes** of those who seek to find out the real truth* [141].

Фразеологічна єдність *throw dust in the eyes*, використана в наведеному фрагменті дискурсу, має значення *to deliberately provide misleading information* [87, с. 544]. Експресивність вказаної фразеологічної одиниці визначається при її порівнянні із синонімами *to confuse, to mislead, to lie, to make a fool of somebody, to befool*. Антонімами до фразеологізму виступають слова та словосполучення: *to be honest, to support, to tell the truth*. Дефініція фразеологізму, його компонентний склад, контекст використання, синонімічні та антонімічні одиниці вказують на його негативне оцінне значення.

Звертаємося до аналізу іншого прикладу:

(13) *I'm pretty sure he will want to **put a spoke in** England's **wheels*** [153].

У наведеному фрагменті дискурсу використаний фразеологізм *to put a spoke in wheels*, значення якого не впливає із значення його компонентів, хоча є частково мотивованим ними: *to spoil someone else's plans and stop them from doing something* [87, с. 381]. Дефініція фразеологічної єдності, контекст її використання, її синоніми (*to harm, to injure, to throw a wrench in the works*) та антоніми (*to favour, to help, to give green light, to give a hand*) вказують на її образність та негативно-оцінну конотацію.

Фразеологічна єдність застосована також у такому фрагменті медіадискурсу:

(14) *But we want the government to go further, not to **take its foot off the pedal** and take action commensurate with the scale of the problem. We need to see more action* [151].

Вираз *to take someone's foot off the pedal* є фразеологічною єдністю, значення якої *to be going to slow down, to ease off* [88, с. 392] частково вмотивоване значенням її компонентів. Контекст використання фразеологізму вказує на його негативно-оцінну конотацію.

Використання фразеологічної єдності спостерігаємо також у такому прикладі:

(15) *Australia wanted to give Serbia such a bloody nose that it would stop interfering with Australian ambitions in the Balkans (not achieved)* [95].

Дефініція фразеологічної одиниці, використаної у визначеному фрагменті дискурсу, вказує на те, що значення цієї одиниці не впливає зі значення їх компонентів, але частково мотивується ними: *to give someone a bloody nose – to defeat or damage someone, but not permanently or seriously* [87, с. 211].

Як свідчать вищенаведені приклади, у фразеологічних єдностей зберігається ознака семантичної поздільності складових частин, що й визначає часткову вмотивованість ними загального значення цих фразеологізмів. Частотність використання фразеологічних єдностей в англomовному медіадискурсі пояснюється такими характеристиками цих одиниць, як образність, виразність, експресивність, здатність позначати незвичайним образом певну ситуацію, подію, факт тощо.

### 2.1.3. Фразеологічні сполучення

Фразеологічні сполучення є сталими виразами, склад яких визначається наявністю слів із вільним та фразеологічно зв'язаним значенням. Характеризуючись образністю, стильовим забарвленням, подібні одиниці також досить часто використовуються в текстах англomовного медіадискурсу, допомагаючи їх авторам донести ту чи іншу інформацію до адресата, апелюючи до його уваги, впливаючи на його емоції, наприклад:

(16) *American special forces were yesterday involved in pitched battles inside Afghanistan* [97].

Фразеологічне сполучення *pitched battles*, використане в наведеному фрагменті, складається з одиниць із фразеологічно зв'язаним значенням

*pitched* і вільним значенням *battles*. Дефініції *planned military encounter on a prearranged battleground; a violent or vigorous confrontation involving large numbers of people* [87, с. 307], контекст використання та компонентний склад фразеологічного сполучення допомагають зрозуміти його реальне значення.

Звернемося до іншого фрагмента медіадискурсу, де спостерігається застосування фразеологізму визначеного типу:

(17) *This was **the last straw** for him and after struggling for ages, when foot and mouth arrived, with all the restrictions it just got on top of him* [108].

Компонентний склад словосполучення *the last straw* визначається наявністю одиниць із фразеологічно зв'язаним значенням *straw* і вільним значенням *the last*. Факт вживання однієї з одиниць фразеологізму у своєму прямому значенні (*the last – остання*) дозволяє нам зробити висновок, що він належить до групи фразеологічних сполучень. Синонімом до емотивно та оцінно забарвленого фразеологізму виступає нейтральне словосполучення *the last drop*.

Фразеологічне сполучення використовується також у такому фрагменті медіадискурсу:

(18) *Even professionals in international affairs might **rack their brains**, but the answer can be found this week at the conference in Vienna* [134].

У поданому фрагменті вжито фразеологічне словосполучення *rack brains*, компонентами якого є одиниця з вільним значенням (*brains*) та лексема, значення якої є фразеологічно зв'язаним (*rack*). Порівняння із синонімами наведеної фразеологічної одиниці *to conceptualize, to brainstorm* вказує не тільки на її експресивне забарвлення, але й на те, що вона належить до розмовного стилю. Застосування подібної одиниці дозволяє привернути увагу адресата до інформації медіадискурсу.

Контекстом використання фразеологізму аналізованого типу є фрагмент іншого медіатексту:

*Whoever slipped that Valium into Barack Obama's coffee needs to be found and arrested by Democrats because Obama **has gone from cool to cold*** [118].

Один із компонентів фразеологічного словосполучення *has gone from cool to cold*, є одиницею з вільним, самостійним значенням (*to go*), у той час як усі інші одиниці мають фразеологічно зв'язане значення, залежне не тільки від ключової одиниці вказаного фразеологізму, але й від інших *from cool to cold*. Ключовими характеристиками фразеологізму є не тільки негативно-оцінне значення, експресивність, але й емотивність, тобто здатність мовної одиниці виражати емоції (порівняйте з синонімами *to get unsatisfied / to get angry*). Застосування вказаної одиниці дозволило автору медіатексту передати емоції та почуття Барака Обами, його реакцію на те, що йому підсипали транквілізатори.

Звернемося до контексту вживання іншого фразеологізму аналізованої групи:

(19) *Brought up with public school ideas of heroism and sacrifice, they came face to face with the hideous physical and mental price soldiers pay, felt their idealism crumble and wrote about it in striking and memorable verse [127].*

Фразеологічне словосполучення *to come face to face* має значення *to see or experience the problem for the first time*. Компонентом фразеологізму з вільним значенням є дієслово *to come*, інші одиниці (*face to face*) мають фразеологічно зв'язане, залежне одне від одного та від вказаного дієслова значення. На противагу попереднім прикладам, в яких спостерігалось використання емотивно та оцінно забарвлених фразеологізмів, вказана фразеологічна одиниця є нейтральною.

Отже, фразеологічні словосполучення є висловами, створеними поєднанням одиниць із вільним і фразеологічно зв'язаним значенням. Використання цих фразеологізмів в англomовному медіадискурсі спрямовано на оцінку та надання характеристик референтам, ситуаціям, фактам, які вони позначають, вираження емоцій, експресивне забарвлення медіадискурсу.

### 2.1.4. Фразеологічні вислови

Прислів'я, приказки, народні порівняння, крилаті вирази отримали назву *фразеологічні вислови* у термінах М. М. Шанського [64, с. 16], який доповнив класифікацію фразеологізмів В. В. Виноградова вказаною групою одиниць. Фразеологічні вислови містять слова із вільним значенням, відтворюючись при цьому як сталі мовні одиниці [64, с. 17]. Науковець розрізняв дві групи фразеологічних висловів:

- 1) комунікативного типу – предикативні словосполучення, рівноцінні реченню, що виражають певне судження;
- 2) номінативного типу – сполучення слів, ідентичне лише окремій частині речення, що позначають те чи інше поняття, виконуючи, як і слова, номінативну функцію [64, с. 18].

Розглянемо приклади використання означених груп фразеологізмів у медіадискурсі:

(20) *Although Lawrence Zeiger hoped to become a famous journalist, he didn't mind working for WAR at first. 'He who would climb the ladder must begin at the bottom' was his motto at that time* [136].

Ознаками фразеологічного вислову *he who would climb the ladder must begin at the bottom* є не тільки єдність та відтворюваність як сталої одиниці, але й вільність значення його окремих компонентів. Вказана одиниця належить до фразеологічних висловів комунікативного типу, що дорівнюються реченню та слугують засобами висловлення судження. Зазначимо, що вислів є відомою приказкою, використаною в наведеному фрагменті для характеристики початку кар'єри одного з найвідоміших журналістів США XX-XXI століть Ларі Кінга (справжнє ім'я Лоуренс Харві Зейгер).

Звернемося до аналізу іншого прикладу:

(21) *If I could say the only one thing it would be 'Never give up'* [142].

Константними ознаками вислову *never give up*, як і в попередньому

прикладі, є семантична єдність значення, відтворюваність у дискурсі як якості сталої одиниці, вільність значення компонентів. Вислів є реченням наказового способу, за допомогою якого автор звертається до адресата з певним закликком. Подібні ознаки дають всі підстави класифікувати аналізовану одиницю як фразеологічний вислів комунікативного типу.

Розглянемо приклад використання іншого фразеологічного виразу:

(22) *Glazer finally gave up after Judge Terence Evans called him 'a wolf in sheep's clothing' during one injunction hearing* [148].

Фразеологізм *a wolf in sheep's clothing* є семантично неподільним зворотом, що складається зі слів із вільним значенням. Він відтворюється як стала мовна одиниця та виконує номінативну функцію в реченні. Подібні характеристики дозволяють класифікувати його як фразеологічний вислів номінативного типу, еквівалентом якого виступає словосполучення «*someone who hides malicious intent under the guise of kindness*» [87, с. 1121].

Проаналізуємо інший приклад використання фразеологічного вислову:

(23) *Pie in the sky is too colourless for a phrase to describe Mr. Heth's closing speech to the Tory Party's conference* [156].

Словосполучення *pie in the sky* є фразеологічним висловом номінативного типу, оскільки виконує в реченні номінативну функцію та слугує засобом позначення поняття, еквівалентом якого є «*something good that is unlikely to happen*» [87, с. 894].

Фразеологічні вислови є сталими, семантично неподільними виразами комунікативного та номінативного типів, компонентний склад яких характеризується одиницями з вільним значенням. Подібні вислови надають англomовному медіадискурсу яскраве експресивне забарвлення, апелюють до уваги адресата, виступають оцінно-характеризуючими засобами.

## 2.2. Типи фразеологізмів за структурно-семантичними та частиномовними характеристиками

На основі структурно-семантичних і комунікативних характеристик О. В. Кунін розрізняв *номінативні*, *номінативно-комунікативні*, *комунікативні*, а також *вигуківі* та *модальні фразеологізми вигуківого характеру* [38, с. 14–19].

До *номінативних фразеологізмів* науковець відносив одиниці номінації предметів, явищ, станів, якостей. Лінгвіст розподілив їх на *субстантивні* (*a snake in the grass* – змія підколотна; *a bitter pill to swallow* – гірка пігулка, образа, приниження, з яким доводиться миритися); *ад'єктивні* (*like a bear with a sore head* – дуже розлючений, *quicker than lightning* – скоріше за блискавку); *адвербіальні* (*from A to Z* – досконально, ґрунтовно, *out of a blue sky* – зовсім несподівано, *rain or shine* – за будь-яких обставин); *прийменникові* (*at the head of* – на чолі, *with an eye on* – з наміром, *for the sake of smb* . – заради когось). Розглянемо приклади використання номінативних фразеологізмів у медіадискурсі:

(24) *Andrew Gilligan, the former BBC journalist, became a thorn in the opponents' side* [129].

У наведеному фрагменті дискурсу вживається субстантивний фразеологізм *a thorn in the side* (кістка в горлі, більмо на оці), що складається із іменників, поєднаних прийменником. Застосування вказаної фразеологічної одиниці надає можливість автору позначити ставлення до одного з колишніх журналістів Бі-бі-сі з боку його опонентів.

Звернемося до аналізу іншого прикладу:

(25) *In the face of a slow burn of Athenians over new tax policy, their two-party coalition is clinging to power with a majority of three* [119].

Субстантивний фразеологізм *a slow burn* (роздратування, що зростає), вжитий у фрагменті дискурсу для позначення реакції афінян на нову податкову політику, складається із прикметника та іменника. Оскільки

основне змістове навантаження у фразеологізмі має іменник *burn*, а прикметник *slow* лише вказує на його ознаку, аналізований номінативний фразеологізм є субстантивним.

Застосування номінативного фразеологізму спостерігаємо також у наступному прикладі:

(26) *Because entrepreneurship is **alive and kicking** in Great Britain today, this country is a great place for a business to be* [122].

Змістове навантаження фразеологічної одиниці *alive and kicking* (*поширений та дуже активний*) мають прикметники, поєднані сполучником, що дозволяє віднести цю одиницю до ад'єктивних. Ад'єктивні сталі вирази називають певні ознаки предметів, явищ, осіб і т.і. Вживання вказаного фразеологізму у наведеному фрагменті дискурсу дозволяє автору схарактеризувати ознаки стану розвитку підприємництва у Великобританії. Зазначимо, що цей фразеологізм також широко використовується у розмовному мовленні зі значенням *живий-здоровий, сповнений життя*.

Проаналізуємо ще один приклад:

(27) *Bank officers confess that in handling the flood of complaints concerning loan rates, they were caught **between Scylla and Charybdis*** [130].

Фразеологічна одиниця *between Scylla and Charybdis* (*між Сциллою і Харибдой; між двох вогнів; між молотом і ковадлом; у безвихідному становищі*) використана для надання характеристики ситуації, в яку потрапили робітники банку, в якому були підвищені кредитні ставки. Саме тому відносимо її до адвербіальних.

Проаналізуємо інший приклад:

(28) ***With an eye on** capturing new markets Kellogg decided to buy United Bakers* [121].

Сталий вислів *with an eye on* (*з наміром*) є прийменниковим фразеологізмом, на що вказує його структурно-семантичні особливості та синтаксична роль у реченні.

За структурно-семантичними характеристиками та функційними

ознаками О. В. Куніном були також виокремлені *номінативно-комунікативні* фразеологізми, до яких науковець відносив дієслівні фразеологізми [38, с. 16]. Подібні одиниці є сталими виразами, що позначають певну дію, наприклад: *to work double tides* – працювати, не покладаючи рук; *to stand on one's own feet (legs)* – бути самостійним, *to be reduced to a shadow* – перетворитися на тінь. Дієслова в подібних фразеологічних одиницях може вживатися лише в пасивному стані, наприклад: *to be gathered to one's fathers* – відправитися до прабатьків, померти; *to be thrown on one's beam-end* – бути в безвихідному становищі. До цієї групи належать також компаративні дієслівні фразеологізми, наприклад: *to chatter like a magpie* – торохтіти, цокотіти як сорока.

Проаналізуємо застосування номінативно-комунікативних фразеологізмів у медіадискурсі:

(29) *Their pre-20<sup>th</sup> history is the best measure of whether these politicians will be able to put their economic and social houses in order* [96].

Контекст використання фразеологічної одиниці *to put in order* (упорядковувати) вказує на те, що вона виступає засобом позначення потенційних дій політиків. Отже, ця одиниця є номінативно-комунікативним дієслівним фразеологізмом у термінах О. В. Куніна.

Звернемося до аналізу іншого прикладу, де має місце застосування дієслівного фразеологізму:

(30) *UKIP leaders claim they received deluge of support after giving Antonis Samaras a good dressing down in European parliament* [100].

У вказаному фрагменті дискурсу фразеологічна одиниця *to give a good dressing down* (дати нагінки, прочухана) слугує засобом позначення дій лідерів партії незалежності Сполученого Королівства (англ. *United Kingdom Independence Party* – UKIP).

До комунікативних О. В. Кунін відносив фразеологізми, що є цільнооформленими реченнями [38, с. 17]. Науковець розрізняв два типи комунікативних фразеологізмів: *прислів'я* та *приказки*. Комунікативні

фразеологізми в класифікації О. В. Куніна співпадають з фразеологічними єдностями в класифікації М. М. Шанського, функціонування яких у англomовному медіадискурсі було проаналізовано у підрозділі 2.1.4.

*Виговорів та модальні фразеологізми виговорюваного характеру* виражають емоції та волевиявлення, не володіючи при цьому предметно-логічним значенням, наприклад: *good Lord!* – *Боже мій!* *sakes alive!* – *та ну!* *чорт заберай!* *a pretty kettle of fish!* – *отакої!* *веселенька історія!* Подібні фразеологізми є розмовними одиницями, притаманними усному мовленню та поширеними у повсякденному спілкуванні. Саме тому вони досить рідко зустрічаються в медіадискурсі, що є інституційним типом комунікації.

Зазначимо, що класифікація фразеологічних одиниць англійської мови О. В. Куніна дещо перегукується з їх класифікацією, запропонованою вітчизняним лінгвістом І. В. Корунцем [34, с. 48-50]. Так, на основі частиномовних характеристик науковцем були виокремлені *субстантивні*, *адвербіальні* та *дієслівні* фразеологічні одиниці англійської мови.

До *субстантивних* лінгвіст відносив ті фразеологізми, в яких ключовою одиницею є іменник [34, с. 48]. Такими фразеологізмами є прийменниково-іменникові утворення, поєднані підрядним зв'язком, наприклад: *the Trojan horse* – *троянський кінь*; *a big gun* – *важлива персона*. До цієї групи І. В. Корунець відносив також фразеологізми, що складаються з іменників, поєднаних прийменником, наприклад: *a dog in the manger* – *ні собі, ні людям*; *a stab in the back* – *удар у спину*. В класифікації О. В. Куніна подібні фразеологізми отримали назву *номінативні*.

До *адвербіальних* фразеологізмів науковець відносив одиниці з прислівником у якості основного змістового компонента (наприклад, *now and again* – *час від часу, іноді*; *tit for tat* – *у кінці кінців*), а також ад'єктивні компаративи, що відтворюють означальні відносини, називають ознаку та вказують на її ступінь [34, с. 49], наприклад: *(as) cunning as fox* – *хитрий, як лис*. Першим компонентом ад'єктивних компаративів є, як правило, одиниця, що вживається у буквальному значенні, а його другий компонент

виконує підсилювальну функцію.

Дієслівними є ті фразеологізми, в яких основне змістове навантаження виконує дієслово. Такі фразеологічні одиниці слугують засобами позначення дій чи станів [34, с. 49]. Найпростіші дієслівні фразеологізми складаються із дієслова з іменником, наприклад: *to eat crow* – *терпіти образу*. Іменники у дієслівних фразеологізмах можуть також мати означення, наприклад: *to foul one's own nest* – *виносити сміття з хати*; *to start business from scratch* – *починати все з нуля*; *to have one's heart in one's mouth* – *бути дуже наляканим, душа уйшла в п'яти*.

Значна кількість дієслівних фразеологізмів англійської мови починається з допоміжних дієслів *to be*, *to have*, наприклад: *to be on guard* (*to be on one's guard*) – *бути насторожі, бути наготові*; *to have a bone in one's throat* – *бути не в змозі сказати ні слова*. Дієслівними фразеологічними зворотами можуть бути також ті, що містять дієслова-синоніми та дієслова-антоніми, наприклад: *to hum and haw* – *мямлити*; *to sink or swim* – *будь, що буде*.

До групи дієслівних фразеологізмів І. В. Корунець відносить також ті одиниці, що передають означено-обставинні відносини, називаючи при цьому дію та її якісну характеристику, вказуючи також на ступінь її інтенсивності [34, с. 50], наприклад: *to feel like fish out of water* – *відчувати себе не в своїй тарілці*, *to work like a horse* – *працювати, як віл*.

Отже, в англійській мові використовуються фразеологізми, що є різними за своїми структурно-семантичними, комунікативними та частиномовними характеристиками. Існування різних підходів і критеріїв виокремлення та класифікування таких одиниць свідчить про неабиякий інтерес лінгвістів до фразеологічного фонду англійської мови.

## 2.3. Типи фразеологізмів за походженням

Аналіз типів фразеологізмів англомовного медіадискурсу за їх походженням і мовою-джерелом запозичення здійснюється в нашій роботі на основі класифікації О. В. Куніна [34, с. 18-19], який розподіляв ці одиниці на суто британські фразеологізми; внутрішньомовні фразеологічні запозичення; міжмовні фразеологічні запозичення.

### 2.3.1. Суто англійські (британські) фразеологізми

Велика кількість фразеологізмів англійської мови з'явилась саме в її британському варіанті. Ці одиниці О. В. Кунін *називав суто англійськими одиницями*, вказуючи при цьому, що їх автори є здебільшого невідомими [34, с. 18]. Подібні фразеологічні одиниці є специфічними та національно самобутніми одиницями англійської мови. Вони відображають багатовікову історію британського народу, своєрідність його культури, побуту, традицій, а також уявлення представників нації про себе та навколишній світ. Суто англійські фразеологізми слугують також засобами позначення універсальних явищ, що відбивають основні світоглядні позиції та переконання людства та відсилають до канонізованих зразків мислення і світосприйняття.

Так, наприклад, традиційним напоєм британців вважається чай. У країні він з'явився завдяки португальській принцесі Катерині, з якою британський король Карл II одружився в 1662 році. Катерина була великою шанувальницею чаю і, замість вживання алкоголю, ввела традицію чаювання при дворі, коли в 1664 році чай було подаровно Карлу II купцями Ост-Індійської компанії. У середині XVII століття ввозити чай із Китаю до Європи почали португальці, голландці та самі англійці. Спочатку чай був

відомим як лікувальний напій, але після декількох десятиліть його почали вже пити суто для задоволення [73, с. 135].

На сьогоднішній день британці вважаються одними із найбільших шанувальників чаю у світі. Чаювання давно вже є англійською традицією. Відповідно до англійського чайного етикету не можна обмежуватися лише одним сортом чаю. Англійці та шотландці зазвичай пропонують своїм гостям вісім-десять сортів чаю на вибір. Чай вони п'ють три рази на день у строго визначений час: ранком на сніданок, о 13.00 за ланчем та о 17.00. Закуси подаються на стіл відразу до подачі чаю, але обов'язково у присутності гостей. За традицією до післяполудневого чаю подають хліб, солоне масло, свіжі огірки та помідори, сендвічі, яйця, тости із корицею, мигдальне печиво, джеми, бісквіти тощо [75, с. 136]. Лимон, нарізаний дольками, подається на окремій тарілочки і сахаром не посипається. Британці називають чай із лимоном «*Russian tea*».

Британці дуже уважно ставляться до приготування чаю та самого процесу чаювання. Чаювання вже давно стало їх національною традицією. У зв'язку з цим в англійській мові з'явилися прислів'я та приказки з лексемою «*tea*», наприклад: *drinking tea with pleasure isn't working without measure* – чай п'ють – не дрова рубити; *all do feel better after drinking tea* – всі почувуються краще після чаювання. Відбиття традиції знайшло своє відображення і в інших англійських ідіоматичних виразах: *to take tea with somebody* – вести справи, мати стосунки з кимось, *not for all the tea in China* – ні за що, у жодному разі.

Проаналізуємо приклад використання фразеологізму із зазначеною лексемою у медіадискурсі:

(31) *Phill Jupitus in his interview mentioned that he was not everyone's cup of tea* [107].

Фразеологізм *to be somebody's cup of tea*, вжитий у наведеному фрагменті медіадискурса у вигляді *was not everyone's cup of tea*, є засобом характеристики, яку надає собі один із найвідоміших британських коміків та

акторів кінця XX – початку XXI століття Філ Джупітес. Ідіоматичний вираз має значення *to be at everyone's taste* [88, с. 98], тобто «*припасти комусь до смаку*». Зауважимо, що суто британський вираз *a cup of tea* у значенні *interest, liking* потрапив згодом в американський, канадський та австралійський варіанти англійської мови зі значенням *something to one's taste; hobby, interest*.

Британці люблять пити чай із молоком. Оскільки молоко наливається в чашку раніше, виникає питання, що саме п'ють британці: чай чи молоко? Любов британської нації до молока відбивається зокрема в таких ідіоматичних виразах: *you cannot sell the cow and drink the milk* – *неможливо продати корову та пити молоко*; *if you sell the cow, you sell the milk too* – *продаєш корову, продаєш і її молоко*; *it is no use crying over spilt milk* – *що з возу впало, то пропало, втраченого не повернеш, сльозами горю не допоможеш*.

Проаналізуємо приклад вживання фразеологізму з лексемою *milk* в медіадискурсі:

(32) *Like lady Macbeth, Margaret Thatcher was never too sure about the milk of human kindness* [115].

Ідіома *the milk of human kindness* у значенні «*compassionate nature*», «*natural sympathy and affection*» використана в наведеному фрагменті для характеристики одного з найвідоміших британських політиків, сімдесят першого прем'єр-міністра Великобританії Маргарет Тетчер (1925 – 2013 рр.) Джерелом походження вказаного ідіоматичного виразу є твір «Макбет» видатного англійського поета, прозаїка та драматурга В. Шекспіра (1564 – 1616 рр.), про що власне і ведеться мовлення у вказаному фрагменті дискурсу.

Відзначаємо, що твори видатного англійського драматурга В. Шекспіра є одним із найбільш важливих літературних джерел за кількістю ідіоматичних виразів, які збагатили англійську мову. Крилаті шекспірівські вирази посідають друге місце після Біблії за своєю кількістю в англійській

мові. На сьогоднішній день нараховують сто п'ятдесят два шекспірівських фразеологізми [80, с. 24]. Більшість із них зустрічається у творах письменника лише один раз, і форма цих одиниць є фіксованою, наприклад: *the observed of all observers* – об'єкт загальної уваги; *our withers are unprung* – ганьба нас не зачинає; *to the manner born* – звиклий з пелюшок, природжений; *the seamy side* – зворотній й непривабливий бік; *to make assurance double sure* – для більшої певності; *to speak daggers* – вражати словами, говорити зі злістю; *a fool's paradise* – примарне щастя, світ фантазій; *the green-eyed monster* – чудовисько із зеленими очима, заздрість; *more sinned against than sinning* – людина, скривджена незаслужено; *the be-all and end-all* – те, що заповнює життя, все в житті; *eat somebody out of house and home* – розорити людину, живучи за її рахунок; *give the devil his due* – віддати належне супротивнику; *midsummer madness* – запаморочення, чисте божевілля; *the milk of human kindness* – бальзам прекраснодушності тощо.

Багато шекспірівських висловів зберегли свою первісну форму, використовуючись у якості прислів'їв у теперішній час: *brevity is the soul of wit*, *sweet are the uses of adversity*. Інші є адаптацією його висловлювань: *a rose by any other name would smell as sweet*; *he jests at scars who never felt a wound* [76, с. 160].

Проаналізуємо ще один приклад застосування фразеологізму – шекспірівського виразу в сучасному англomовному медіадискурсі:

(33) *Hosting the Olympics is a costly business that exposes a city's seamy side* – as Vancouver and London are finding out [117].

Джерелом походження фразеологічного сполучення *seamy side*, вжитого у вказаному фрагменті для надання характеристик міст і дій організаторів Лондона та Ванкувера при проведенні Олімпійських змагань, є відома трагедія В. Шекспіра «Отелло», де одиниця була застосована автором у значенні «*the wrong side of a garment*». У наведеному фрагменті дискурсу

вона отримує значення «*the disreputable, sordid or unpleasant side or aspect*» [77, с. 34].

Звернемося до аналізу ще одного прикладу, де має місце застосування шекспіризму:

(34) *If people think we don't compete in a world where economic performance matters they are in a fool's paradise* [124].

Фразеологізм *a fool's paradise* походить із твору В. Шекспіра «Ромео та Джульєтта» і має значення «*a state of happiness due to illusion or false hope*» [90, с. 271], «*a state of happiness based on a person's not knowing about or denying the existence of potential trouble*» [88, с. 271]. Поряд із вищевказаним, в англійській мові існує також фразеологізм *to live in a fool's paradise – to deceive oneself; to tell oneself unreal stories, to take a rose-coloured view of (smth.)*.

Поширення подібних виразів в англійській мові пов'язано з популярністю творів В. Шекспіра. Велика кількість фразеологічних одиниць, що закріпились в англійській мові, у першу чергу, в її британському варіанті, походить із Біблії, зокрема: *to cast pearls before swine – метати бісер перед свинями, the spirit is willing, but the flesh is weak – дух міцний, а плоть немічна*. Багато висловів із Біблії цілком усталились у масовій свідомості (*the lost sheep – заблудша вівця, a black sheep – блудна вівця, a mortal sin – смертельний гріх*), саме тому люди іноді навіть не мають гадки про їх походження.

Розглянемо приклад використання фразеологічної одиниці біблійного походження в медіадискурсі:

(35) *First among equals Margaret Thatcher always ruled the country with a heavy hand* [141].

Фразеологізм *to rule the country with a heavy hand*, що має значення *to rule with stern severity*, застосований у дискурсі для характеристики Маргарет Тетчер як жорсткого та суворого керівника країни, має біблійне походження. Зазначимо, що в сучасній англійській мові існує також інший

подібний ідіоматичний вираз біблійного походження *with a heavy hand – in a strict way, exerting a lot of control*.

Англомовний медіадискурс, метою створення якого є передача суспільно значущої інформації масовому адресату, містить також інші фразеологізми британського походження, пов'язані з історичними фактами, іменами та прізвищами видатних осіб, фольклором, реаліями життя британців тощо.

Таким чином, суто англійськими фразеологічними одиницями вважаються ті, що з'явилися в британському варіанті англійської мови. Ці одиниці відображають особливості менталітету, традиції, звички, своєрідність культури представників британської нації. Фразеологічний фонд англійської мови поповнено також крилатими шекспірівськими висловами, біблеїзмами. Англійські (британські) фразеологічні одиниці є також засобами кодифікації універсальних явищ і понять, визначаючи при цьому загальнолюдські особливості мислення та сприйняття світу, тенденцією до образного передавання уявлень про світ людиною.

### **2.3.2. Внутрішньомовні фразеологічні запозичення**

В умовах глобалізації, постійних міжнародних контактів спостерігається взаємопроникнення фразеологічних одиниць із одного варіанта англійської мови до іншого, що свідчить про взаємодію її варіантів і розвиток самої мови а цілому. На сьогоднішній день серед п'яти національних варіантів англійської мови (британського, американського, канадського, австралійського та новозеландського) особливого значення а розвитку інших варіантів набуває саме її американський варіант, що було спричинено появою великої кількості неологізмів завдяки лідерству США не тільки в англомовному, але й у всьому світі [77, с. 12]. Експансія американського варіанту англійської мови пояснюється також появою в та

подальшим розвитком країні інформаційних і комп'ютерних технологій, поширенням Інтернет-сфери та створенням кіберпростору, завдяки яким американізм на позначення тих чи інших понять і реалій сучасного буття, проникають до інших варіантів англійської мови, залишаючись і закріплюючись у них [71, с. 34].

Отже, переважна кількість фразеологізмів запозичується нині саме з американського варіанта англійської мови до інших варіантів, менше – з її британського варіанта. Кількість фразеологічних одиниць, утворених в інших національних варіантах, вважається порівняно незначною [74, с. 9]. Оскільки національно марковані фразеологічні одиниці (американізм, бритицизм, канадізм, австралізм) не відрізняються від загальноанглійської лексики в структурному та інших аспектах, вони легко запозичуються в інші варіанти. Потрапляючи до інших варіантів англійської мови, подібні одиниці отримують назву *внутрішньомовні фразеологічні запозичення* [53, с. 28].

Значна кількість фразеологічних одиниць американського походження не містить слів на позначення реалій країни. До подібних «американізмів» належать фразеологізми: *to do one's level best* – *зробити все можливе*; *to bark up the wrong tree* – *помилитися*; *a green light* – *свобода дії*; *to spill the beans* – *видати таємниці*; *in the soup* – *у біді, у тяжкому становищі*; *diet cop* – *людина, яка слідкує за вагою іншої*, *garage wine* – *вино кращого татунку*. Лише в деяких із американських ідіоматичних виразів зустрічаються суто «американські» слова, наприклад: *the last of the Mohicans* – *останній із могокан*.

В американському варіанті англійської мови з'явилися та були запозичені до британського, канадського, австралійського, новозеландського варіантів такі фразеологічні єдності, як *green urbanism* – «дизайн міста з розрахунком мінімізувати згубний вплив на навколишнє середовище», *green roof* – «дах будинку з висадженими рослинами, який оптимізує збереження енергії», наприклад:

(36) *Green roofs serve three major benefits to the city* [158].

(37) *Utilizing unique construction practices, we have pioneered **green urbanism*** [164].

До британського, канадського, австралійського, новозеландського варіантів потрапив також американізм *to bark up the wrong tree* – досл. *лягти не біля того дерева*. Цей вислів походить із американського мисливського сленгу та віддзеркалює особливості полювання на єнотів. Оскільки єноти – нічні тварини, полювання на них відбувається вночі. Рятуючись від переслідування, єноти зазвичай залізають на дерева, а собаки, що переслідують їх у темряві, можуть помилково лягти не біля того дерева, де заховався єнот [83, с. 486]. В американському, а згодом і в інших варіантах англійської мови, вказаний вислів отримав також значення «звертатися не за тією адресою», наприклад:

(38) *The pack became fixed on its prime suspect and nothing, not the rules of good police work or the ethics of honest journalism, could stop it from **barking up the wrong tree*** [165].

Американське походження має також вираз *to have axes to grind* – «переслідувати особисті, корисні цілі»; «бути зацікавленою особою», що надійшов до канадського та британського варіантів англійської мови:

(39) *Specialists in the field **have an axe to grind** in promoting the idea of a free and fair market for annuitants* [159].

До канадського та британського варіантів потрапив також американський вираз *to cut no ice* – «не справити враження»; «не вплинути», зокрема: *The threat of **cutting no ice** with discontented union delegates troubled him much* (Calgary Herald, 2010).

Американський фразеологічний фонд англійської мови збагачується, у свою чергу, одиницями з її інших варіантів, наприклад:

(40) *Google has announced Gmail Labs, which will let users try **a baker's dozen** new features* [177].

Фразеологізм *a baker's dozen* вжито в наведеному фрагменті дискурсу для кількісної характеристики нових рис електронної пошти, запропонованої

користувачам пошукової системи *Google* зі значенням *thirteen*. Вказаний фразеологізм з'явився ще за часів середньовічної Англії, коли торговці хлібом отримували від булочників тринадцять хлібин замість дванадцяти. Тринадцяту хлібину віддавали безкоштовно для прибутку торговців [79, с. 68]. Контекст та джерело використання фразеологізму *a baker's dozen* вказує на його поширення в американському варіанті англійської мови.

Фразеологічна одиниця *a dead cat bounce* – «різке зростання ціни фінансового активу після періоду її суттєвого зниження» досить довго застосовувалася лише в британському варіанті англійської мови. Проте, згодом вона потрапляє в американський, канадський, австралійський, новозеландський варіанти, наприклад:

(41) *We've been trading in a range and I still think this is a **dead cat bounce** from oversold market conditions* [167].

Із канадського варіанта англійської мови до її британського та американського варіантів потрапляє фразеологізм *barking head* – «коментатор, який гучно розмовляє і робить упереджені коментарі», наприклад:

(42) *The **barking heads** who usurp the space of public affairs with high-volume jeers are not equal-opportunity offenders* [173].

Фразеологізм *nanny envy*, що використовується в австралійському варіанті англійської мови зі значенням «ревнощі до няні через те, що вона проводить багато часу з дітьми», запозичується також до британського та американського варіантів, в яких також з'являються *nanny spite* – «недоброзичливість до няні через те, що вона проводить багато часу з дітьми, злість, озлоблення на неї» та *nanny hatred* «ненависть до няні через те, що вона проводить багато часу з дітьми», зокрема:

(43) ... *indeed, **nanny envy** can sometimes teeter over into **nanny spite** or a visceral **nanny hatred** – especially, it would seem, if the nanny is very young and attractive* [161].

Існують також фразеологічні одиниці, що збігаються із відповідними одиницями іншого варіанта англійської мови за лексичним складом, структурою, семантичним наповненням. Проте ці одиниці мають певні відмінності в правописі, у граматичній формі компонентів, наприклад: *social networking fatigue* (брит.) – *social network fatigue* (амер., канад.) [77, с. 139] – «стрес через численні персональні сторінки в соцмережі».

Отже, з'явившись у певному національному варіанті англійської мови, внутрішньомовні фразеологічні запозичення переходять до інших варіантів мови, збагаючи та визначаючи їх розвиток. Основними джерелами поповнення фразеологічного фонду англійської мови на сьогоднішній день виступають американські та британські фразеологізми.

### 2.3.3. Міжмовні фразеологічні запозичення

Достатня кількість фразеологічних одиниць надійшла до англійської мови з інших мов світу, змінивши шляхом перекладу чи залишивши при цьому свою вихідну форму. Подібні одиниці отримали назву *міжмовні фразеологічні запозичення* [38, с. 19]. Англійська мова постійно взаємодіяла з іншими мовами через набіги чужинців, війни та завоювання, торгівлю та соціокультурні контакти. У різні періоди й епохи до неї потрапляли лексичні та фразеологічні одиниці з латинської та грецької, французької та іспанської, італійської та німецької, датської, а також східних мов.

Джерелами подібних запозичень була не тільки розмовна мова чужоземців, але й їх література, фольклор, традиції та звички. Так, наприклад, певна кількість паремій англійської мови сформувалася під впливом латини і приписується Юлію Цезарю, зокрема: *the wish is father to the thought* – бажання – батько думок. Чимало фразеологічних одиниць запозичені англійською мовою з французької, наприклад: *the appetite comes with eating* – апетит приходить під час їжі [78, с. 40]. Автором цієї паремії

був французький єпископ Жером де Анже. Велика кількість запозичених прислів'їв зберігли оригінальну форму написання, наприклад: *noblesse oblige* (лат. *становище зобов'язує*); *in vino veritas* (лат. *істина у вині*); *status in statu* (лат. *державна у державі*); *finita la commedia* (італ. *настав кінець, крах (у справі)*); *c'est la vie* (франц. *таке життя*) [75, с. 131].

Розглянемо приклади функціонування міжмовних запозичень у сучасному англомовному медіадискурсі:

(44) *We don't feel it is our job to pull Arab chestnuts out of the fire for them, particularly when they deem unwilling to do anything for themselves* [172].

У наведеному фрагменті дискурсу для позначення дій, які очікують певні особи від інших, не бажаючи нічого робити при цьому самі, вжито фразеологічну одиницю *to pull Arab chestnuts out of the fire* (досл. *діставати каштани з вогню для когось*), що має значення «робити за когось складну роботу», «чужими руками жар загрибати». Зауважимо, що вказаний фразеологізм був запозичений в англійську з французької мови, власне з байки Жана де Лафонтена «Мавпа та кіт». У цій байці мавпа Бертран примушує kota Ратона тягати для себе каштани з вогню.

Проаналізуємо ще один приклад використання міжмовного запозичення в медіадискурсі:

(45) *Today everybody can see the emperor has no clothes; but the G20 meets in London next week to ensure financial «stability»* [169].

Фразеологічна одиниця *the emperor has no clothes* (*а король-то голий*) була запозичена в англійську мову з казки датського письменника Г. Х. Андерсена «Нове плаття короля». Вказана одиниця використовується для позначення такої референтної ситуації, в якій всі раптово визнають свою помилку в тому, що хтось або щось є дуже хорошим, важливим. Зазначена одиниця використовується для надання характеристики представникам «Великої Двадцятки», що є групою міністрів фінансів і керівників

центральных банків дев'ятнадцяти з найбільших економік світу й економіки Європейського Союзу.

Звернемося до аналізу іншого прикладу, де має місце використання міжмовного фразеологізму:

(46) *Why do the critics feel obliged to tilt at non-existent windmills?* [176].

Фразеологічна одиниця *to tilt at windmills* (досл. «битися з вітряками») надійшла до англійської мови з іспанської, власне із твору видатного іспанського письменника М. де Сервантеса «Дон Кіхот» зі значенням «безрезультатно боротися з перешкодами», «займатися безнадійною справою». У наведеному фрагменті дискурсу цей фразеологізм застосовується для надання характеристики діям критиків.

Розглянемо ще один приклад функціонування міжмовного запозичення у сучасному англомовному медіадискурсі:

(47) *If you tell people false stories, if you rub the Aladdin's lamp and let the genie out of the bottle you think they will believe you* [150].

Фразеологізм *Aladdin's lamp* був запозичений до англійської з арабської мови, з казок «Тисяча й одна ніч». Відомо, що лампа Аладіна була своєрідним талісманом, чарівною лампою із джином, який виконував усі бажання її володаря. Застосування фразеологізму у вказаному фрагменті дискурсу та в статті спрямовано на позначення нездійснених обіцянок, які можуть роздавати людям політики.

Звертаємося до аналізу іншого прикладу:

(48) *Why William from York, who now sounds like Prince William, is persona non grata in Yorkshire?* [137].

Фразеологічна одиниця *persona non grata*, первісне значення якої є «дипломатична особа, що не користується довірою зі сторони уряду інших держав», була запозичена англійською з латини. Зберігаючи свою первісну форму, ця одиниця стала згодом використовуватися для позначення будь-якої посадової, важливої особи, що не користується довірою з боку інших важливих і посадових осіб. У наведеному фрагменті дискурсу означена

одиниця застосована по відношенню до принца Уільяма, сина принца Уельського Чарльза та його першої дружини, принцеси Діани, онука королеви Великобританії Єлизавети II.

Зауважимо, що велика кількість сталих виразів, запозичених із латини зберегла свою первісну форму, наприклад: *facta non verba* – не слова, а справи; *altera pars* – інша сторона, опонент, *contradicto in re* – суттєві протиріччя; *in medias res* – відразу до справи, до (самої) суті питання. Подібний факт пояснюється тим, що ця мова була тривалий час основною мовою науки та релігії, нею розмовляли та писали протягом століть.

Первісну форма зберегли також деякі французькі, німецькі, італійські та інші сталі вирази, що потрапили до англійської мови. У зв'язку з цим О. В. Кунін розмежував міжмовні фразеологічні запозичення, що з'явилися в англійській мові шляхом перекладу, та фразеологічні одиниці, запозичені в англійську в іншомовній формі [38, с. 19].

Існування міжмовних фразеологічних запозичень в англійській мові свідчить про постійні контакти, що відбувалися між її носіями та представниками інших етносів, народів, націй. Подібні одиниці, безумовно, збагатили англійську мову, привнісши в неї етнонаціональний колорит інших мов і культур.

### РОЗДІЛ 3

## ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

## АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

### 3.1. Труднощі перекладу фразеологізмів англomовного медіадискурсу

Все більша кількість газет, журналів, теле- та радіопередач англomовних країн перекладається різними мовами світу, в тому числі й українською. Окремим у зв'язку з їх значущістю, змістовим і комунікативно-прагматичним навантаженням, функційним призначенням постає питання з'ясування способів перекладу фразеологічних одиниць англomовного медіадискурсу засобами української мови. Складність семантичної структури, образний характер, ступінь мотивованості, стилістична спрямованість, національно-культурна специфіка значення цих одиниць зумовлює труднощі їх передавання іншомовними засобами, ставлячи перекладача перед проблемою вибору адекватних способів їх перекладу.

Хоча суперечливі питання визначення способів перекладу фразеологізмів загалом набули певної завершеності ще в наукових працях [30; 40; 50; 63] та інших, проблеми передавання національно-культурного компонента їх значення, пошук фразеологічних еквівалентів, з'ясування способів перекладу залежно від структурно-семантичної оформленості, контексту та мети їх використання і на сьогоднішній день залишаються відкритими. Головне завдання перекладу фразеологізмів, використаних у реальному мовленні та дискурсі, вбачають не тільки в адекватному передаванні компонентного складу цих одиниць, відтворенні їх структурно-граматичної організації, а й у змозі перекладача «відтворити цілісно їх зміст і сутність, передати своєрідність значення та образний характер з урахуванням комунікативно-прагматичних намірів їх застосування в конкретному контексті» [63, с. 17].

Можливість досягнення адекватного перекладу фразеологічної одиниці залежить насамперед від існування певних співвідношень між засобами їх вираження у вихідній мові (мові оригіналу) та цільовій мові (мові перекладу). З перекладацької точки зору всі фразеологізми розподіляються на дві основні групи – *фразеологічні одиниці, які мають еквіваленти в мові перекладу, та безеквівалентні фразеологізми* [63, с. 53]. Розрізняють два типи фразеологічних еквівалентів. До першого відносять *постійний рівнозначний відповідник*, який обирається незалежно від контексту та вважається єдино можливим засобом перекладу. Такий вид перекладу було названо «еквівалентним» [40; с. 53; 50, с. 17; 85, с. 12] і «моноеквівалентним» [30, с. 10; 63, с. 37].

У мові перекладу можуть існувати також два чи більше еквіваленти фразеологізму мови оригіналу. Якщо ці відповідники є рівноцінними, завданням перекладача в такому випадку є вибір найбільш вдалого відповідника для конкретної комунікативної ситуації чи визначеного типу дискурсу.

За О. В. Куніним, еквіваленти розподіляються на *повні та часткові* [40, с. 53]. *Повні еквіваленти* є одиницями перекладу, що у своїй більшості є моноеквівалентами фразеологічних одиниць вихідної мови, тобто власне їх тотожними одиницями. Вони збігаються з ними за значенням, лексичним складом, образністю, стилістичною спрямованістю, граматичною структурою. Кількість таких одиниць невелика. До них належать фразеологізми з компонентами *as, as as, like*, а також фразеологічні одиниці інтернаціонального характеру (біблійної тематики, з античної міфології, греко-римської літератури), наприклад: *as cold as ice* – *холодний як лід*; *Augean stable (s)* – *авгієві стайні*; *the salt of the earth* – *сіль землі*; *the ten commandments* – *десять заповідей*; *to cast pearls before swine* – *метати бісер перед свинями*; *Valaam's ass* – *валаамова ослиця*; *a Trojan horse* – *троянський кінь*; *you cannot serve God and mammon* – *не можна служити і Богові, і мамону (багатству), не можна служити двом господарям*.

*Часткові еквіваленти* є одиницями мови перекладу, що містять деякі лексичні, граматичні чи лексико-граматичні розбіжностями при наявності одного й того ж значення та стилістичної спрямованості з відповідними фразеологічними одиницями мови оригіналу. За ступенем адекватності перекладу часткові еквіваленти є рівноцінними повним еквівалентам. Часткові еквіваленти, у свою чергу, розподіляються на *часткові лексичні* та *часткові граматичні еквіваленти*.

*Часткові лексичні еквіваленти* збігаються за значенням, стилістичною спрямованістю, є близькими образно, але розходяться за своїм лексичним складом, наприклад: *as flies to sugar* – як мухи на мед, *to dance like an elephant* – танцювати як відмідь. За допомогою часткового лексичного еквівалента перекладаються також деякі прислів'я: *don't count your chicken before they are hatched* – курчат по осені рахують.

*Частковими лексичними еквівалентами* є й еквівалентні фразеологічні одиниці мови перекладу, однакові за значенням, стилістичною спрямованістю, але різні за образністю. Такі одиниці О. В. Кунін називає *фразеологічним аналогом* [30, с. 54]. Прикладами використання українських фразеологічних аналогів при перекладі англійських фразеологізмів є такі: *a drop in the bucket* – крапля в морі, *on the second Sunday of next week* – коли рак свисне, *we don't kill pig every day* – не все коту масниця.

До *часткових граматичних еквівалентів* належать ті фразеологічні одиниці мови перекладу, які збігаються із відповідними одиницями мови оригіналу за значенням, стилістичним забарвленням та образністю, але відрізняються від них граматичною категорією числа іменників, прикметників, що є складовими цих фразеологічних одиниць, наприклад: *to catch old birds with chaff* – провести старого горобця на полові. Частковими граматичними еквівалентами є також одиниці цільової мови, які мають розбіжності в структурі із фразеологізмом мови вихідної: *a hungry fox dreams about chicken* – голодній лисиці все куриця сниться.

Незважаючи на існування повного чи часткового еквівалента деякі фразеологічні одиниці необхідно перекладати шляхом калькування або ж дослівно. *Калькування (дослівний переклад)* – це спосіб перекладу фразеологічної (лексичної) одиниці шляхом заміни її складових частин – слів їхніми лексичними відповідниками в мові перекладу [63, с. 55]. Калькування припускає існування двосторонніх міжмовних відповідностей між елементарними лексичними одиницями, що використовуються як «будівельний матеріал» для відтворення внутрішньої форми фразеологічної одиниці вихідної мови. Калькування дозволяє максимально точно передати образ, закладений у фразеологізмі. Зміна або ж заміна цього образу іншим у мові перекладу може призвести до його руйнації та нерозуміння загального змісту самого фразеологізму, зокрема: *a domino effect* – ефект доміно, *the lion's share* – левина частка, *crawl along like a turtle* – повзти як черепаха. Передумовою застосування калькування є достатній ступінь мотивованості значення фразеологізму значеннями його компонентів. Шляхом калькування перекладаються деякі прислів'я, та, так звані, інтернаціональні фразеологічні одиниці, як вже було зазначено раніше.

Якщо фразеологізм не має еквівалента чи аналога в мові перекладу, а дослівний переклад може призвести до малозрозумілого буквалізму, застосовують *описовий переклад*, який передбачає пояснення змісту фразеологічної одиниці засобами мови перекладу [40, с. 55]. Для такого пояснення можуть бути використані порівняння, описи та навіть перекладацький коментар. При описовому перекладі образне значення вихідної фразеологічної одиниці може не зберігатися, проте максимально коротко та ясно передається її загальний зміст, наприклад: *the sixty-four dollar question* – найважливіше, вирішальне питання.

Як правило, описовий переклад застосовується для іншомовного передавання прислів'їв, приказок, інших сталих виразів, наприклад: *to rob Peter to pay Paul* – віддати одні борги, зробивши інші (взяти в одного, щоб віддати іншому); *to drive off like a bat out of hell* – поспішати щодуху; *to give*

*somebody a lot of horse manure* – дуже вихвалятися; *to cook one's own goose* – занаястити себе, підрубати сук, на якому сидиш; *every dog is a lion at home* – вдома й стіни допомагають; *to burn the candle on both ends* – працювати з раннього ранку і до пізнього вечора.

Комбінований переклад використовується в тих випадках, коли за допомогою дослівного перекладу не можна відтворити певні лінгвокультурні, етноспецифічні чи будь-які інші компоненти значення фразеологізму вихідної мови в мові перекладу або подібний аналог не буде зрозумілим цільовому адресату [40, с. 56]. У зв'язку з цим поряд із фразеологічною калькою може подаватися також описовий переклад, пояснення, тлумачення наприклад: *to know a hawk from a handsaw* – *вміти відрізнути зозулю від яструба (розуміти що до чого)*.

Адекватний переклад речень і текстів медійного та інших типів дискурсу з фразеологізмами передбачає створення речень і текстів, комунікативно рівноцінних їх оригіналам. А. Паршин вважає, що комунікативна рівноцінність оригіналу та перекладу виражається в їх комунікативно-прагматичній і змістовій подібності, що забезпечує розуміння комунікантів у конкретних умовах спілкування [50, с. 31].

Адекватність та комунікативна рівноцінність перекладу речень і текстів із фразеологічними одиницями може досягатися шляхом застосування різноманітних перекладацьких трансформацій, під якими розуміють «міжмовні операції перевираження змісту» [30, с. 29], «технічні прийоми та способи перекладу, що складаються із заміни регулярних відповідників нерегулярними» [50, с. 28]. Використання трансформацій при перекладі фразеологізмів зумовлено декількома факторами: необхідністю відтворити складність і специфічність змісту цих одиниць засобами української мови, а також пристосувати перекладені одиниці до її граматичних та орфоепічних норм.

У сучасному перекладознавстві існує досить велика кількість класифікацій перекладацьких трансформацій.

За А. Паршиним перекладацькі трансформації поділяються на: лексичні (транскрипція, транслітерація, калькування); граматичні (синтаксичне уподібнення, розчленування, поєднання речень, граматична заміна форми слова, частини мови, члена речення тощо); лексико-граматичні (антонімічний переклад, експлікація, дескриптивна перифраза, компенсація); лексико-семантичні (конкретизація, генералізація, модуляція, додавання слова, його вилучення, заміна однієї частини мови на іншу, перестановка слів) [50, с. 17-18].

Чимало фразеологізмів англійської мови є багатозначними, що також викликає труднощі їх перекладу. Значення фразеологізму може бути зумовлено не тільки контекстом, але сферою його використання. Наприклад, у суспільно-політичній сфері вираз *to take the floor* має значення «взяти слово, виступити на зборах», у побутовій – «іти танцювати». Залежно від контексту вживання фразеологізми можуть мати протилежне оцінне значення, наприклад: *to have the hell of a time* – *добре провести час; потрапити в халепу, мати великі неприємності*.

Оптимальним перекладацьким рішенням при передаванні фразеологічної одиниці вихідної мови вважається пошук еквівалентної фразеологічної одиниці. Така одиниця функціонує в цільовій мові в готовому вигляді. При відсутності подібної одиниці перекладач повинен вибрати правильний спосіб перекладу фразеологізму, що може визначатися не тільки його типом та характеристиками, але й контекстом застосування, типом дискурсу, в якому він функціонує. Завдання перекладача у зв'язку з цим полягає не тільки у визначенні та застосуванні правильного способу перекладу фразеологічної одиниці, але й у створенні комунікативно рівноцінного речення, тексту з нею.

### 3.2. Переклад за допомогою еквівалента

Певна кількість фразеологізмів (наприклад, біблеїзми, сталі вирази греко-латинського походження, одиниці на позначення кроскультурних понять та явища) англомовного медіадискурсу мають еквіваленти в українській мові. Подібні одиниці є повними та частковими фразеологічними еквівалентами.

#### 3.2.1. Переклад за допомогою повного еквівалента

За своїм лексичним складом, граматичною структурою, образним значенням, стилістичним забарвленням повні фразеологічні еквіваленти мови перекладу повністю відповідають фразеологізмам мови оригіналу. Звертаємося до аналізу тих фрагментів і текстів англомовного медіадискурсу, фразеологічні одиниці яких мають повні еквіваленти в українській мові, зокрема:

(1) *Ken Livingstone is **playing with fire** when he embraces Islamists* [98].

*Кен Лівінгстон грається з вогнем, коли обіймається з ісламістами.*

Фразеологізм *to play with fire*, вжитий у наведеному прикладі для надання характеристики діям відомого британського політичного діяча, колишнього мера Лондона (2000-2008 рр.), представника лівого крила лейбористської партії Кена (Кеннета Роберта) Лівінгстона. Вказана фразеологічна одиниця має повний фразеологічний еквівалент в українській мові: *гратися з вогнем*. Проаналізуємо ще один приклад:

(2) *Thanks to Gordon Brown, the Iraq inquiry has become an exercise in **reading between the lines** about their potential actions* [102].

*Дякуючи Гордону Брауну, запит Іраку навчив нас **читати між рядків** про їх потенційні дії.*

У даному прикладі спостерігаємо використання фразеологізму *to read between the lines*, значення якого розкриває його дефініція: *to find a hidden meaning in something said or written* [90, с. 201]. Вказана фразеологічна одиниця має повний фразеологічний еквівалент в українській мові: *читати між рядків*. Звертаємося до іншого прикладу:

(3) *Even a thumbnail sketch is enough to show that Barber's book is a **rara avis*** [146].

*Навіть короткого опису було достатньо для розуміння того, що книга Барбера є **рідкістю**.*

У наведеному прикладі використовується фразеологізм *rara avis* (*an unusual, uncommon, or exceptional person or thing*) [90, с. 687], запозичений із латини. Вказаний фразеологізм було перекладено еквівалентною українською одиницею «*рідкість*». Проаналізуємо ще один приклад:

(4) *Muslims always didn't like the criticism of their faith, but that was a book that **hit them below the belt*** [140].

*Мусульмани завжди не любили критику їх віри, але то була книга, що **вдарила їх нижче поясу**.*

Фразеологічна одиниця *to hit below the belt* зі значенням *to exploit someone's vulnerabilities unfairly* [90, с. 253], використана в наведеному фрагменті дискурсу для характеристики реакції мусульман на книгу, в якій критикується їх віра. Означений фразеологізм має український еквівалент, за допомогою якого й було здійснено його переклад. Прикладом виступає й інший фрагмент дискурсу з фразеологічною одиницею:

(5) *Latter events are partly a result of Israeli punitive attacks that complete a **vicious circle*** [160].

*Останні події є частковим результатом каральних нападів Ізраїлю, що завершили **порочне коло**.*

Фразеологізм *vicious circle* було перекладено його еквівалентною українською одиницею *порочне коло*. Зазначимо, що цей фразеологізм є калькою з латини *circulus vitiosus*, в якій він має значення «логічна помилка,

при якій твердження виводиться саме з себе, зазвичай через декілька проміжних тверджень» [85, с. 31].

Як свідчать наведені приклади, переклад фразеологізмів англомовного медіадискурсу, що мають повні фразеологічні еквіваленти в українській мові, не викликає труднощів. Подібні одиниці є тотожними за значенням, структурою, стилістичним забарвленням до відповідних одиниць оригіналу

### 3.2.2. Переклад за допомогою часткового еквівалента

Фразеологізми англомовного медіадискурсу перекладаються також частковими еквівалентами, що існують в українській мові та можуть відрізнитися за своїм лексичним (часткові лексичні еквіваленти) чи граматичним складом (часткові граматичні еквіваленти). Подібні одиниці відтворюють зміст, образне значення та стилістичне забарвлення фразеологізму вихідної мови, зокрема:

(6) *Clearly enraged police officers continued to vent anger despite everything* [163].

*Відверто розлючені поліцейські продовжували зривати злість, незважаючи ні на що.*

Для позначення стану та дій поліцейських у наведеному фрагменті дискурсу використовується фразеологічна одиниця *to vent anger*. Вказана одиниця перекладена українською мовою за допомогою часткового лексичного еквівалента *зривати злість*, в якому дієслово *to vent* зі значенням *виражати, виливати, давати вихід* замінено на *зривати*. Подібний лексичний еквівалент, що існує в українській мові, дозволяє правильно та адекватно передати експресивно-оцінне значення англомовної фразеологічної одиниці. Проаналізуємо ще один приклад:

(7) *Iraq faces Hobsons choice over UN arms inspections. The Security Council is finally getting tough with Baghdad* [135].

*ООН не дає вибору Іраку. Рада Безпеки врешті-решт **поводиться** з Багдадом **жорстко**.*

Фразеологізм *to get tough*, використаний у вказаному прикладі для позначення ставлення та дій Ради Безпеки ООН по відношенню до Багдада, перекладається українським частковим лексичним еквівалентом *поводитись жорстко*. При перекладі речення з фразеологічною одиницею було також застосовано трансформацію перестановка слова, що сприяє милозвучності перекладеного речення.

Частковим лексичним еквівалентом перекладається також фразеологізм *sore subject*, застосований в іншому фрагменті медіадискурсу:

(8) *The transfer of 1600 BBC staff from London to Salford is another **sore subject** for the corporation* [166].

*Переведення 1600 співробітників Бі-Бі-Сі з Лондона до Сальфорда – це інше **болюче питання** для корпорації.*

Звернемося до аналізу іншого прикладу:

(9) *It soon to be the election day in the US and we have some slick ideas around to mix Internet, politics and **buzz marketing*** [127].

*Вже скоро у Сполучених Штатах настане день виборів, і в нас є декілька чудових ідей щодо того, як поєднати Інтернет, політику та **сарафанний маркетинг**.*

Фразеологічне сполучення *buzz marketing* перекладене за допомогою часткового лексичного еквівалента *сарафанний маркетинг*. Поняття, яке воно позначає, з'явилося в США і є вже добре відомим українським фахівцям із маркетингу. Для адресата, який не оперує подібним поняттям, варто подати окреме пояснення вказаного терміна, наприклад: *передача інформації про той чи інший товар чи послугу спеціально найманими людьми, які розповідають про них нібито з власного досвіду користування*. Застосування фразеологічної одиниці спостерігаємо й у іншому фрагменті медіадискурсу:

(10) *The woman on the left is Nicole Kidman, whose effortless elegance and enchanting smile are instantly recognizable on **red carpets*** [155].

*Жінка ліворуч – Ніколь Кідман, чию витончену елегантність і чарівну посмішку миттєво пізнають на червоних доріжках.*

Переклад фразеологізму *red carpet* зі значенням *a long red carpet or runner, laid out at a reception or other special event for guests to walk on* [90, с. 689] здійснюється за допомогою українського часткового лексичного еквівалента *червона доріжка*. Подібний вираз є добре відомим українському адресату, що дозволяє передати зміст та значення вихідної фразеологічної одиниці засобами мови перекладу. Проаналізуємо інший приклад:

(11) *Having blocked another attack from the opponents he decided to bear the brunt till the end* [170].

*Відбившись від чергового удару конкурентів, він вирішив тримати удар до кінця.*

Фразеологічна одиниця *to bear the brunt* перекладається в наведеному контексті за допомогою часткового лексичного еквівалента *тримати удар*.

Часткові еквіваленти української мови, використані для перекладу еквівалентних фразеологічних одиниць англомовного медіадискурсу, дозволяють адекватно та повністю передати зміст і значення останніх, відтворюючи при цьому їх стилістичне забарвлення та образні характеристики.

### 3.3. Переклад за допомогою аналога

Переклад фразеологічних одиниць англомовного медіадискурсу здійснюється українською мовою і за допомогою фразеологічних аналогів. Подібні одиниці за значенням, стилістичним забарвленням збігаються з фразеологічними одиницями мови оригіналу, але відрізняються від них лексичним наповненням, граматичною структурою, а також характером образності, наприклад:

(12) *David Blunkett also wants to use a carrot and stick approach to force both sides to negotiate a pension crisis* [139].

Девід Бланкетт хоче використати **метод батога та пряника**, щоб примусити обидві сторони обговорити пенсійну кризу.

Фразеологізм *carrot and stick approach*, що має значення *rewards and punishments that influence someone's behavior* [90, с. 197], вжитий у наведеному фрагменті дискурсу для позначення дій одного з британських міністрів праці та пенсій, відомого політика, представника лейбористської партії Девіда Бланкетта. Вказана одиниця перекладається українським фразеологічним аналогом **метод батога та пряника**, що адекватно передає її зміст і стилістичне забарвлення, але відрізняється від неї характером образності та лексико-семантичним складом. Проаналізуємо інший приклад:

(13) *Andy Burnham warned that a new education reform bill would encourage a 'dog-eat-dog world' at schools* [175].

Енді Бургам попередив, що новий законопроект про реформу освіти буде сприяти пануванню **закону джунглів** у школах.

У наведеному прикладі вжито фразеологізм *dog-eat-dog world*, що має значення *people will do anything to be successful, even if what they do harms other people* [83, с. 314]. Переклад вказаної фразеологічної одиниці було здійснено українським аналогом **закон джунглів**, лексико-семантичний склад, граматична структура якого не збігається з нею. Звертаємося до аналізу іншого прикладу:

(14) *Barry Manilow hit the nail on the head when he said: «If you even live long enough, you will not be able to understand of life if you don't want to do it now»* [171].

Баррі Манілов **влучив в саме око**, сказавши: «Навіть якщо Ви проживете достатньо довго, Ви не зможете зрозуміти життя, якщо Ви не хочете робити цього зараз».

Фразеологізм *to hit the nail on the head* використаний у наведеному прикладі для надання характеристики та визначення слушності слів відомого

американського музиканта, співака та продюсера Баррі Манілова. Переклад аналізованої одиниці здійснюється за допомогою українського фразеологічного аналога *влучити в око* (*влучити в саме око*). Застосування фразеологізму спостерігаємо і в іншому тексті медіадискурсу:

(15) *The engaged couple **had not always seen eye to eye** and Francinaldo had to work hard to get the ring on Elisabeth's finger* [174].

*Заручена пара **не завжди знаходила спільну мову**, і Франсінальдо довелося важко попрацювати, щоб одружитися з Елізабет.*

Позначення відносин між зарученою парою відбувається у наведеному фрагменті дискурсу за допомогою фразеологічної одиниці *had not (always) seen eye to eye*. Переклад цієї одиниці здійснюється за допомогою фразеологічного аналога (*не завжди*) *знаходила спільну мову*, що дозволяє адекватно передати її значення та стилістичне забарвлення, але відрізняється від неї характером образності та лексичним складом. Проаналізуємо ще один приклад:

(16) *Tony Blair thinks that European politicians mustn't let Assad **get again of the hook** after recent chemical attacks* [108].

*Тоні Блер вважає, що європейські політики не повинні дозволити Ассаду знову **вийти сухим із води** після нещодавніх хімічних атак.*

Фразеологізм *to get of the hook*, що має значення *to avoid punishment or blame*, використаний у дискурсі для надання характеристики діям чинного президента Сирії Башара аль-Асада. Застосування фразеологічного аналога *вийти сухим із води* для перекладу вказаної одиниці дозволяє не тільки відтворити її значення, стилістичне забарвлення, але й інформувати українського читача про ставлення Тоні Блера до дій сирійського політика.

Фразеологічним аналогом перекладається також інший сталий вираз англійського медіадискурсу:

(17) *In such a situation he can't wait **until hell freezes over*** [104].

*У такій ситуації він не міг чекати до другого прищестя.*

Переклад фразеологічної одиниці *until hell freezes over*, що має значення *until the end of time, until the end of the world* [88, с. 497], може бути здійсненим і за допомогою українського сталого розмовного виразу *доки раки свиснуть*, а також нейтрального прислівника *довіку*. Переклад англійської фразеологічної одиниці за допомогою прислівника не дає можливості відтворити її стилістичне забарвлення та образний характер. Звернемося до ще одного прикладу:

(18) *George Guy, regional secretary of Ucat in the north-west said that the decision made by the Congress was a kick in the teeth for construction workers* [178].

*Джордж Гай, регіональний секретар Союзу суміжних професій і техніків на південному заході, сказав, що рішення, прийняте Конгресом було ударом нижче пояса для робітників-будівельників.*

Фразеологізм *a kick in the teeth*, застосований у вказаному прикладі, був перекладений українським фразеологічним аналогом *удар нижче пояса*. Проаналізуємо ще один текстовий фрагмент, де спостерігається використання англійської фразеологічної одиниці, що має свій аналог в українській мові:

(19) *This agreement paved the way for other agreements with 'General Motors' and 'Fiat Chrysler'* [124].

*Ця угода підготувала підґрунтя для інших угод з компаніями «Дженерал Моторс» та «Фіат Крайслер».*

Переклад фразеологічної одиниці *to pave the way* здійснено за допомогою українського фразеологізму *підготувати підґрунтя*. Цей фразеологізм є аналогічним за змістом та стилістичним забарвленням до англійської одиниці, але відрізняється від неї за характером образності. Застосування фразеологізму спостерігаємо ще в одному фрагменті медіадискурсу:

(20) *Saba Salman coped with a project very quickly proving that a book shouldn't be judged by its cover* [154].

*Саба Салман впоралася з проектом дуже швидко, доводячи, що за одягом зустрічають, а за розумом проводжають.*

Фразеологізм *to judge a book by its cover* зі значенням *you should not form an opinion about someone or something only from their appearance* [90, с. 297] використаний у наведеному фрагменті медіадискурсу в дещо модифікованому вигляді: *a book shouldn't be judged by its cover*. Переклад вказаного фразеологізму здійснюється за допомогою його українського аналога *за одягом зустрічають, а за розумом проводжають*. Зазначимо, що в українській мові є також фразеологічна одиниця, калькована з англійської: *судити про книгу за її обкладинкою*. Оскільки в дискурсі йдеться мовлення про людину, а не про річ, вважаємо, що в тексті перекладу необхідно застосовувати саме фразеологічний аналог, а не кальковану одиницю.

Значна кількість еквівалентних фразеологізмів англійської мови перекладається за допомогою їх українських аналогів. Такі одиниці перекладу є схожими за значенням, стилістичним забарвленням, але різними за характером образності порівняно з фразеологізмами англійської мови. Широке застосування фразеологічних аналогів для їх перекладу українською мовою вказує на своєрідність асоціативних уявлень про певні явища, поняття, фрагменти дійсності представників англійської та української спільнот.

### **3.4. Дослівний переклад або калькування**

Іноді перекладач, намагаючись зберегти образність фразеологізму, який немає ані еквівалента, ані аналога в цільовій мові, вдається до його дослівного перекладу. Калькування є досить поширеним способом перекладу фразеологічних одиниць англійської мови, зокрема тих, що застосовуються в англійському медіадискурсі. Використання калькування надає можливість

створити сталі вирази, образний характер яких легко сприймається україномовним читачем, наприклад:

(21) *Election fever intensified after candidates announced their future programs* [125].

*Передвиборча лихоманка посилилася після того, як кандидати оголосили свої майбутні програми.*

Переклад фразеологізму американського походження *election fever*, що має значення *fuss before the election begins* [83, с. 314], здійснюється за допомогою калькованого українського словосполучення *передвиборча лихоманка*. Подібне словосполучення не тільки добре відоме україномовному реципієнту, але є ідентичним за значенням, лексичним складом, граматичною структурою, характером образності, стилістичним забарвленням до англomовного фразеологізму. Проаналізуємо інший приклад:

(22) *They made a love nest in the old basement flat* [126].

*Вони створили любовне гніздечко в старій напівпідвальній квартирі.*

Переклад фразеологізму *love nest*, що має значення «*a place where two lovers spend time together*» [90, с. 376], здійснюється шляхом калькування: *любовне гніздечко*.

Звертаємося до іншого прикладу:

(23) *As it takes two to tango, it takes two to raise a family* [120].

*Як потрібні двоє для танго, так потрібні двоє, щоб рости дітей.*

У наведеному прикладі спостерігаємо використання двох фразеологізмів: *to take two to tango*; *to raise a family*. Незважаючи на те, що фразеологічна одиниця *it takes two to tango* має свій фразеологічний аналог в українській мові (*необхідна участь іншої сторони*), її було перекладено шляхом калькування: *потрібні двоє для танго*. Для перекладу фразеологізму була застосована також трансформація контекстуальна заміна: *потрібні двоє для танго*. Дієслово *take* було замінено на дієслово *потрібні* задля створення словосполучення, адекватного за змістом для сприйняття

україномовним реципієнтом. Зауважимо, що Р. П. Зорівчак у зв'язку з цим зазначає, що складність творення фразеологічної кальки полягає насамперед у доборі та наданні сталому виразу цільової мови відповідної мовної форми. Для цього, на думку дослідника, необхідно адаптувати кальку до норм мови перекладу [50, с. 34]. Саме тому поряд із калькуванням застосовуються різноманітні лексико-семантичні та граматичні трансформації. Одиницю *to raise a family* було перекладено її фразеологічним аналогом *ростити дітей*.

Пояснення потребує факт вибору способу перекладу фразеологізму *to take two to tango*. Якщо б переклад цієї одиниці було здійснено за допомогою фразеологічного аналога *необхідна участь іншої сторони*, перекладене українське речення із зазначеними фразеологізмами не мало б сенсу й було б незрозумілим україномовному реципієнту: *Як необхідна участь і іншої сторони, так потрібні двоє, щоб ростити дітей*. Саме тому калькування є єдиним правильним способом перекладу означеного англomовного фразеологізму в даному контексті. Зауважимо, що переклад вказаного фразеологізму здійснюється українською мовою й за допомогою речення *у сварці завжди винні обидва*. Неможливість здійснення перекладу англomовного фразеологізму за допомогою подібної української одиниці продиктовано контекстом його застосування. Проаналізуємо інший приклад:

(24) *Although Eros was portrayed as a slender winged youth in Classical Greek period, during the Hellenistic period he was also portrayed as a chubby boy. During this time he acquired the bow and arrow that remain his unchanged attributes; a person, or even a deity, who is shot by **Cupid's arrow** is filled with uncontrollable desire [128].*

*Хоча у класичний грецький період Ероса зображали струнким крилатим юнаком, в елліністичний період його також зображали пухким хлопчиком. За цей час він отримав лук і стріли, що залишаються його незмінними атрибутами; людину, чи навіть божество, в якого влучила стріла Купідона, наповняло нестримне бажання.*

Переклад фразеологізму *Cupid's arrow* здійснено шляхом калькування, із застосуванням адаптованого транскодування (*Cupid's* – Купідона, *arrow* – стріла), трансформації перестановка слів (*стріла Купідона*), що дозволило адаптувати кальковане словосполучення до норм мови перекладу.

Кальки характеризуються певними перевагами та досить часто використовуються при перекладі фразеологізмів. Вони дозволяють зберегти образ фразеологічної одиниці мови оригіналу. Калькування образів при перекладі фразеологізмів широко використовується для передавання національно-культурної специфіки їх значення. Перекладач повинен також усвідомлювати, що калькований образ має бути зрозумілим представникам іншої лінгвокультурної спільноти. За необхідності він повинен забезпечити його розуміння шляхом надання відповідних коментарів, виносок, приміток, зокрема:

(25) *Each summer residents of Buñol paint the town red* [131].

*Щороку 10 000 жителів містечка Буньол фарбують місто у червоний колір. (Щороку в іспанському містечку Буньол проходить Фестиваль Томатіна. Мешканці міста виходять на вулиці та кидаються помідорами).*

Фразеологізм *to paint the town red* використаний у вказаному прикладі для позначення реалій життя одного з іспанських міст, у якому влітку щорічно відбувається фестиваль Ла Томатіна, де люди влаштовують «битву» помідорами. Саме це й позначає вказаний фразеологізм, переклад якого здійснюється шляхом калькування та додавання лексичної одиниці (*paint the town red* – *фарбують місто у червоний колір*). Додавання є граматичною трансформацією, внаслідок якої в перекладі збільшується кількість слів, словосполучень або членів речення [50, с. 32]. Оскільки подібний переклад може бути незрозумілим для україномовного адресата, його необхідно доповнити коментарем, що дозволяє пояснити реалії, пов'язані з традицією проведення фестивалю в іспанському місті: *Щороку року в іспанському містечку Буньол проходить Фестиваль Томатіна. Десятки тисяч людей виходять на вулиці та кидаються помідорами.*

Іноді перекладачеві доводиться обирати між двома типами фразеологічних відповідників. Так, наприклад, вираз *to fight like Kilkenny cat* у реченні (26) «*Fighting like Kilkenny cats they tried to suppress each other*» [124] може бути перекладено й шляхом калькування (*боротися як кілкеннійські кішки*), і за допомогою фразеологічного аналога (*боротися не на життя, а на смерть*). Головним завданням перекладача у зв'язку з цим є адекватне передавання не тільки змісту, але й образу фразеологічної одиниці.

Якщо переклад вказаного фразеологізму здійснюється шляхом калькування, перекладач повинен пояснити, що вираз *Kilkenny cat* походить від легенди про запеклу боротьбу, яка відбувалася між двома містами (*Kilkenny* та *Irish*) у Британії у XVII та призвела до їх до знищення [78, с. 111]. Калькування особливо важливе тоді, коли необхідно точно відтворити образне значення фразеологічної одиниці, коли такий образ потрібен для розуміння змісту медіадискурсу чи його фрагменту.

### 3.5. Описовий переклад

Переклад фразеологічних одиниць англомовного медіадискурсу здійснюється також шляхом опису. Подібний опис передбачає пояснення змісту фразеологічної одиниці засобами мови перекладу [63, с. 60]. Для такого пояснення можуть бути використані порівняння, описи та навіть перекладацькі коментарі. При описовому перекладі образне значення вихідної фразеологічної одиниці може не зберігатися, проте максимально коротко та ясно передається її загальний зміст, зокрема:

(27) *A new secretary asked authorities to discuss the elephant in the room of public spendings* [109].

*Новий секретар попросив владу обговорити загальновідому проблему суспільних витрат.*

У наведеному прикладі спостерігаємо застосування фразеологічної одиниці *the elephant in the room*, що має значення *problem or question that everyone knows about but does not mention because it is easier not to discuss it*. Оскільки вказана одиниця не має свого еквівалента чи аналога в українській мові, її переклад було здійснено шляхом опису. Звертаємося до аналізу іншого прикладу:

(28) *The Conservative party has a bee in its bonnet about the issue of today's immigration processes* [112].

*Питання імміграційних процесів спекулюється* зараз партією консерваторів.

Фразеологічна одиниця *to have a bee in one's bonnet* (носитися з певною ідеєю, бути дивакувати) перекладається описово. Застосування дієслова *спекулюється* для її перекладу дозволяє не тільки адекватно передати зміст відповідного фразеологізму та усього речення, але й відтворити їх комунікативно-прагматичний потенціал. Проаналізуємо інший приклад:

(29) *Barack Obama's main task in the coming weeks is countering Hillary Clinton's claim of him as all talk and no action* [145].

*Основним завданням Барака Обами наступного тижня є спростування твердження Гіллари Клінтон про те, що він базікало.*

Фразеологічна єдність *all talk and no action*, що має значення *someone who talks about something but never does it* [87, с. 77], вжита в наведеному фрагменті медіадискурсу для характеристики, наданої Бараку Обамі його політичним опонентом Гіллари Клінтон. Вказаний фразеологізм перекладено шляхом опису: *базікало*. Подібний спосіб перекладу не тільки вдало передає зміст англійського фразеологізму, але й відтворює експресивне забарвлення характеристики, наданої за допомогою нього. Звернемося до аналізу ще одного прикладу:

(30) *Candidates must come clean with their voters about their positions on burning issues of the society* [101].

*Кандидати повинні щиро розповісти своїм виборцям про своє ставлення до гострих проблем суспільства.*

У наведеному фрагменті спостерігаємо застосування фразеологічних одиниць *to come clean, burning issue*. Фразеологізм американського походження *come clean* зі значенням *to tell the truth, often about something bad that you have been trying to keep a secret* [87, с. 141] відтворено шляхом опису: *щиро розповісти*. Застосування подібного способу перекладу дозволило адекватно передати зміст вказаного американізму. Фразеологізм *burning issues* був перекладений українським аналогом *гостра проблема*. Використання фразеологічної одиниці спостерігаємо й в іншому фрагменті медіадискурсу:

(31) *Israel must come to terms with its neighbours* [114].

*Ізраїль повинен домовитися зі своїми новими сусідами.*

Значення фразеологізму американського походження *come to terms* розкриває його дефініція: *to come to an agreement with someone* [87, с. 152]. Вказана фразеологічна одиниця була перекладена шляхом опису: *домовитися*. Проаналізуємо інший приклад:

(32) *Having being told again to come later Jonathan Ross saw red and decided to leave the BBC for ever* [106].

*Оскільки йому знову сказали прийти пізніше, Джонатан Росс розлютився та вирішив піти з Бі-Бі-Сі назавжди.*

Фразеологізм *to see red*, що має значення *to become very angry* [87, с. 476], використаний у наведеному фрагменті для надання характеристики почуттів відомого британського теле- та радіоведучого, актора, кінокритика Джонатана Росса, коли він залишав канал Бі-Бі-Сі, пропрацювавши на ньому понад 20 років. Вказаний фразеологізм є одиницею розмовного мовлення і його застосування зумовлено, на нашу думку, наміром автора привернути увагу адресата до почуттів Росса. Переклад фразеологізму здійснювався шляхом опису: *розлютився*. Подібний спосіб перекладу дозволив відтворити

емотивну складову значення аналізованого фразеологізму. Застосування фразеологізму спостерігаємо також в іншому фрагменті медіадискурсу:

(33) *This threat **cut no ice** with discontented union delegates, allergic to the idea of private money financing public investments* [111].

*Ця погроза **не вплинула** на невдоволених представників профспілок, для яких ситуація, коли приватні фонди фінансують державне інвестування, є неприйнятною.*

Фразеологізм *to cut no ice*, значення якого розкриває його дефініція «*not to cause someone to change his or her opinion or decision*» [88, с. 99]. Вказаний фразеологізм є розмовною одиницею, використання якої в медіадискурсі зумовлено наміром автора привернути увагу до поданої інформації. Переклад фразеологізму здійснювався за допомогою нейтральної лексеми *не вплинула*. Вважаємо, що порівняно з іншими одиницями, які пропонуються для перекладу означеного фразеологізму (наприклад, *не мати ваги, не відігравати ніякої ролі, не мати впливу, невисоко котируватися*) вказана лексема є найбільш вдалою, незважаючи на її нейтральне значення.

Проаналізуємо інший приклад:

(34) *This is a **hard nut to crack** even in wealthy and developed countries* [103].

*Це **важко зробити** навіть у заможних і розвинутих країнах.*

У наведеному прикладі вжито фразеологізм американського походження *hard nut to crack*, що має значення *to be a difficult problem to solve* [88, с. 204]. Оскільки в українській мові не існує подібної фразеологічної одиниці її переклад було здійснено шляхом опису: *важко зробити*. Одиниці мови оригіналу та перекладу збігаються за значенням, але відрізняються за лексичним складом, граматичною структурою, наявністю образу, стилістичного забарвлення. Фразеологічна одиниця використовується також і в іншому фрагменті дискурсу:

(35) *David Cameron ordered all his subordinates **to roll up their sleeves and do their best to save the country from crisis*** [116].

*Девід Камерон наказав своїм підлеглим **приготуватися до важкої праці** та зробити все можливе, щоб врятувати країну від кризи.*

Незважаючи на те, що фразеологізм *to roll up smb's sleeves* зі значенням *to prepare for hard work* [83, с. 712] є американським за походженням, він використовується також у британському медіадискурсі. Зауважимо, що в українській мові існує калькований вираз *закотити рукава* із значенням, тотожним англomовному фразеологізму. Проте переклад цього фразеологізму був здійснений не калькованим українським розмовним виразом, а шляхом опису. Описовий переклад дозволив нам передати зміст фразеологічної одиниці нейтрально, що є більш прийнятним для передавання інформації подібного характеру для україномовного реципієнта. Звертаємося до аналізу ще одного прикладу:

(36) *Judges are highly paid civil servants whose conduct in court and out of it must be **above reproach*** [106].

*Судді є високооплачуваними держслужбовцями, чия поведінка в суді та поза його межами має бути **бездоганною**.*

У наведеному фрагменті дискурсу спостерігаємо використання фразеологізму *above reproach*, що має значення *not deserving of blame or criticism* [87, с. 28]. Переклад цієї англomовної одиниці здійснювався шляхом опису (*бездоганна*), що дозволило адекватно передати її зміст україномовному реципієнту.

Якщо в українській мові не існує ані еквівалента, ані аналога фразеологізму, що використовується в англomовному медіадискурсі, а дослівний переклад цієї одиниці призводить до малозрозумілого буквалізму, необхідно здійснити її переклад шляхом опису, що передбачає пояснення змісту фразеологічної одиниці за допомогою вільного сполучення слів. Недоліком описового перекладу вважається втрата образного значення вихідної фразеологічної одиниці.

## РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

В дипломній роботі розглядається тема: «Типи та переклад фразеологізмів англомовного медіадискурсу». Практична реалізація якої передбачає наявність робочого місця в офісному приміщенні адміністративної будівлі.

Під час виконання дипломної роботи збирається, систематизується та опрацьовується великий об'єм теоретичного матеріалу, виконується його обробка за допомогою персонального комп'ютера.

Виконання трудових обов'язків в сфері перекладу неможливо без:

- обладнання, яке безпосередньо забезпечує робочий процес (комп'ютерна та різноманітна периферійна техніка при роботах в офісі)
- обладнання, яке підтримує комфортні умови праці (опалювальні прилади, кондиціонери, іонізатори повітря для забезпечення оптимальних параметрів мікроклімату в приміщеннях).

### 4.1. Аналіз потенційних небезпек

До небезпек, які можуть спіткати працівників під час роботи в офісних приміщеннях можна віднести:

- Ураження електричним струмом, у наслідок несправності електроболаднання, невиконання правил техніки безпеки при користуванні електричним обладнанням, що може призвести до електротравм або летального наслідку;
- нервово-психічні навантаження, через специфічність роботи працівників економіко-гуманітарної сфери, яка передбачає постійний контакт з клієнтами, колегами по роботі, керівництвом, контрагентами при вирішенні робочих питань (деякі з них можуть бути конфліктними, суперечливими).

Подібний характер роботи може викликати емоційний дискомфорт, внутрішнє роздратування та емоційну нестабільність під час короткотривалих певних негативних ситуацій, що може призвести до захворювань нервової системи, зниження насаги на працю та стресових станів;

- кістково-м'язові порушення, у зв'язку з тривалим статичним напруженням м'язів спини, шиї, рук і ніг, що призводить до ушкодження опорно-рухового апарату;

- негативний вплив електромагнітних, в тому числі і рентгенівських випромінювань при використанні моніторів персональних комп'ютерів (далі ПК) з електронно-променевою трубкою, що призводить до погіршень зору, зниження імунітету;

- «синдром професійного вигорання», через рутинну роботу та однотипні завдання, що можуть призвести до стресових ситуацій, депресій та психічних розладів;

- недостатнє або надмірне освітлення робочих місць, в зв'язку з несправністю, або хибним вибором освітлювальних приладів, в зв'язку з неправильним розташуванням робочих місць по відношенню до джерел природного та штучного освітлення, що призводить до погіршення зору або ефекту засліплення;

- підвищений рівень шуму, який створюється перетворювачем напруги електронно-обчислювальної машини (далі ЕОМ), її технічною периферією, а також людьми, що працюють у приміщенні, і який призводить до погіршення слуху;

- незадовільні параметри мікроклімату робочого місця, у зв'язку із відсутністю приладів, що забезпечують необхідний повітрообмін та опалювальної системи, які можуть викликати загальні захворювання;

- вірогідність загоряння, у зв'язку із несправністю електричного обладнання, недотримання, або порушення правил протипожежної безпеки обслуговуючим персоналом, що призводить до пожежі;

- неправильні дії персоналу в умовах надзвичайних ситуацій, які призводять до паніки та загибелі людей;
- захворювання внаслідок хвороботворної дії мікроорганізмів. До основних потенційних небезпек біологічного характеру, в офісних приміщеннях можна віднести хвороботворну дію мікроорганізмів, внаслідок не дотримання правил санітарної гігієни приміщень, що може призвести до захворювань інфекційної природи.

#### **4.2. Заходи по забезпеченню безпеки**

У приміщенні офісу застосовується широке різноманіття електроприладів: персональні комп'ютери, принтери, ксерокси, факси, освітлювальні прилади, кондиціонери, побутові електроприлади тощо. Небезпека ураження електричним струмом при використанні цих приладів з'являється при недотриманні заходів обережності, а також при відмові або несправності цього обладнання. Наслідки ураження електричним струмом залежать від багатьох факторів: опору організму, величини, тривалості дії, роду і частоти струму, шляхів його проходження через життєво важливі органи, умов зовнішнього середовища.

Для запобігання ураження електричним струмом встановлено електроустаткування, яке відповідає вимогам: ПУЕ («Правила устрою електроустановок») і ГОСТ 12.1.030-81 (2001) «ССБТ. Электробезопасность. Защитное заземление, зануление», величина опору захисного заземлення електрообладнання приміщення - 4 Ом; НПАОП 40.1-1.32-01 «Правила устройства электроустановок. Электрооборудование специальных установок», приміщення, в якому розташовуються ЕОМ, різноманітне устаткування, відноситься до класу пожеженобезпечної зони П-Па, тому передбачений мінімальний ступінь захисту ізоляції обладнання IP44; ГОСТ 12.1.009-76 (1999) «ССБТ. Электробезопасность. Термины и

определения» обладнання офісу має подвійну ізоляцію, яка складається з робочої та додаткової ізоляції; ГОСТ 12.2.007.0-75\* (2001) «ССБТ. Изделия электротехнические. Общие требования безопасности» ЕОМ, периферійні пристрої ЕОМ та устаткування для обслуговування, ремонту та налагодження ЕОМ по способу захисту людини від ураження електричним струмом, належать до І класу, оскільки мають подвійну ізоляцію, елемент для заземлення та провід для приєднання до джерела живлення, що має заземлюючу жилу і вилку з заземлюючим контактом. Експлуатація електроустановок і електроустаткування проводиться відповідно до НПАОП 40.1-1.01-97 «Правила безпечної експлуатації електроустановок» та НПАОП 40.1-1.21-98 «Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів»

У зв'язку із стресовими ситуаціями та нервово-емоційними навантаженнями у працівників може виникнути ймовірність захворювань загально-невротичного характеру.

З метою зниження нервово-емоційного напруження, стомлення зорового аналізатора, поліпшення мозкового кровообігу, подолання несприятливих наслідків гіподинамії, запобігання втоми, згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» для робітників із застосування ЕОМ, передбачені регламентовані перерви для відпочинку тривалістю 15 хвилин через кожні дві години, а також обладнані побутові приміщення для відпочинку під час роботи, кімната психологічного розвантаження. В кімнаті психологічного розвантаження передбачені пристрої для приготування й роздачі тонізуючих напоїв, а також місця для занять фізичною культурою

Для оптимізації відносин у колективі проводяться тренінги з залучанням психологів на теми: «Адаптація у новому колективі», «Поведінка в суспільстві».

Для запобігання кістково-м'язових порушень у зв'язку з тривалим статичним напруженням м'язів спини, шиї, рук і ніг необхідно виконувати фізичні вправи 2-3 рази протягом робочого часу.

З метою запобігання виникненню «синдрому професійного вигорання», зниження нервово-емоційного напруження, стомлення зорового аналізатора, поліпшення мозкового кровообігу, подолання несприятливих наслідків гіподинамії, запобігання втоми, передбачені перерви у роботі – 15 хвилин кожні дві години, а також спеціально обладнане приміщення – кімната відпочинку. Також запропоновано періодична участь в семінарах та конференціях, де надається можливість зустрітися з новими людьми і обмінятися досвідом.

#### **4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці**

Внаслідок роботи за ПК, на фізіологію людини негативно впливають електромагнітні випромінювання. Щоб зменшити наслідки впливу на людину та знизити негативні показники у робочій зоні до допустимих значень, згідно з ГОСТ 12.2.007.0-75 «Изделия электротехнические. Общие требования безопасности», вироби, які створюють електромагнітні поля, повинні мати захисні елементи (екрани, поглиначі і т.д.). Вимоги до захисних елементів повинні бути вказані в стандартах та технічних умовах на конкретні види виробів. Згідно з НПАОП 0.00-1.28-10 «Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин» та ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин», на робочих місцях обладнаних ПК встановлені рідкокристалічні монітори, які не є джерелами рентгенівського та електромагнітного випромінювань.

Основними причинами недостатньої або нераціональної освітленості робочих місць є несправність або нераціональний вибір освітлювальних приладів.

Незадовільна освітленість на робочому місці або на робочій зоні може бути причиною зниження продуктивності та якості праці, отримання травм. Недостатнє освітлення викликає зоровий дискомфорт, що виражається у відчутті незручності або напруженості. Тривале перебування в умовах зорового дискомфорту призводить до розсіювання уваги, зменшення зосередженості, зоровій і загальній втомі.

У офісному приміщенні, згідно ДБН В.2.5-28-2006 «Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення» передбачене природне та штучне освітлення. Природне освітлення здійснено через світлові прорізи, які забезпечують коефіцієнт природної освітленості (КПО) не нижче 1,5%. Для захисту від прямих сонячних променів, які створюють прямі та відбиті відблиски на поверхні екранів і клавіатури, передбачено сонцезахисні пристрої, на вікнах встановлені жалюзі або штори.

Розрахунок загального штучного освітлення в приміщенні офісу розмірами  $A \times B \times H = 10 \times 8 \times 2,8$  м, з висотою робочої поверхні  $h_p = 0,8$  м, нормованим значенням штучного освітлення для кабінету  $E_H = 300$  лк.

1. Розраховуємо кількість рядів світильників у приміщенні  $N_p$ :

$$N_p = \frac{B}{(H - h_p) \cdot [L/h]}, \text{ шт}; \quad (4.1)$$

де:  $B$  – ширина приміщення, м;

$H$  – висота приміщення, м;

$h_p$  – висота робочої поверхні, м;

$[L/h]$  – числове значення коефіцієнта світильника;

$$N_p = \frac{8}{(2,8 - 0,8) \cdot 1,4} = 3, \text{ шт.}$$

2. Визначаємо максимально припустиму відстань між рядами світильника  $L_{\max}$ :

$$L_{\max} = \frac{B}{N_p}, \text{ м}; \quad (4.2)$$

де:  $B$  – ширина приміщення, м;

$N_p$  – кількість рядів світильників у приміщенні, шт;

$$L_{\max} = \frac{8}{3} = 2,67, \text{ м}.$$

3. Визначаємо значення індексу приміщення  $i$ , що характеризує співвідношення розмірів освітлювального приміщення і висоти розміщення світильників:

$$i = \frac{A \cdot B}{(H - h_p) \cdot (A + B)}; \quad (4.3)$$

де:  $A$  – довжина приміщення, м;

$B$  – ширина приміщення, м;

$H$  – висота приміщення, м;

$h_p$  – висота робочої поверхні, м;

$$i = \frac{10 \cdot 8}{(2,8 - 0,8) \cdot (10 + 8)} = 2,22.$$

4. Визначаємо значення коефіцієнта використання світлового потоку  $\eta$ , створюваного растровим світильником типу ЛВО.

Вибирається з урахуванням відбиття поверхонь приміщення та індексу приміщення і дорівнює  $\eta = 56 \%$ .

5. Визначаємо сумарний світловий потік освітлювальної установки у даному приміщенні  $\Phi_{\Sigma}$ :

$$\Phi_{\Sigma} = \frac{E_H \cdot A \cdot B \cdot k_3 \cdot z}{\eta}, \text{ лм}; \quad (4.4)$$

де:  $E_H$  – рівень нормованого загального освітлення, лк;

$A$  – довжина приміщення, м;

$B$  – ширина приміщення, м;

$k_3$  – коефіцієнт запасу (для кабінету  $k_3 = 1,4$ );

$z$  – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості (відношення середньої освітленості до мінімальної освітленості), як правило дорівнює (для люмінесцентних ламп  $z=1,1$ );

$\eta$  – коефіцієнт використання світлового потоку;

$$\Phi_{\Sigma} = \frac{300 \cdot 10 \cdot 8 \cdot 1,4 \cdot 1,1}{0,56} = 66000, \text{ лм.}$$

6. Визначаємо умовну загальну кількість світильників у приміщенні  $N_{ce}^*$ :

$$N_{ce}^* = \frac{A \cdot B}{L_{\max}^2}, \text{ шт}; \quad (4.5)$$

де:  $A$  – довжина приміщення, м;

$B$  – ширина приміщення, м;

$L_{\max}$  – максимально припустима відстань між рядами світильників, м;

$$N_{ce}^* = \frac{10 \cdot 8}{2,67^2} = 11, \text{ шт.}$$

7. Розраховуємо світловий потік умовного джерела світла  $\Phi_l^*$ :

$$\Phi_l^* = \frac{\Phi_{\Sigma}}{N_l^*}, \text{ лм}; \quad (4.6)$$

де:  $\Phi_{\Sigma}$  – сумарний світловий потік освітлювальної установки, лм;

$N_l^*$  – загальна кількість ламп у світильнику, яка розраховується за формулою:

$$N_l^* = N_{ce}^* \cdot n, \text{ шт}; \quad (4.7)$$

де:  $n$  – кількість ламп у світильнику, шт;

$$N_l^* = 11 \cdot 4 = 44, \text{ шт};$$

$$\Phi_l^* = \frac{66000}{44} = 1500, \text{ лм.}$$

8. Знаходимо коефіцієнт  $m$  – співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи  $\Phi_l^*$  та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи  $\Phi_l$ :

$$m = \frac{\Phi_l^*}{\Phi_l}; \quad (4.8)$$

$$m = \frac{1500}{1050} = 1,43.$$

9. Визначаємо оптимальну (фактичну) кількість світильників у приміщенні  $N_{ce}$ :

$$N_{ce} = N_{ce}^* \cdot m, \text{ шт}; \quad (4.9)$$

де:  $N_{ce}^*$  – умовна загальна кількість світильників у приміщенні, шт;

$m$  – співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи;

$$N_{ce} = 11 \cdot 1,43 = 15, \text{ шт}.$$

10. Визначаємо фактичну кількість ламп у приміщенні  $N_l$ :

$$N_l = N_{ce} \cdot n, \text{ шт}; \quad (4.10)$$

де:  $N_{ce}$  – оптимальна (фактична) кількість світильників у приміщенні, шт;

$n$  – кількість ламп у світильнику, шт;

$$N_l = 15 \cdot 4 = 60, \text{ шт}.$$

11. Визначаємо загальну розрахункову освітленість  $E_p$  у приміщенні, що створюється при застосуванні стандартних ламп:

$$E_p = \frac{\Phi_l \cdot N_l \cdot \eta}{A \cdot B \cdot k_3 \cdot z}, \text{ лк}; \quad (4.11)$$

де:  $\Phi_l$  – фактичний світловий потік вибраної стандартної лампи, лм;

$N_l$  – фактична кількість ламп у приміщенні, шт;

$\eta$  – коефіцієнт використання світлового потоку;

$A$  – довжина приміщення, м;

$B$  – ширина приміщення, м;

$k_3$  – коефіцієнт запасу;

$z$  – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості;

$$E_p = \frac{1050 \cdot 60 \cdot 0,56}{10 \cdot 8 \cdot 1,4 \cdot 1,1} = 286,36, \text{ лк}.$$

Виходячи з розрахунку загальне штучне освітлення в приміщенні офісу дорівнює 286,36 лк, що відповідає нормованому значенню освітлення і яке забезпечується за допомогою 15 растрових світильників типу ЛВО.

Рівні звукового тиску в октавних смугах частот, рівні звуку та еквівалентні рівні звуку на робочих місцях приміщення відповідають вимогам ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» та ДСН 3.3.6.037-99 «Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку». Зниження рівня шуму в приміщенні здійснено за допомогою:

- використання більш сучасного обладнання;
- розташування принтерів та різноманітного устаткування колективного користування на значній відстані від більшості робочих місць працівників;
- переведення жорсткого диска в режим сну (Standby), якщо комп'ютер не працює протягом визначеного часу;
- використання блоків живлення ПК з вентиляторами на гумових підвісках;

Неправильне проектування або несправність систем опалення та вентиляції в приміщенні офісу може призвести до негативних впливів на здоров'я працівників у вигляді простудних захворювань, перегрівань, проблем із дихальними шляхами тощо.

Робота принтера не передбачає постійної присутності працівника поряд з ним, проте при роботі лазерних принтерів істотно змінюються параметри повітря в приміщенні. При розпечатуванні документа здійснюється запікання тонера, нагрівання паперу і в повітря виділяються озон, оксид азоту, оксид вуглецю, а також можливе толуол, ксилол, бензол, ізооктан та ін. Внаслідок цього прийняті міри про наявність вентиляції в приміщеннях з встановленими принтерами, регулярному провітрюванню і вологому прибиранню приміщень. Копіювальний апарат багато в чому аналогічний лазерному принтеру. Однак у сучасних копіювальних апаратах замість лазера

використовується високовольтне коронування, що обумовлює більш високу концентрацію озону та оксиду азоту в повітрі. Наявність цих шкідливих факторів обумовлено вимогами, що пред'являються до приміщень, де використовується розмножувальна техніка, а саме: площа не менш  $6 \text{ м}^2$  на 1 робоче місце, кубатура приміщення не менше  $15 \text{ м}^3$ , відстань з боку зони обслуговування не менше 1,0 м, з боку стіни 0,6 м, розміри проходів не менше 0,6 м. Копіювальна техніка та принтери розташовуються далеко від робочих місць або ж в окремих приміщеннях.

Метеорологічні умови в приміщенні офісу – температура повітря, відносна вологість повітря й швидкість його переміщення відповідають встановленим санітарно-гігієнічним вимогам ДСН 3.3.6.042-99 «Державні санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень» і ГОСТ 12.1.005-88 (1991) «ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Роботи в офісному приміщенні, належать до категорії Іб - легка робота, тому передбачені наступні оптимальні значення параметрів мікроклімату:

- у холодний період року: температура  $21-23^\circ\text{C}$ ; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,1 м/с;

- у теплий період року: температура  $22-24^\circ\text{C}$ ; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,2 м/с.

Забезпечення таких параметрів мікроклімату досягається оснащенням приміщень пристроями кондиціонування, вентиляції та дезодорації повітря, системами опалювання.

Оптимальні рівні позитивних (n+) і негативних (n-) іонів у повітрі приміщення з ВДТ відповідають вимогам ГН 2152-80 «Санітарно-гігієнічні норми допустимих рівнів іонізації повітря виробничих та громадських приміщень» і становить:  $n+=1500-30000$  (шт. на  $1 \text{ см}^3$ );  $n- = 3000-5000$  (шт. на  $1 \text{ см}^3$ ). Підтримку оптимального рівня легких позитивних і негативних аероіонів у повітрі на робочих місцях забезпечуються за допомогою біполярних коронних аероіонізаторів.

Для запобігання хвороботворної дії мікроорганізмів на людину передбачено проведення щоденного вологого прибирання приміщень, їх періодичне провітрювання. В періоди загострення інфекційної обстановки необхідно виконувати щоденні додаткові заходи:

- кварцювання;
- вологе прибирання з використанням антисептичних препаратів;
- дотримання правил особистої гігієни.

#### **4.4. Заходи з пожежної безпеки**

Горінням називається складний фізико–хімічний процес взаємодії горючої речовини та окислювача, який супроводжується виділенням тепла та випромінюванням світла.

Пожежа – неконтрольоване горіння поза спеціальним вогнищем, що розповсюджується в часі і просторі.

Для ліквідації пожежі у початковій стадії їх розвитку силами персоналу об'єктів застосовуються первинні засоби пожежогасіння.

Виходячи з аналізу речовин та матеріалів, які використовуються при роботі у приміщенні обладнаному ПК з ВДТ:

- згідно ДСТУ EN 2:2014 «Класифікація пожеж (EN 2:1992, EN 2:1992/A1:2004, IDT)» у офісному приміщенні обладнаному ПК з ВДТ можлива пожежа класів – А (пожежа, що супроводжується горінням твердих матеріалів) та Е (горіння електроустановок, що перебувають під напругою до 1000 В);

- відповідно до вимог ДСТУ Б В.1.1-36:2016 «Визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою», воно належить до категорії «Д» з пожежної небезпеки – простір у приміщенні, у якому перебувають тверді горючі речовини та матеріали.

Оскільки офісне приміщення обладнане ПК з ВДТ належить до категорії «Д» з пожежної небезпеки, тому відповідно до вимог ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги» воно має II ступінь вогнестійкості.

Згідно рекомендаціями щодо оснащення приміщень переносними вогнегасниками, в приміщенні офісу доцільно використовувати два вуглекислотні вогнегасника об'ємом 5 літрів.

#### **4.5. Заходи по забезпеченню безпеки в надзвичайних ситуаціях**

Забезпечення стійкої роботи комунально-енергетичних систем промислового об'єкта.

Вимоги до будівництва комунально-енергетичних систем

Вимоги до систем електропостачання. Електропостачання є основою всякого виробництва. Порушення нормальної подачі електроенергії на об'єкт або окремі його ділянки може привести до повного припинення роботи об'єкта.

Для забезпечення надійного електропостачання в умовах війни при його проектуванні й будівництві повинні бути враховані наступні основні вимоги, що впливають із завдань ЦЗ.

Електропостачання повинне здійснюватися від енергосистем, до складу яких входять електростанції, що працюють на різних видах палива. Великі електростанції слід розміщати друг від друга й від великих міст на значних відстанях.

Районні понижувальні станції, диспетчерські пункти енергосистем і лінії електропередач необхідно розміщати розосереджене, і вони повинні бути надійно захищені.

Постачання електроенергією великих міст і об'єктів, народного господарства слід передбачати від двох незалежних джерел. При

електропостачанні об'єкта від одного джерела повинне бути не менш двох уведень із різних напрямків.

Трансформаторні підстанції необхідно надійно захищати, їхня стійкість повинна бути не нижче стійкості самого об'єкта.

Електроенергію до ділянок Виробництва слід подавати по незалежних електрокабелях, прокладених у землі.

Крім того, необхідно створювати автономні резервні джерела електропостачання, Для цього можна використовувати пересувні електростанції на залізничних платформах і судах, малопотужні електростанції, не включені в енергосистеми, і т.п.

При проектуванні систем електропостачання слід зберігати в якості резервних дрібні стаціонарні електростанції об'єктів,

У містах, розташованих на берегах морів і рік, необхідно створювати берегові пристрої для приймання електроенергії від судових енергоустановок.

Система електропостачання повинна мати захист від впливу електромагнітного імпульсу ядерного вибуху.

Вимоги до систем водопостачання. Нормальна робота багатьох підприємств залежить від безперебійного постачання технічною й питною водою. Потреба промислових підприємств у воді висока. Так, витрата води на виробництво 1 т хімічних волокон близько 2000 мт.

Порушення постачання водою промислових об'єктів може привести до їхньої Зупинки й викликати утруднення в рятувальних роботах у вогнищі ядерної поразки.

Для підвищення стійкості постачання об'єктів водою необхідно, щоб система водопостачання базувалася не менш чому на двох незалежних джерелах, один з яких доцільно влаштовувати підземним.

У містах і на об'єктах мережі водопостачання у всіх випадках повинні бути за кільцьовані. Водопровідне кільце об'єкта повинне харчуватися від двох різних міських магістралей. Крім того, у містах і безпосередньо на

промислових підприємствах слід споруджувати герметизованні артезіанські шпари системи, що знову споруджуються, водопостачання слід харчувати, якщо це можливо, від підземних джерел. Постачання об'єктів водою з відкритих водойм (рік, озер) повинне здійснюватися системою головних споруджень, розміщених на безпечнім видаленні.

Артезіанські шпари, резервуари чистої води й шахтні колодязі повинні бути пристосовані для роздачі води в пересувну тару. Резервуари чистої води слід обладнати герметичними люками й вентиляцією з очищенням повітря від пилу.

При наявності в місті декількох самостійних водопроводів необхідно передбачати з'єднання їх перемичками, з дотриманням санітарних правил. При будівництві нових водопроводів існуючі повинні зберігатися як резервні.

Стійкість мереж водопостачання збільшується при заглибленні в ґрунт усіх ліній водопроводу й розміщенні пожежних гідрантів, що й відключають пристроїв на території, яка не може бути завалена при руйнуванні будинків, а також при пристрої перемичок, що дозволяють відключати ушкоджені лінії й спорудження.

На підприємствах слід передбачати оборотне використання води для технічних цілей, що зменшує загальну потребу у воді й, отже, підвищує стійкість водопостачання.

Вимоги до систем газопостачання. На багатьох об'єктах народного господарства газ використовується як паливо, а на хімічних підприємствах — і як вихідна сировина.

При руйнуванні газових мереж газ може з'явитися причиною вибуху, пожежі. Для більш надійного постачання газ повинен подаватися в місто й на промислові об'єкти по двом незалежним газопроводам.

Газорозподільні станції необхідно розташовувати за межами міста з різних сторін. Газові мережі закріплюються й прокладаються під землею. На газовій мережі в певних місцях повинні бути встановлені автоматичні

пристрої, що відключають, спрацьовують від надлишкового тиску ударної хвилі,

Крім того, на газопроводах слід установлювати запірну арматури з дистанційним керуванням і крани, що автоматично перекривають подачу газу при розриві труб, що дозволяє відключати газові мережі певних ділянок і районів міста.

Таким чином, в розділі було розглянуто, що під час виконання роботи в сфері перекладу, на робочому місці в офісному приміщенні можливе виникнення великої кількості потенційних небезпек. До яких були розглянуті заходи по забезпеченню безпеки, заходи по забезпеченню виробничі санітарії та гігієни праці, де було розраховане загальне штучне освітлення в приміщенні офісу, яке дорівнює 286,36 лк, що відповідає нормованому значеню освітлення і яке забезпечується за допомогою 15 растрових світильників типу ЛВО Розглянуті заходи з пожежної безпеки, а саме встановлено два вуглекислотні вогнегасника об'ємом 5 літрів. Також були розглянуті заходи по забезпеченню безпеки в надзвичайних ситуаціях, а саме забезпечення стійкої роботи комунально-енергетичних систем промислового об'єкта.

## ВИСНОВКИ

Фразеологізми вважаються найбільш специфічними та національно самобутніми одиницями будь-якої мови. Позначаючи як універсальні, так і етно- та національно-специфічні поняття та явища, ці одиниці стають одним із джерел культурно значущої інтерпретації світу та його окремих спільнот.

Дослідженню фразеологізмів присвячено чимало робіт вітчизняних і зарубіжних науковців. Останнім часом у лінгвістиці все більше вивчаються окремі групи фразеологізмів, здійснюється їх порівняльний аналіз у різних мовах, досліджуються фразеологічні одиниці різних типів дискурсу. Не залишаються поза увагою лінгвістів і традиційні дискусійні питання фразеології: класифікація фразеологічних одиниць, ознаки та критерії їх виокремлення, співвідношення фразеологізмів з іншими частинами мови.

Єдиного загальноприйнятого визначення фразеологізму, що поділяється дослідниками різних шкіл, не існує. Основними категоріальними ознаками цих одиниць науковці вважають: надслівність, відносну постійність їх компонентного складу, семантичну цілісність значення, сталість граматичної будови, образний характер, відтворюваність, ідіоматичність. Оперуючи критеріями семантичної цілісності значення та змістової єдності фразеологічних одиниць, більшість дослідників виокремлюють фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення та фразеологічні вислови.

Основою розмежування фразеологізмів виступають також їх структурно-семантичні та комунікативні характеристики. Так, у класифікації О. В. Куніна, англомовні фразеологічні одиниці розподіляються на номінативні, номінативно-комунікативні, комунікативні, а також вигуківі та модальні. За частиномовними характеристиками І. В. Корунець розрізняє субстантивні, адвербіальні та дієслівні фразеологізми англійської мови.

Особливого значення набуває також класифікація цих одиниць за їх походженням, запропонована О. В. Куніним. Розрізняючи суто англійські

(британські) фразеологізми, внутрішньомовні фразеологічні запозичення (одиниці, запозичені з одного національного варіанта англійської мови в інший), та міжмовні фразеологічні запозичення, що потрапили в англійську мову з інших мов, науковець надає їм характеристику та визначає джерела їх походження.

Фразеологічні одиниці є важливими компонентами англійськомовного медіадискурсу, репрезентованим усними та писемними текстами, створеними журналістами, що поширюються в англійськомовному світі та за його межами за допомогою ЗМІ та мережі Інтернет. Використання різних типів фразеологічних одиниць надає медійному дискурсу експресивності та впливовості, дозволяє по-новому подати ту чи іншу інформацію масовому адресатові, що сприяє її кращому усвідомленню та запам'ятовуванню. Образність, картинність фразеологізмів, їх експресивність і жива внутрішня форма роблять медіадискурс містким, невимушеним, влучним.

Впливовість країн англійськомовного світу, їх пріоритетні позиції в міжнародному співтоваристві, а також фактори глобалізації та необхідності постійного обміну інформації визначають необхідність перекладу англійськомовного медіадискурсу засобами різних мов, у тому числі й українською. Труднощі перекладу фразеологічних одиниць англійськомовного медіадискурсу пов'язані не тільки із складністю їх семантичної структури, ступенем мотивованості, характером образності, національно-культурною специфікою їх значення, але комунікативно-прагматичними інтенціями їх застосування автором у конкретному контексті медіадискурсу.

Подібне завдання зумовлює вибір правильного способу перекладу фразеологізмів з огляду на їх контекстуальне оточення, застосування певних перекладацьких трансформацій для відтворення авторських інтенцій та адаптування до норм мови перекладу самих фразеологічних одиниць і речень англійськомовного медіадискурсу з ними.

З огляду на ступінь репрезентації фразеологізмів у мові перекладу ці одиниці традиційно поділяються на еквівалентні та безеквівалентні.

Способами передавання еквівалентних фразеологізмів є їх переклад за допомогою повного еквівалента, часткового (лексичного чи граматичного) еквівалента, фразеологічного аналога. До безеквівалентних способів перекладу відносять калькування, описовий, а також комбінований переклад.

Переклад фразеологічних одиниць, ужитих в аналізованих нами фрагментах англomовного медіадискурсу, здійснювався насамперед частковими еквівалентами, описово, а також повними еквівалентами. Для перекладу медіафразеологізмів застосовувалися також їх україномовні фразеологічні аналоги та фразеологічні кальки. Наявне також використання комбінованого перекладу.

Повні фразеологічні еквіваленти збігаються за лексичним складом, граматичною структурою, образним значенням, стилістичним забарвленням з одиницями англomовної медіафразеології, що кодифікують універсальні та інтернаціональні поняття, актуалізовані в медіадискурсі. Часткові еквіваленти, що існують в українській мові, відрізняються за лексичним складом, граматичними особливостями, але збігаються за значенням, образністю та стилістичним забарвленням з англomовними медіафразеологізмами. Поширеність використання подібного способу перекладу визначається фактом існування розбіжностей у сполучуваності слів, граматичній структурі англійської й української мов та її одиниць.

Фразеологізми англomовного медіадискурсу перекладаються також за допомогою україномовних фразеологічних аналогів. Такі одиниці перекладу є тотожними за значенням, стилістичним забарвленням, але різними за характером образності порівняно з англomовними медіафразеологізмами.

Застосування калькування дозволяє відтворити семантичні та структурні особливості фразеологічних одиниць англomовного медіадискурсу засобами мови перекладу. Унаслідок калькування створюються одиниці, що збігаються за значенням, лексичним складом, характером образності, стилістичним забарвленням, граматичною структурою із відповідними англomовними медіафразеологізмами. З метою

адаптування фразеологічної кальки до норм мови перекладу застосовуються також лексико-семантичні та граматичні трансформації, (наприклад, контекстуальна заміна, перестановка). Комбінований переклад передбачає передавання вихідної фразеологічної одиниці шляхом калькування чи фразеологічним аналогом з подальшим поясненням чи коментуванням її значення. Застосування подібного способу перекладу зумовлено необхідністю адекватного передавання та пояснення реалій іншомовному реципієнту, позначених фразеологізмами, відтворення етнокультурної специфіки їх значення.

Описовий переклад дозволяє максимально коротко та ясно передати загальний зміст англійських медіафразеологізмів засобами української мови. При описовому перекладі образне значення вихідної фразеологічної одиниці здебільшого не зберігається, оскільки його тлумачення відбувається за допомогою нееквівалентних одиниць. Частотність застосування описового перекладу при передаванні медіафразеології засобами української мови пояснюється розбіжностями світосприйняття та мовного кодування певних понять, явищ представниками різних мовних спільнот, а також широким використанням безеквівалентних фразеологічних одиниць в англійському медіадискурсі.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у з'ясуванні універсальних і національно-специфічних характеристик медіафразеології різних варіантів англійської мови; визначенні фразеологічних концептосфер англійського та українського медіадискурсу; порівняльному аналізі структурно-семантичних, частиномовних, функційних характеристик англійської та української медіафразеології; визначенні лінгвокогнітивних і соціопрагматичних аспектів її перекладу.

## SUMMARY

The degree paper deals with English phraseological units in media discourse and ways of their translation into Ukrainian. Phraseological units are part and parcel of any natural language. They are widely used in different types of discourse that's why they always attract linguists' attention.

The *topicality* of the degree paper is conditioned by the growing interest of linguistics and translation studies to media communication and its units, lack of analysis of English media phraseology, existing necessity of determining its ways of translation into the Ukrainian language.

As the *object* of the degree paper is English media phraseology, types of phraseological units used in English media discourse and ways of their translation into the Ukrainian language are viewed to be its *subject*.

The *purpose* of the degree paper, predetermined by its topicality, subject and objects lies in defining types of English media phraseological units and ways of their translation into the Ukrainian language. Our general purpose comprises:

- highlighting basic notions of phraseology and its theoretical studies;
- providing the theory of English media discourse analysis;
- considering different classifications of phraseological units;
- classifying English media phraseological units according to their semantic unity, structure, semantic characteristics, belonging to a certain part of speech, and etymological origin;
- revealing difficulties of translation of English media phraseology;
- analyzing ways of translation of English media phraseology into the Ukrainian language.

To solve the abovementioned tasks we used *methods* of descriptive, comparative, semantic, contextual, component, functional, translation, quantitative analysis.

The degree paper has its *practical value* because its results can be applied in the courses of English lexicology and stylistics, translation and cultural studies

as well as special courses of discourse analysis and media linguistics; in writing degree papers and compiling phraseological dictionaries.

The structure of the degree paper is as follows. In introduction its topicality, purpose, tasks, object and subject, material and research methods are defined. Basic theoretical notions of phraseology and English media discourse analysis are revealed in the first chapter. Types of English media phraseological units are described in the second chapter. Ways of their translating into the Ukrainian language are analyzed in the third chapter. Basic theoretical and practical results of the degree paper are given in its general conclusions.

A phraseological unit is a sustainable indivisible phrase or sentence acting like a separate lexical unit. Words that make up phraseological unit, in most cases, partially or completely lose their own lexical meaning. Phraseological units (idioms in English and American linguistic tradition) are ready-made language units.

Phraseological units are classified according to different principles. Russian academician V. Vinogradov suggested structural and semantic classification of phraseological units based on the degree of the semantic unity of their components. On the basis of this criterion the scholar subdivided phraseological units into three groups: phraseological combinations, phraseological unities and phraseological fusions. This classification was supplemented by Shanskiy who introduce the notion of phraseological expressions.

Phraseological fusion is a semantically indivisible phraseological unit which meaning is never influenced by the meanings of its components (*to cry for the moon – to demand unreal; under the rose – quietly*).

Phraseological unity is a semantically indivisible phraseological unit the whole meaning of which is motivated by the meanings of its components (*to come to one's sense – to change one's mind; to fall into a rage – to get angry*).

Phraseological combination (collocation) is a construction or an expression in which every word has absolutely clear independent meaning while one of the components has a bound meaning. It means that phraseological combinations

contain one component used in its direct meaning while the other is used figuratively (*to make an attempt – to try; to make haste – to hurry*).

Phraseological expression is a stable by form and usage semantically divisible construction, which components are words with free meanings (*East or West, home is best; marriages are made in heavens*).

Phraseological expressions are proverbs, sayings and aphorisms of famous politicians, writers, scientists and artists. They are concise sentences, expressing some truth as ascertained by experience of wisdom and familiar to all.

One of the most detailed classifications of English phraseological units was suggested by Russian linguists O. Kunin. The scholar differentiated phraseological units on the basis of their structural-semantic and communicative characteristics. As a result nominative, communicative, nominative and communicative, interjectional and modal phraseological units of interjectional character were distinguished by him.

Ukrainian linguists Ilko Korunets differentiated phraseology on the basis of its belonging to a certain part of speech. Nominative, verbal and adverbial phraseological units were included into his classification.

The consideration of the origin of phraseological units contributes to a better understanding of their phraseological meaning. According to their origin all phraseological units were subdivided by O. Kunin into two big groups: native and borrowed.

Native phraseological units originate from the British English language and borrowed units are subdivided into borrowed within one language (from American English, for example) and borrowed from another language (for example, Latin, French, German).

All types of phraseological units are used in English media discourse. This type of discourse is represented by all written and spoken English text created by journalists and verbalized in the informative media space, i.e. mass media and the Internet. The notion of discourse itself can be defined in general as written and spoken texts with extra lingual factors of their production and understanding.

Most idioms (phraseological units) of English media discourse are bright, imaginative, concise and multi-valued. Their expressivity, evaluative meaning, figurativeness and imagery help its authors to verbalize their communicative and pragmatic intentions (for example, awaking interest, attracting addressee's attention, emphasizing necessary information, evoking necessary images, etc.)

Adequate translation of English media phraseological units presupposes rendering the meaning of a phraseological unit taking into consideration its cultural meaning, purpose and particular context of its usage. From the point of view of their translatability phraseological units are subdivided into two main groups: those that have their equivalents in the target language and units that don't have such equivalents.

Equivalent is the primary way for translating phraseological units. It is subdivided into full and partial equivalents. Full equivalents that exist in the Ukrainian language coincide with English media phraseological units in their meaning and imagery.

Partial equivalent coincides with original phraseological unit in meaning, but differs in composition of lexical elements or its grammatical structure. English media phraseological unit were also translated by their analogues existing in the Ukrainian language. Phraseological analogue has the same meanings but differs completely or partially in its imagery.

If equivalents or analogues are not found in the target language, non-phraseological rendering of phraseological units is applied. Thus English media phraseology is also rendered into the Ukrainian language descriptively and by means of phraseological calques.

Descriptive translation is a translation of phraseological units with the help of a free word combination. In descriptive translation the imagery of the original phraseological unit is lost. Descriptive translation allows to render the meaning of a phraseological unit shortly and clearly.

Calques (word by word translations) are also referred to non-phraseological ways of phraseological units' rendering.

Combined translation usually represents a combination of a word by word translation and analogue translation followed by a descriptive translation. This way of translation is used only when it is necessary to explain culture-specific notions unknown to foreign addressee.

Different translation transformations as well as contextual translation of English media phraseological units and sentences with them are used to adopt the translated units to norms and rules of the Ukrainian language.

Our further work will be devoted to the analysis of social and pragmatic aspects of translation of English and Ukrainian media phraseology.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Харків : Вища школа, 1987. 133 с.
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Л. : Наука, 1963. 208 с.
3. Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц [на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках]. Казань : Изд-во Казанского университета, 1989. 132 с.
4. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
5. Атрушина Г. Б. Лексикология английского языка : учеб. пособие для студентов. М. : Дрофа, 1999. 288 с.
6. Балли Ш. Французская стилистика : [пер. с фр. К. А. Долинина]. М. : Изд-во иностр. лит., 1961. 394 с.
7. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. 176 с.
8. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці // Вісник «Іноземна філологія». К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2002. Вип. 32–33. С. 11–14.
9. Берловська В. Д., Гребінник Г. Ю., Дідович Г. І. Англійська загальнонаукова лексика і фразеологія : навч. посібник. Х. : Вища школа, 2006. 165 с.
10. Булаховський Л. А. Нариси з загального мовознавства. К. : Радянська школа, 1955. 244 с.
11. Буслаев Ф. И. Русские пословицы и поговорки, собранные и объясненные. М. : Литкон, 1954. 216 с.
12. Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи. М. : Русский язык, 2005. 147 с.

13. Васильева Л. В. Исследование модусных категорий в эволюции медиадискурса : на материале американской прессы XX века : автореф. дис. на соиск науч. степени канд. филол. наук : [спец.] 10.02.04 «Германские языки» / Ин-т лингвистики и межкульт. коммуникации Дальневосточного гос. гуман. ун-та. Владивосток, 2010. 24 с.
14. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография : Избранные труды. М. : Наука, 1977. 312 с.
15. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. М. : Высшая школа 1986. 342 с.
16. Виноградов В. В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины. М. : Наука, 1945. 358 с.
17. Волошкина И. О. Паремии: семантика, структура, функции. М. : Перемена, 2011. 216 с.
18. Гаврин С. Г. Фразеология современного русского языка. Пермь : Высшая школа, 1974. 187 с.
19. Гак В. Г. Фразеология, образность и культура // Советская лексикография: сборник статей. 1988. № 1. С. 159–169.
20. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : КомКнига, 2006. 144 с.
21. Демецкая В. В. Дискурс и текст в переводе // Когниция, коммуникация, дискурс. Харьков : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2010. № 2. С. 6–17.
22. Демський М. Системні зв'язки в сфері фраземіки // Мовознавство. 1991. № 2. С. 36–43.
23. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. 2006. № 2. С. 20–33.
24. Дубенко О. Ю. Англо-американські прислів'я та приказки : навчальний посібник. Вінниця : Нова книга, 2004. 416 с.

25. Єрценко П. Г. Класифікація фразеологічних одиниць // Вісник «Іноземна філологія». К. : КНУ ім. Т. Шевченка. 1994. Вип. 4. С. 8–12.
26. Желтухина М. Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие – восприятие – интерпретация // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей [отв. ред. В.В. Красных, А. И. Изотов]. М. : МАКС Пресс, 2003. Вып. 23. С. 38–51.
27. Жуков В. Н. Семантика фразеологических оборотов. М. : Просвещение, 1978. 160 с.
28. Захарова М. А. Стратегия речевого использования образных фразеологизмов английского языка. М. : Наука, 1999. 205 с.
29. Зорівчак Р. П. Спільні явища фразеологічного фонду української та англійської мов // Вісник «Іноземна філологія». К. : КНУ ім. Т. Шевченка. 1976. Вип. 43. С. 15–19.
30. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів : Вища школа, 2003. 264 с.
31. Карасик В. И. О категориях дискурса // Языковая личность : социолингвистические и эмотивные аспекты. Волгоград : Перемена, 1998. С. 185–197.
32. Карасик В. И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации. Саратов : Изд-во СГУ, 2000. С. 25–33.
33. Коралова А. Л. Характер образности фразеологических единиц // Сборник научных трудов Московского государственного педагогического института иностранных языков имени Мориса Тореза. 1978. № 131. С. 77–84.
34. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов : навч. посібник. Вінниця : Нова книга, 2003. 458 с.
35. Коцюба З. Г. Універсальне і національне в паремійних фондах мов європейського ареалу (лінгвокультурологічний аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук: [спец.] 10.02.15 «Загальне мовознавство» / КНУ ім. Т. Шевченка. К., 2010. 30 с.

36. Кривенко Б. В. Фразеология и газетная речь // Русская речь. М.: Наука, 1993. № 3. С. 44–49.
37. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. М. : Высшая школа, 1996. 381 с.
38. Кунин А. В. О переводе английских фразеологизмов в англо-русском фразеологическом словаре // Тетради переводчика. 1964. № 2. С. 52–62.
39. Кущ Е. О. Волков В. Ю. Англомовний медіадискурс як контекст функціонування фразеологізмів // Наукові записки. Серія : Філологічні науки. 2018. Вип. 165. С. 360-364.
40. Кущ Е. О., Волков В. Ю. Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці // Тиждень науки: щоріч. наук.-практ. конф., 16–20 квітня 2018 р.: тези доп. / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.). Електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. с. 1610-1612. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM). Назва з тит. екрана.
41. Ларин Б. А. Очерки по фразеологии: о систематизации и методах исследования фразеологических материалов // Учен. записки Санкт-Петербургского государственного университета. С.-П. : Изд-во С.-П. ун-та, 1999. Вып. 24. С. 125–149.
42. Литвинов П. П. Фразеология. М. : Примстрой, 2001. 60 с.
43. Макгауен Т. В. Прецедентні імена в сучасному американському медіадискурсі: лінгвокогнітивний і функціональний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: [спец.] 10.02.04 / ХДУ. Херсон, 2012. 20 с.
44. Медведєв Ф. П. Українська фразеологія : Чому ми так розмовляємо? Харків : Вища школа, 1982. 232 с.
45. Мокиенко В. М. Славянская фразеология. М. : Высшая школа, 1980. 205 с.
46. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка. М. : Наука, 1977. 282 с.

47. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови : підруч. для студ. ін-тів і ф-тів інозем. мов. Х. : Основа, 1993. 255 с.
48. Олешков М. Ю. Дискурсивные категории в коммуникативном процессе (опыт лингвистического анализа) // Филологические науки. 2006. № 4. С. 105–114.
49. Онкович Г. О. Фразеологізми як національно-культурний компонент // Дивослово. 1999. № 4. С. 35–46.
50. Паршин А. Теория и практика перевода. М. : Русский язык, 2000. 161 с.
51. Редін П. О. Типи системних зв'язків фразеологічних одиниць у мові // Мовознавство. 1994. №4–5. С. 50–52.
52. Розейзон Л. И., Авалиани Ю. Ю. Современные аспекты изучения фразеологии // Проблемы фразеологии и задачи их изучения в высшей и средней школе. Вологда : Луч, 1967. С. 26–30.
53. Середина К. Г. Идиоматика в английской речи. М. : Просвещение, 1964. 50 с.
54. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) : монографія. К.; Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
55. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. К. : Наукова думка, 1973. 280 с.
56. Смирницкий А. И. Синтаксис английского языка. М. : Высшая школа, 1996. 260 с.
57. Смит Л. П. Фразеология английского языка / [пер. с англ. А. С. Игнатъева ]. М. : Учпедгиз, 1959. 208 с.
58. Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М. : Мысль, 1982. 176 с.
59. Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія / [ за ред. І. К. Білодіда]. К. : Наукова думка, 1969. 440 с.

60. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Наука, 1996. 288 с.
61. Цветаева Е. Н. Об идентификации идиоматических выражений в исторической фразеологии // Вестник МГУ. 2001. № 4. С. 34–42.
62. Червяков Б. І. Поетика й мова зображальної публіцистики. К. : Либідь, 1994. 258 с.
63. Шадрин Н. Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика. Саратов : Издательство Саратовского университета, 1991. 218 с.
64. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка : учеб. пособие для вузов по спец. «Русский язык и литература». [3 изд., испр. и доп.]. М. : Высшая школа, 1985. 160 с.
65. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. М. : Editorial URSS, 2001. 624 с.
66. Южченко В. Д. Народження та життя фразеологізму. К. : Рад. школа, 1988. 144 с.
67. Archer C. M. Cultural Bump and Beyond. С. : Cambridge University Press, 1998. P. 170–178.
68. Banker L. British Language & Culture. L. : Lonely Planet, 2007. 255 p.
69. Boers F. Approaches to Phraseology. Berlin; N.Y. : Mouton de Gruyter, 2008. 390 p.
70. Cowie A. P. Phraseology : Theory, Analysis, and Applications. О. : Oxford University Press, 2001. 272 p.
71. Crystal D. Language and the Internet. С. : Cambridge University Press, 2001. 272 p.
72. Fairclough N. Media Discourse. L. : Arnold, 1995. 214 p.
73. Gorer J. Exploring English Character. N.Y. : Criterion Books, 1955. 328 p.

74. Granger S. *Phraseology: An Interdisciplinary Perspective*. Philadelphia (PA, USA) : John Benjamins Publishing Company, 2009. 422 p.
75. Kipfer B. *Phraseology: Thousands of Bizarre Origins, Unexpected Connections, and Fascinating Facts about English Best Expressions*. Naperville (USA) : Sourcebooks, Inc., 2008. 320 p.
76. Knowles G. A. *Cultural History of the English Language*. L. : Routledge, 1997. 192 p.
77. Merister H. *Oxford Guide to British and American English*. O. : Oxford University Press, 2005. 142 p.
78. Skandera P. *Phraseology and Culture in English*. L. : Routledge, 2007. 511 p.
79. Spears A. *Essential English Idioms: An Up-to-Date Guide to the Idioms British English*. L. : McGraw-Hill, 2016. 184 p.
80. Strang B. *Britania in Brief: The Scoop on All Things British*. L. : Ballantine Books, 1991. 216 p.
81. Weinreich U. *Problems in the Analysis of Idioms: Substance and Structure of Language / U. Weinreich*. Berkley; Los Angeles : University of California Press, 1984. 234 p.

### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ**

83. *Американа. Англо-русский страноведческий словарь / В. Н. Беляков и др.; [под ред. Г. В. Чернова]*. Смоленск : Полиграмма, 1996. 1420 с.
84. Ефремова Т. Ф. *Лингвистический словарь*. М. : Русский язык, 1978. 277 с.
85. Кунин А. В. *Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин*. М. : Русский язык, 2001. 276 с.
86. Селіванова О. О. *Лінгвістична енциклопедія*. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.

87. Longman Dictionary of English Idioms / [ed. T. Hill]. L. : Blackwell Publishers, 1979. 654 p.
88. Partridge E. A Dictionary of Cliches L. : Taylor & Francis e-Library, 2005. 549 p.
89. Paperback Oxford Canadian Dictionary / [ed. by A. Bisset]. O. : Oxford University Press, 2004. 1229 p.
90. Smith W. G. The Oxford Dictionary of English Proverbs. O. : Clarendon Press, 1970. 930 p.
91. The Australian Concise Oxford Dictionary of Current English / [ed. by George W. Turner]. Melbourne : Oxford University Press, 2007. 1340 p.
92. The Concise Australian National Dictionary / [ed. by J. Hughes]. Melbourne : Oxford University Press, 2002. 662 p.
93. The Dictionary of New Zealand English. A Dictionary of New Zealandisms on Historical Principles / [ed. by H.W. Orsman]. Auckland : Oxford University Press, 1997. 965 p.
94. The New Oxford American Dictionary / [ed. by Angus Stevenson, Christine A. Lindberg]. [3rd ed.]. O. : Oxford University Press Inc., 2010. 2096 p.

#### **ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

95. Ackland R. The Australian Urgent Case // The Saturday Paper. December 27, 2017. URL : <https://www.thesaturdaypaper.com.au/2017/01/27/the-most-visitible-places-in-australia> (дата звернення: 12.06.18).
96. Adams R. Restoring Our Customs // The Guardian. April 1, 2010. URL : <https://www.guardian.co.uk/uk/2010/03/01/restoringourcustoms?INTCMP=SRC> (дата звернення: 4.06.18).

97. Aikinson M. Could We Change the Course of War // The New York Times. April 6, 2013. URL : <https://nytimes.com/articles/2013/04/06/could-we-change-the-course-of-war> (дата звернення: 22.06.18).

98. Andreus P. Ziomist Report // The Daily Telegraph. July 7, 2007. URL : <https://www.telegraph.co.uk/article/2007/07/07/ziomist-report> (дата звернення: 7.06.18).

99. Bennett N. Finding a Measure // The Guardian. May 2, 2007. URL : <https://www.guardian.co.uk/commentisfree/2007/may/31/see-skandyeshallnotfind?PIKBMINTCMPsrch> (дата звернення: 18.06.18).

100. Bingham J. No more 'room at the top' // The Telegraph. May 2, 2014. URL : <https://www.telegraph.co.uk/articles/11210703/no-more-room-at-the-top.html> (дата звернення: 2.06.18).

101. Black J. Fair Politics is Fair Struggle // The New York Times. October 30, 2015. URL : <https://www.nytimes.com/article/2015/10/30/fair-politics-is-fair-struggle/> (дата звернення: 7.06.18).

102. Borneo D. Gordon Brown ready to appear before Iraq inquiry 'at any time' // The Sunday Times. September 4, 2015. URL : <https://www.thetimes.co.uk/2015/09/04/gordon-brown-ready-to-appear-before-iraq-inquiry-'at-any-time'> (дата звернення: 5.06.18).

103. Bradson N. Let Me Invite You to My Business // The New York Times. July 12, 2014. URL : <https://nytimes.com/article/2014/07/12/let-me-invite-you-to-my-business> (дата звернення: 12.06.18).

104. Booth T. Europe's Businesses, Yearning to Breathe Free // The Economist. July 31, 2007. URL : <https://www.economist.com/node/153041>. P. 4. (дата звернення: 22.06.18).

105. Bowler P. The Likely Lad of Jonathan Ross // The Telegraph. December 20, 2014. URL : <https://www.telegraph.co.uk/articles/11451206/the-likely-lad-of-jonathan-ross> (дата звернення: 5.06.18).

106. Bowley G. Priests of Justice // The New York Times. October 28, 2016.

URL : <https://nytimes.com/articles/2016/10/28/priests-of-justice> (дата звернення: 18.06.18).

107. Brown W. Behind the Curtain // The Guardian. February 17, 2018.

URL : <https://www.theguardian.com/article/2018/02/17/behind-the-curtain> (дата звернення: 4.06.18).

108. Bull A. Islamic Threat // The Guardian. March 14, 2007. URL :

<https://www.guardian.co.uk/article/2017/03/14/islamic-threat> (дата звернення: 7.06.18).

109. Carroll R. Meeting the 'Other Me' : Readers' Travel Writing

Competition 2012 // The Guardian. December 14, 2012. URL : <https://www.guardian.co.uk/travel/2012/dec/14/meeting-the-other-me-readers-travel-writing-competition-2012> (дата звернення: 4.06.18).

110. Chalabi M. Trump Built His Empire on Bullying and Bluster //

The Guardian. April 1, 2018. URL : <http://www.guardian.com/article/2018/04/01/benefits?INTCMP=SRCHR> (дата звернення: 22.06.18).

111. Chittum R. Key Public Sectors and their Financing // The Guardian.

May 12, 2013. URL : <https://www.theguardian.com/article/2013/05/12/key-public-sectors-and-their-financing> (дата звернення: 16.06.18).

112. Clark T. Great Deal of Immigration Issues // The Guardian. September

14, 2016. URL : <https://www.theguardian.com/article/2016/09/14/great-deal-of-immigration-issues> (дата звернення: 4.06.18).

113. Clarke L. Further contest // The Sunday Mirror. December 21, 2008.

URL : <https://www.mirror.co.uk/article/further-contest> (дата звернення: 2.06.18).

114. Cock W. Whether Israel is Able to Come to Terms // New York Times.

August 17, 2016. URL : <https://www.nytimes.com/article/2016/08/17/whether-israel-is-able-to-come-to-terms> (дата звернення: 22.06.18).

115. Cook D. Friends and Enemies of the Iron Lady // Daily Echo.

August 4, 2016. URL : <https://www.daily.echo.co.uk/2016/07/04/friends-and-enemies-of-the-iron-lady> (дата звернення: 13.06.18).

116. Coonan Cl. PMQs as It Happened // The SundayTimes. August 29,

2014. URL : <https://www.thetimes.co.uk/?sunday/article/2014/08/29/pmq-s-as-it-happened> (дата звернення: 9.06.18).

117. Cooker W. Costly Business of Olympic Games // The Daily Telegraph. March 11, 2017. URL : <https://www.dailymail.co.uk/news/article-174172/costly-business-of-olympic-games> (дата звернення: 6.06.18).

118. Davidson B. Measures of Security // The Washington Post. November 11, 2014. URL : [https://www.washingtonpost.com/blogs/the-buzz/post/measures-of-security2014/11/11S\\_blog.html](https://www.washingtonpost.com/blogs/the-buzz/post/measures-of-security2014/11/11S_blog.html) (дата звернення: 5.06.18).

119. Darren B. Greece at Home and Abroad // The Daily Mail. January 22, 2016. URL : <https://www.dailymail.co.uk/article-51253941/Greece-at-home-and-abroad.html>. (дата звернення: 16.06.18).

120. DiPasquale C. Family Fatigue // The Chicago Tribune. March 23, 2014. URL : [https://articles.chicagotribune.com/20140323/0403240061\\_1\\_family\\_fatigue](https://articles.chicagotribune.com/20140323/0403240061_1_family_fatigue) (дата звернення: 18.06.18).

121. Dominus S. The Effective Way of Doing Business // The New York Times. May 17, 2011. URL : [https://www.nytimes.com/2011/05/17/magazine/17or-mant.html?\\_r=1&pagewanted=all](https://www.nytimes.com/2011/05/17/magazine/17or-mant.html?_r=1&pagewanted=all) (дата звернення: 22.01.18).

122. Fasman John. British Opportunities // The Daily Mail. March 8, 2017. URL : <https://www.dailymail.co.uk/news/article-5123941/british-opportunities> (дата звернення: 9.06.18).

123. Fillingham Z. New World, New Rules // The Sunday Times. March 15, 2010. Режим доступу до ресурсу : <https://www.thesundaytimes.co.uk/article1976093> (дата звернення: 11.06.18).

124. Flanders J. Ticket, Brandy, Pistol // The Denver Post. January 6, 2013. URL : <https://www.denverpost.com/2013/06/01/ticket-brandy-pistol> (дата звернення: 16.06.18).

125. Geddes D. Election Fever Again and Again // The Sunday Times. April 28, 2016. URL : <https://www.thetimes.co.uk/?sunday/article/2016/04/28/election-fever-again-and-again> (дата звернення: 11.06.18).

126. Geld B. Sweet Love // Herald Sun. February 10, 2017. URL : <https://www.heraldsun/article/sweet-love/7829697385d7d387> (дата звернення: 13.06.18).

127. Golstein V. British Memories // Forbes. March 19, 2014. URL : <https://www.forbes.com/sites/forbesleadershipforum/2014/03/19/british-memories/#7b7ae52b510e> (дата звернення: 16.06.18).

128. Gottipati S. New Methods of Advancement in the US Politics // The New York Times. May 2, 2016. URL : <https://www.nytimes/article/newmethods-of-advancement-in-the-us-politics/2016/05/02> (дата звернення: 11.06.18).

129. Harris P. The History of Love Symbols // Herald Sun. February 10, 2017. URL : <https://www.heraldsun/article/the-history-of-love-symbols/82478481248d386e> (дата звернення: 18.06.18).

130. Haylett T. United as Fergie Backs Wrong Horse // The Telegraph. March 28, 2013. URL : <https://www.telegraph.co.uk/article/United-Fergie-backs-wrong-horse.html> (дата звернення: 5.06.18).

131. Hesser A. Banking Affairs in New York // The New York Times. August 14, 2005. URL : <https://www.nytimes.com/2015/08/14/banking-affairs-in-new-york> (дата звернення: 11.06.18).

132. Holpuch A. A. Funny Red Festival // The Guardian. February 25, 2014. URL : <https://www.theguardian.com/article/2014/02/25/a-funny-red-festival> (дата звернення: 22.06.18).

133. Jackpose M. An Ordinary Politician // Herald Sun. July 11, 2012. URL : <https://www.heraldsun.com.au/life-style/an-ordinary-politician/news-story/95407189474d8d184e8667d1fb4312e1> (дата звернення: 24.06.18).

134. Jacobs N. Happy Nation // The New York Times. November 17, 2014. URL : <https://opinionator.blogs.nytimes.com/2014/11/17/happy-nation> (дата звернення: 11.06.18).

135. Jeff J. Brexit Predictions // The Telegraph. February 11, 2017. URL : <https://www.telegraph.co.uk/article/2017/02/11/brexit-predictions/125892> (дата звернення: 18.06.18).

136. Jones L. Mind-goggling for Iraq // The Sunday People. July 2, 2017. URL : <https://www.mirror.co.uk/all-about/sunday-people/article/2017/07/02/mind-goggling-for-Iraq> (дата звернення: 24.06.18).
137. Johnson Scott. Bittersweet Career // The New York Times. November 14, 2012. URL : <https://rendezvous.blogs.nytimes.com/2012/11/14/bittersweet-career> (дата звернення: 22.01.18).
138. Kay O. Commemorate the Royal Attitude // The Sunday Times. March 3, 2013. URL : <https://www.thesundaytimes.co.uk/article/commemorate-the-royal-attitude> (дата звернення: 6.06.18).
139. Карпук О. Who Decides and How? // The New York Times. 2013. URL : <https://www.bbc.com/news/world-europe-25210230> (дата звернення: 2.06.18).
140. Klark J. Paved Way For Pension Crises / The Observer. August 24, 2014. URL : <https://www.theguardian.com/observer/2014/09/24/paved-way-for-pension-crises> (дата звернення: 9.06.18).
141. Lawrence K. Diversity Results Will Be Years in the Evaluating // Los Angeles Times. February 09, 2012. URL : <https://articles.latimes.com/2012/02/09/diversity-results-will-be-years-in-the-evaluating> (дата звернення: 5.06.18).
142. Lederer J. Two, One or None // The New York Times. December 12, 2016. URL : <https://www.nytimes.com/2016/12/12/opinion/editorials/david-two-one-or-none.html> (дата звернення: 12.12.18).
143. Lewis W. The Pursuit of Happiness / Time. May 2, 2017. URL : <https://time.com/2052017/the-pursuit-of-happiness/?xid=homepage> (дата звернення: 16.06.18).
144. Lopez A. What Caused the Distorted Order // The New York Times. December 6, 2015. URL : <https://www.nytimes.com/2015/12/6/articles/what-caused-the-distortedorder> (дата звернення: 2.06.18).
145. Lovett Ian. Los Angeles To Reopen Its Inquiry Of Officer // The New York Times. February 9, 2015. URL : <https://www.nytimes.com/2015/02/10/us/los-angeles-police-to-reopen-dorner-case> (дата звернення: 16.06.18).

146. Lowry B. Fuss and Farce of the World of Politics // Los Angeles Times. October 17, 2014. URL :<https://articles.latimes.com/2014/oct/17/fuss-and-farce-of-the-world-of-politics/51872> (дата звернення: 13.06.18).

147. Lubben J. Fabulous World of Shirley Barber's Book // USA Today. October 12, 2017. URL : <https://eu.usatoday.com/article/2017/10/12/fabulous-world-of-shirley-barber's-book> (дата звернення: 16.05.18).

148. Marek F. Does It Still Matter? / TIME. 17.09.2017. URL : <https://time.com/129867/does-it-still-matter/?xid=homepage> (дата звернення: 22.01.18).

149. Marriott M. Hey Neighbor, Stop Piggybacking on My Wireless // The New York Times. March 5, 2016. URL : <https://www.nytimes.com/section/technology/hey-neighbor-stop-piggybacking-on-my-wireless> (дата звернення: 23.06.18).

150. Milbank D. Washington Sketch // The Washington Post. August 22, 2009. URL : <https://www.washingtonpost.com/wpyn/content/article/2009/09/22/AR2009092203343.html>. (дата звернення: 7.06.18).

151. Miller A. Retry, Sell? / A. Miller // The Economist. April 10, 2017. URL : <https://www.economist.com/node/147225> (дата звернення: 16.06.18).

152. Moreck M. Forrest Campaign of Environmentalists // Herald Sun. July 11, 2016. URL : <https://www.heraldsun.com.au/lifestyle/a-storylife-of-an-ordinary-politician/news-story/95407189474d8d184e8667d1fb4312e1> (дата звернення: 30.06.18).

153. Neil J. What Comes After the Second Gilded Age? / Newsday. 11.05. 2016. URL : <https://www.newsday.com/article/What-Comes-After-the-Second-Gilded-Age?> (дата звернення: 23.06.18).

154. O'Brien N. The Government is not introducing workfare. But perhaps it should be // The Telegraph. November 10, 2014. URL : <https://blogs.telegraph.co.uk/news/neilobrien/1/100063238/the-government-is-not-introducing-workfare-but-perhaps-they-should-be> (дата звернення: 5.06.18).

155. Peet J. Japan and Chinese Cross-Currents // The Economist. September 27, 2015. URL : <https://www.economist.com/blogs/analects/2015/09/27/japan->

and-chinese-cross-currents (дата звернення: 11.06.18).

156. Perez-Pena R. 70-th Golden Globe Awards // USA Today. January 15, 2012. URL : [https://eu.usatoday.com/article/2012/01/15/70-th Golden Globe Awards](https://eu.usatoday.com/article/2012/01/15/70-th%20Golden%20Globe%20Awards) (дата звернення: 30.06.18).

157. Peterson S. How We Should Be Ruled // The Telegraph. October 4, 2016. URL : <https://www.telegraph.co.uk/news/politics/labour/13890396/how-we-should-be-ruled.html> (дата звернення: 14.06.18).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Типи фразеологічних одиниць  
англомовного медіадискурсу

Типи фразеологічних одиниць за структурно-семантичною класифікацією В. В. Виноградова		
Фразеологічні зрощення	Фразеологічні єдності	Фразеологічні сполучення
Сталі, лексично неподільні звороти, значення яких не впливає зі значень слів, що їх складають і не мотивуються ними	Сталі, лексично неподільні звороти, значення яких мотивуються значеннями слів, що їх складають, але не виводяться безпосередньо з них	Сталі, лексично неподільні звороти, що містять у своєму складі компонент із вільним значенням, яке реалізується в різних контекстах, та компонентом із фразеологічно зв'язаним значенням
<i>To kiss the hare's foot</i> – спізнюватися; <i>all ales and skittles</i> – безтурботне життя; <i>a battle of the books</i> – науковий диспут.	<i>bit by bit</i> – мало-помалу; <i>a black sheep</i> – паршива вівця; <i>angelic patience</i> – ангельське терпіння.	<i>a balmy voice</i> – медовий голосок; <i>baking weather</i> – спека; <i>Augean stable</i> – авгієві стайні.

**Фразеологічні вислови** (введено Н. М. Шанським) – сталі фразеологічні звороти, що не членуються семантично, а складаються зі слів із вільним номінативним значенням, наприклад: *no man is born wise or learned* – мудрим ніхто не народився; *a man is known by the company he keeps* – скажи мені, хто твій друг і я скажу, хто ти; *what can you get (have) of the cat but her skin?* – з поганої вівці хоч вовни жмут.

<b>Типи фразеологічних одиниць за структурно-семантичними та комунікативними характеристиками О. В. Куніна</b>			
<b>Номінативні</b>	<b>Номінативно-комунікативні</b>	<b>Комунікативні</b>	<b>Вигуківі та модальні вигуківі характеру</b>
Позначають явища, предмети, стани, якості	Позначають дію	Цільнооформлені речення (прислів'я та приказки)	Не володіють предметно-логічним значенням, виражають емоції та волевиявлення
<i>Swan-song</i> – лебедина пісня; <i>wear and tear</i> – фізичне і моральне зношення; <i>a sore head</i> – дуже розлючений; <i>out of a blue sky</i> – зовсім несподівано.	<i>To keep in mind</i> – мати на увазі; <i>to be reduced to a shadow</i> – перетворитись на тінь; <i>to be thrown on one's beam-end</i> – бути в езвихідному становищі.	<i>Every dog is a lion at home</i> – вдома й стіни допомагають; <i>to give somebody a lot of horse manure</i> – дуже вихвалитися.	<i>A pretty kettle of fish!</i> – отакої! веселенька історія! <i>Good Lord!</i> – Боже мій!
<b>Типи фразеологічних одиниць за походженням та джерелом запозичення О. В. Куніна</b>			
<b>Суто англійські фразеологізми</b>	<b>Внутрішньомовні фразеологічні запозичення</b>	<b>Міжмовні фразеологічні запозичення</b>	
З'явилися в британському варіанті англійської мови	Запозичуються з одного національного варіанта англійської мови в інший	Потрапили в англійську з інших мов	
<i>To talk to one like a Dutch uncle</i> – докоряти, повчати; <i>the mill cannot grind with the water that is past</i> – той, хто тоне, хватається з соломинку.	<i>To bark up the wrong tree</i> – напастися на помилковий слід, помилитися, звернутися не за тією адресою (з амер. до брит., канад. вар.); <i>barking head</i> – коментатор, який гучно розмовляє і робить упереджені коментарі (з канад. до брит., амер. варіантів).	<i>The appetite comes with eating</i> – апетит приходить під час їжі (із франц.); <i>rara avis</i> (лат.) – рідкісна людина, явище, рідкість, дивина.	

## Додаток Б

Способи перекладу англomовної фразеології:  
фразеологічний і нефразеологічний перекладФразеологічний переклад  
англomовної медіафразеології

Повні фразеологічні еквіваленти	Часткові фразеологічні еквіваленти	Фразеологічні аналоги
Співпадають із одиницями оригіналу за значенням, лексичним складом, образністю, стилістичною спрямованістю, граматичною будовою.	Містять деякі лексичні ( <b>часткові лексичні</b> ), граматичні ( <b>часткові граматичні</b> ) чи лексико-граматичні розбіжності при наявності одного і того ж значення та стилістичної спрямованості з одиницями мови оригіналу.	Однакові за значенням, стилістичною спрямованістю, але різні за образністю з одиницями мови оригіналу.
<i>Latter events are partly a result of Israeli punitive attacks that complete a vicious circle .</i>	<i>The woman on the left is Nicole Kidman, whose effortless elegance and enchanting smile are instantly recognizable on red carpets.</i>	<i>In such a situation he can't wait until hell freezes over.</i>
<i>Останні події є частковим результатом каральних нападів Ізраїлю, що завершили порочне коло.</i>	<i>Жінка ліворуч – Ніколь Кідман, чю витончену елегантність і чарівну посмішку миттєво пізнають на червоних доріжках.</i>	<i>У такій ситуації він не міг чекати до другого прищестя.</i>

**Нефразеологічний переклад  
англомовної медіафразеології**

<b>Калькування (дослівний переклад)</b>	<b>Описовий переклад</b>	<b>Комбінований переклад</b>
Спосіб перекладу фразеологічної одиниці шляхом заміни її складових частин – слів їхніми лексичними відповідниками в мові перекладу.	Спосіб перекладу, що передбачає пояснення змісту фразеологічної одиниці засобами мови перекладу.	Спосіб перекладу, що передбачає передавання вихідної фразеологічної одиниці шляхом калькування чи фразеологічним аналогом з подальшим поясненням чи коментуванням її значення.
<i>Election fever intensified after candidates announced their future programs.</i>	<i>Barack Obama's main task in the coming weeks is countering Hillary Clinton's claim of him as all talk and no action.</i>	<i>It soon to be the election day in the US and we have some slick ideas around to mix Internet, politics and buzz marketing.</i>
<b>Передвиборча лихоманка</b> посилилася після того, як кандидати оголосили свої майбутні програми.	Основним завданням Барака Обами наступного тижня є спростування твердження Гіллари Клінтон про те, що він <b>базікало</b> .	Вже скоро у Сполучених Штатах настане день виборів, і в нас є декілька чудових ідей щодо того, як поєднати Інтернет, політику та <b>сарафанний маркетинг</b> . (*Сарафанний маркетинг – передача інформації про той чи інший товар чи послугу спеціально найманими людьми, які розповідають про них нібито з власного досвіду користування).

**Додаток В**

**Наукові публікації**

**Стаття на тему «Англомовний медіадискурс як контекст  
функціонування фразеологізмів»**

**ISSN 2522-4077 (Print)**

**ISSN 2522-4085 (Online)**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА**

# **НАУКОВІ ЗАПИСКИ**

**Серія  
Філологічні науки**

**Випуск 164**

*35-річчю факультету іноземних мов ЦДПУ  
присвячується*

**м. Кропивницький  
«КОД»  
2018**

**Наукові записки. - Випуск 164. - Серія:**

Філологічні науки - Кропивницький:

Видавництво «КОД», 2018 - 598 с.

ISBN 978-617-653-038-1

До Наукових записок увійшли статті, присвячені дослідженню актуальних питань соціолінгвістики, лінгвокогнітивістики, лінгвоконцептології, лінгвокультурології, етнолінгвістики, тексту та дискурсу, теорії та практики перекладу на матеріалі слов'янських, германських і романських мов.

Збірник розрахований на наукових працівників, викладачів, студентів філологічних факультетів, учителів-словесників.

**Рецензенти:****Іваницька М.Л.**, доктор філологічних наук, професор (м.Київ);**Черноватий Л.М.**, доктор педагогічних наук, професор (м. Харків)**Бялик В.Д.**, доктор філологічних наук, професор (м. Чернівці);**Мізін К.І.**, доктор філологічних наук, професор (м.Переяслав-Хмельницький).**Іноземні рецензенти:****Ріхард Йозеф Бруннер**, доктор філософії habilit, професор (Ульм, Німеччина);**Артур Творек**, доктор філософії habilit, професор (Вроцлав, Польща).**РЕДКОЛЕГІЯ:**

1. **Семенюк Олег** – доктор філологічних наук, професор, ректор Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка (головний редактор).
2. **Клочек Григорій** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри української літератури ЦДПУ імені Володимира Винниченка (заступник головного редактора).
3. **Гурбанська Антоніна** – доктор філологічних наук, професор, директор Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв.
4. **Гліаді Олександр** – доктор філологічних наук, професор кафедри методик дошкільної та початкової освіти ЦДПУ імені Володимира Винниченка.
5. **Ковтюх Світлана** – кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри української мови ЦДПУ імені Володимира Винниченка.
6. **Лучик Василь** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри загального і слов'янського мовознавства Національного університету “Києво-Могилянська академія”.
7. **Манакін Володимир** – доктор філологічних наук, професор.
8. **Мищенко Алла** – доктор філологічних наук, доцент кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики ЦДПУ імені Володимира Винниченка.
9. **Михида Сергій** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри зарубіжної літератури та компаративістики, проректор з наукової роботи ЦДПУ імені Володимира Винниченка.
10. **Ожоган Василь** – доктор філологічних наук, професор, віце-президент з науково-педагогічної (навчальної) роботи Національного університету “Києво-Могилянська академія”.
11. **Панченко Володимир** – доктор філологічних наук, професор.
12. **Парашук Валентина** – кандидат філологічних наук, професор кафедри германської філології ЦДПУ імені Володимира Винниченка.
13. **Перзекє Андрій** – доктор філологічних наук, професор центру інноваційних освітніх технологій Псковського обласного інституту підвищення кваліфікації працівників освіти (Росія).
14. **Руснак Ірина** – доктор філологічних наук, завідувач кафедри української літератури та компаративістики Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка.
15. **Білоус Олександр** – кандидат філологічних наук, професор, декан факультету іноземних мов ЦДПУ імені Володимира Винниченка (відповідальний за випуск).

Друкується за ухвалою вченої ради

Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка

(протокол № 6 від 29.01.2018року).

**Статті подано в авторській редакції**

<b>ПОЛКРИТИКА ТЕКСТІВ НЕХУДОЖНІХ СТИЛІВ</b> .....	276
<i>ТОМАШ ГОСКОВЕЦ</i> . ПИСЬМЕННОСТЬ ВЕЛИКОГО КНЯЖЕСТВА ЛИТОВСКОГО КАК ЕВРОПЕЙСКИЙ ФЕНОМЕН (О КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ ВОСПРИЯТИЯ «ПРАЖСКОЙ» БИБЛИИ ФРАНЦИСКА СКОРИНЫ).....	276
<i>ТЕТЯНА КІБАЛЬНИКОВА</i> . ТИПОЛОГІЯ ТА МАРКУВАННЯ ЦИТАТ У НАУКОВОМУ ТЕКСТІ.....	285
<i>ЕЛІНА КУЩ, ДАРІЯ ЗАНЬКОВА</i> . ЛІНГВАЛЬНИЙ СТАТУС АНГЛОМОВНОГО АФОРИЗМУ.....	290
<i>ОЛЬГА КРИЖАНІВСЬКА</i> . ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ЕПІСТОЛЯРНОГО ТЕКСТУ: ПІДПИС (НА ПРИКЛАДІ ЛИСТІВ ГРИГОРІЯ БЛОУСА).....	293
<i>РАЙСА СТЕВАНОВИЧ</i> . МЕХАНИЗМИ ЭКСПРЕССИВНОСТИ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ В ЭВРИСТИЧЕСКИХ НАУЧНЫХ ТЕКСТАХ (МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ АСПЕКТ).....	299
<i>ОЛЕКСАНДРА ЧЕРНІКОВА</i> . ПРОДУКТИВНІСТЬ КІНОТЕКСТУ ЯК ГЕНЕРАТОРА МЕМІВ (НА ПРИКЛАДІ КІНОФІЛЬМУ ‘THE PRINCESS BRIDE’).....	304
<i>СВІТЛАНА ШУЛЯК</i> . СВІТОБАЧЕННЯ ЗАМОВЛЯЛЬНИХ ТЕКСТІВ В УКРАЇНСЬКИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	309
<b>АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДИСКУРСОЗНАВСТВА ТА КОМУНІКАТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ</b> ..	314
<i>HILMAR BRUNNER</i> . VOM MYTHOS DER MANIPULATION.....	314
<i>ТЕТЯНА КОЗЛОВА</i> . ІКОНІЧНІСТЬ ЖЕСТОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	317
<i>АННА АГЕЙЧЕВА ОЛЕНА БАЛАЦЬКА</i> . ТИПОВІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ В КРИТИЧНИХ ЗАУВАЖЕННЯХ В АНГЛОМОВНИХ НАУКОВИХ СТАТТЯХ З ЛІНГВІСТИКИ.....	322
<i>IKESA BAYBAKOVA OLEKSAKDRA HASKO</i> . BODY LANGUAGE AS A WINDOW INTO HUMAN MIND.....	325
<i>ЯРОСЛАВА ГНЕЗДІЛОВА</i> . МЕТА-МАРКЕРИ АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ РЕФЛЕКСИВНОСТІ.....	329
<i>OLEKA YEMELYANOVA, ANNA MELAI</i> . PECULIARITIES OF PHONOSTYLISTIC DEVICES USAGE IN ENGLISH ADVERTISING DISCOURSE.....	333
<i>МАРГАРИТА ЗАЙЦЕВА</i> . ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСКУРСА ПРОТИВОСТОЯНИЯ.....	336
<i>ОЛЬГА КАЧМАР</i> . СТРАТЕГІЯ СУБ’ЄКТА ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНОГО ДИСКУРСУ.....	342
<i>ЮЛІЯ КОНОНЕЦЬ</i> . ТЕХНОЛОГІЇ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ (AUGMENTED REALITY) В АНГЛОМОВНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ.....	346
<i>МАРІЯ КУЗНЕЦОВА, АНАСТАСІЯ ШИБЕКО</i> . ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСОБІВ ТЕКСТОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ TWITTER.....	351
<i>НАТАЛІЯ КУРАВСЬКА</i> . РЕКВЕСТИВ У СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНІЙ СТРУКТУРІ РЕЧЕННЯ.....	356
<i>ЕЛІНА КУЩ, ВАДИМ ВОЛКОВ</i> . АНГЛОМОВНИЙ МЕДІАДИСКУРС ЯК КОНТЕКСТ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ.....	360
<i>ЛЕСЯ ОВСІЄНКО</i> . РЕАЛІЗАЦІЯ МОВИ «VONG» У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ.....	363
<i>ОЛЬГА ПАДАЛКА</i> . РОЛЬ ТЕМПУ ПІД ЧАС АКТУАЛЬНОГО ЧЛЕНУВАННЯ НІМЕЦЬКОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОМОВИ.....	368
<i>ЛАРИСА ПАВЛОВА, СОФІЯ ПРОКУШЕВА</i> . ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ В ТЕКСТАХ РЕКЛАМНОГО МЕДІАДИСКУРСУ.....	372
<i>ІННА ПРОГ</i> . АРГУМЕНТАЦІЯ, МАНІПУЛЯЦІЯ, СУГЕСТІЯ: ДО СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТІВ НІМЕЦЬКОГО МЕДІАДИСКУРСУ).....	378
<i>ТЕТЯНА ПОЛЯКОВА</i> . ІНФОРМАТИВНІСТЬ ЯК ДИФЕРЕНЦІЙНА ОЗНАКА ЖАНРУ ТВІТІНГ В АНГЛОМОВНІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ.....	382
<i>ОЛЕНА ПОПОВА, МАРИНА ВІНОГРАДОВА, ОКСАНА КУЖЕЛЬ</i> . ДИХОТОМІЯ PERFECT- PRATERITUM У НІМЕЦЬКОМУ РЕКЛАМНОМУ ТА КІНО-ДИСКУРСАХ.....	385
<i>ВІКЮРІЯ САМАРІНА</i> . СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДОСЛІДЖЕННЯ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ.....	391
<i>ОКСАНА СЕМИДА</i> . СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КОМЕНТАР У СТАТТЯХ НА УКРАЇНСЬКУ ТЕМАТИКУ У ФРАНЦУЗЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	394
<i>ІРИНА СУЇМА</i> . ЕВРИСТИЧНИЙ РЕСПОНСИВ ЯК ЛІНГВІСТИЧНЕ ЯВИЩЕ.....	399

УДК 811.111'42:070:811.161.2'25

## АНГЛОМОВНИЙ МЕДІАДИСКУРС ЯК КОНТЕКСТ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

*Еліна КУЩ, Вадим ВОЛКОВ (Запоріжжя, Україна)*

*Статтю присвячено дослідженню англомовного медіадискурсу як контексту функціонування фразеологізмів. У статті надається визначення понять «дискурс», «медіадискурс», «фразеологізм», з'ясовуються інституційні ознаки та лінгвальні особливості англомовного медіадискурсу. Встановлюються також комунікативно-функційні характеристики медіафразеологізмів.*

*Медіадискурс є типом інституційної комунікації, представленим усними і писемними текстами, створеними журналістами та адресованими широкому загалу. Метою інституційного дискурсу є передавання суспільно значущої інформації, формування ціннісних орієнтацій, моделей поведінки його адресатів. Актуалізація англомовного медіадискурсу відбувається через англомовні ЗМІ та мережу Інтернет. Особливостями англомовного медіадискурсу є взаємодія нейтральних та експресивно-оцінних мовних одиниць.*

*Цілісні за значенням, стійкі за складом і структурою, фразеологізми широко використовуються в англомовному медіадискурсі, виступаючи засобами його виразності, образності, експресивно-емоційних та оцінних характеристик понять, явищ, суб'єктів, позначених ними. Фразеологічні одиниці є також засобами здійснення впливу на адресата англомовного медіадискурсу. Використання фразеологізмів визначається змістом і характером його медіатекстів, метою їх творення, каналом поширення.*

**Ключові слова:** англомовний медіадискурс, виразність, інституційна комунікація, контекст, образність, медіатекст, фразеологізм, функціонування.

*Статья посвящена исследованию англоязычного медиадискурса как контекста функционирования фразеологизмов. В статье дается определение понятий «дискурс», «медиадискурс», «фразеологизм», выясняются институциональные признаки и лингвальные особенности англоязычного медиадискурса. Устанавливаются также коммуникативно-функциональные характеристики медиафразеологизмов.*

*Медиадискурс является типом институциональной коммуникации, представленной усными и письменными текстами, созданными журналистами и адресованными общественности. Целью институционального дискурса является передача общественно значимой информации, формирование ценностных ориентаций, моделей поведения его адресатов. Актуализация англоязычного медиадискурса осуществляется через англоязычные СМИ и сеть Интернет. Особенности англоязычного медиадискурса является взаимодействие нейтральных и экспрессивно-оценочных языковых единиц.*

*Целостные по значению, устойчивые по составу и структуре, фразеологизмы широко используются в англоязычном медиадискурсе, выступая средствами его выразительности, образности, экспрессивно-эмоциональных и оценочных характеристик понятий, явлений, субъектов, объектов, обозначаемых ними. Фразеологические единицы являются также средствами осуществления влияния на адресата англоязычного медиадискурса. Использование фразеологизмов определяется содержанием и характером его медиатекстов, целью их создания, каналом распространения.*

**Ключові слова:** *англоязычний медиадискурс, виразителність, дискурс-аналіз, інституціональна комунікація, контекст, медіалінгвістика, образність, медіатекст, фразеологізм, функціонування.*

*The article is devoted to investigation of English media discourse as a context of functioning of phraseologisms. The definitions of such notions as «discourse», «media discourse», «phraseologism» are given, institutional characteristics and lingual peculiarities of the English media discourse are clarified in the article. Communicative and functional characteristics of media phraseology are also defined in it.*

*The notion of media discourse is relatively new, appeared in linguistics because of new type of communication actualized in the sphere of mass media. Media discourse is viewed by linguists as multilevel and poly-dimensional phenomena. Media discourse is considered to be a type of institutional communication, represented by oral and written texts, created by journalists and addressed to the public. The aim of this type of institutional discourse is to transmit socially significant information to its addressee. Value orientations, models of behavior can be also formed with the help of this type of discourse.*

*Media discourse is actively studied nowadays due to the development of the discourse analysis and media linguistics, mass communication. Media discourse is actualized through English mass media (newspapers, television, radio) and the Internet. The peculiar feature of this type of discourse is interaction of neutral and expressive and evaluative language units.*

*Holistic by their meaning, stable by their composition and structure, phraseological units are widely used in the English media discourse as means of its expressiveness, figurativeness, expressive and emotional as well as evaluative characteristics of notions, phenomena, subjects, objects, named by them. With the help of phraseological units mass addressee of the English media discourse can be influenced. The choice of phraseological units used in English media texts are determined by their content and character, aims of their creation and channels of their reproduction. Our further studies of English media phraseology will be aimed at the analysis of its types as well as means and ways of their translation into the Ukrainian language.*

**Ключові слова:** *English media discourse, expressiveness, institutional communication, context, figurativeness, media text, phraseologism, functioning.*

Дослідження медійного дискурсу є на сьогодні досить численними [1; 2; 7] та здійснюються насамперед у парадигмі дискурс-аналізу, спрямованої на вивчення різних типів дискурсів, їх лінгвальних, комунікативних, прагматичних, когнітивних, соціо- та лінгвокультурних, ідіоетнічних та інших характеристик. Проте й донині цей тип дискурсу не досліджувався детально як контекст функціонування фразеологічних одиниць. Під фразеологізмом розуміємо відтворюване, цілісне за значенням, стійке за складом і структурою словосполучення. *Актуальність* дослідження зумовлена зростаючим інтересом сучасної лінгвістики до медійної комунікації та її одиниць, нагальною потребою вивчення медіафразеології англійської мови.

*Мета* статті полягає у визначенні англомовного медіадискурсу як контексту функціонування фразеологізмів. *Завданнями* статті є визначення понять «медіадискурс», з'ясування його інституційних ознак та виявлення особливостей англомовного медіадискурсу як контексту функціонування фразеологічних одиниць. *Матеріалом* статті слугували теоретичні праці науковців, присвячені питанням дискурсу та медіадискурсу, а також фрагменти англомовного медіадискурсу, в яких використовуються фразеологізми.

Із становленням дискурс-аналізу як самостійної галузі лінгвістичних досліджень було з'ясовано, що значення дискурсу не обмежується письмовим і усним мовленням, але включає також одиниці інших семіотичних кодів. Дискурс – це мова, занурена в життя, в соціальний контекст [110, с. 22]. Акцент в дослідженні дискурсу ставиться на його інтерактивній сутності. Саме тому поняття дискурсу корелює з поняттям комунікації.

Залежно від сфер використання розрізняють академічний, бізнес-дискурс, дипломатичний, літературний, політичний, педагогічний, рекламний, релігійний, медичний, юридичний, науково-технічний дискурс тощо. Поняття *медіадискурсу* є відносно новим, виокремленим у лінгвістиці

у зв'язку з появою та розповсюдженням нового типу комунікації, характерного для інформаційного мас-медійного простору. Медіадискурс є об'єктом дослідження дискурс-аналізу, міжкультурної комунікації, медіалінгвістики нині [2, с. 22].

Під медіадискурсом розуміють також будь-який тип дискурсу, що реалізується в медіапросторі та продукується ЗМІ [7, с. 12]. Медіадискурс представлений друкованими ЗМІ, теле- та радіомовленням, Інтернет-контентом. За каналом подачі та сприйняття інформації, розрізняють усний, писемний, а також комбінований (усний і писемний) типи медіадискурсу.

На думку А. Н. Васильєвої, метою створення медіадискурсу є передача політичної, соціокультурної та іншої інформації задля пропагування певних ідей, вирішення тих чи інших суспільних проблем, здійснення впливу, формування певної громадської думки [1, с. 7]. Т. Г. Добросклонська, у свою чергу, відзначає, що медіадискурс покликаний передавати інформацію про актуальні проблеми суспільств, соціальні, політичні, етнокультурні та інші події та явища. Він відіграє важливу політичну й ідеологічну роль, впливає на діяльність соціальних інститутів, сприяючи не тільки поширенню соціально значущої інформації, але й слугуючи засобом суспільного виховання [2, с. 23].

Зазначені характеристики вказують на те, що медіадискурс належить до інституційного типу спілкування. Критерії розмежування персонального й інституційного типів дискурсу були запропоновані російським лінгвістом В. І. Карасиком [3]. Персональний тип дискурсу є особистісним, він зводиться до передачі повсякденної інформації, його зміст і форма не регламентується нормами та конвенціями суспільних інститутів [3, с. 26].

Інституційний тип дискурсу маркований статусно-рольовими відносинами його учасників. Його реалізація відбувається в суспільних інститутах. Цей тип дискурсу може бути звернений як до індивідуального, так і до масового адресата. Адресовані широкому загалу, тексти медіадискурсу створюються, насамперед, журналістами. Метою

інституційного дискурсу є не тільки передача певної суспільно значущої інформації, але й формування ціннісних орієнтацій, моделей поведінки його адресатів. Актуалізація медіадискурсу відбувається в комунікативних ситуаціях, характерних для певного соціального інституту [11, с. 24].

Великий інтерес мовознавців викликає англомовний медіадискурс, актуалізований сукупністю усних і писемних текстів, створених журналістами, що поширюються в англомовних країнах через газети та журнали, телебачення та радіо, мережу Інтернет. Визначна роль Великобританії, США та інших англомовних країн, їх пріоритетні позиції у світі привертають увагу до англомовного медійного дискурсу. Зацікавлення цим типом дискурсу зумовлено й експансіонізмом англійської мови, її статусом «мови міжнародного спілкування, що постійно використовується носіями різних (інших) мов і лінгвокультур у всьому світі» [5, с. 45].

Найважливішою ознакою мови англомовного медіадискурсу є діалектичне поєднання стандарту та експресії, взаємодія нейтральних та експресивно-оцінних мовних одиниць. Це зумовлено тим фактом, що мова медіадискурсу повинна бути «комунікативно ясною, але водночас виразною, яскравою, привабливою» [1, с. 12]. Фразеологічні звороти, прислів'я, приказки, крилаті вирази є важливими компонентами англомовного медіадискурсу, джерелом його експресивно-емоційної насиченості, істотним засобом реалізації його функційного потенціалу. Наприклад, порівняно із синонімічним словосполученням *to do something in vain* (займатися пустою справою) фразеологізм *to beat the air* (товкти воду в ступі) характеризується образним та експресивно-оцінним значенням. Виразні семантико-стилістичні якості фразеологізмів відсвіжують мовлення теле- та радіопередач, газет і журналів, роблячи його невимушеним, соковитим, містким, дотепно-влучним. Ці одиниці надають медіадискурсу певну впливову силу, допомагають створювати специфічну образність. Експресивність ідіоматичних виразів, їх метафоричність надає мові ЗМІ виразності, енергії [4, с. 72], наприклад:

*'The country's two big oil refineries have been destroyed. All rail and waterways linking Serbia to Montenegro have collapsed. The Serb army have become a sitting duck', claimed Armed Forces Minister Doug Henderson [8].*

Використання фразеологізму *sitting duck* у наведеному фрагменті медіадискурсу дозволяє автору унаочнити становище сербської армії, представивши його для адресата в простому образі сидячого каченя, що власне і є легкою мішенню для ворогів. Зазначимо, що фразеологічна одиниця *sitting duck* має декілька перекладацьких еквівалентів в українській мові: *легка мішень, готова жертва, вразлива персона*. Проаналізуємо інший приклад:

*Since talks broke down both sides have indicated that they have other fish to fry [9].*

Значення фразеологізму *to have other fish to fry* (*мати інші справи, мати справи, що є більш важливими*), використаного у фрагменті медіадискурсу, вказує на образність та експресивність цієї одиниці.

Отже, англомовний медіадискурс є типом інституційної комунікації, представленим усними і писемними текстами, створеними журналістами, що поширюються в англомовних країнах через ЗМІ та мережу Інтернет. Фразеологізми широко використовуються в зазначеному типі дискурсу, надаючи йому образності, експресивності, виразності. Добір фразеологізмів визначається змістом і характером текстів медіадискурсу, метою їх творення, каналом поширення. **Перспективи** подальших досліджень вбачаємо в аналізі типів англомовної медіафразеології, з'ясуванні способів її перекладу українською мовою.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Васильева Л. В. Исследование модусных категорий в эволюции медиадискурса : на материале американской прессы XX века : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Людмила Витальевна Васильева. – Владивосток, 2010. – 24 с.

2. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. – 2006. – № 2. – С. 20-33.
3. Карасик В. И. Структура институционального дискурса / В. И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов : изд-во Сарат. ун-та, 2000. – С. 25-33.
4. Смит Л. П. Фразеология английского языка : [пер. с англ. А. С. Игнатъева ] / Л. П. Смит. – М. : Учпедгиз, 1959. – 208 с.
5. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. – С. : Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
6. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: the Critical Study of Language / N. Fairclough. – L. : Pearson Education, 2001. – 265 p.
7. Fairclough N. Media Discourse / N. Fairclough. – L. : Arnold, 1995. – 214 p.
8. Are old times coming back? [Електронний ресурс] / New York Post. – 14.06.2015. – Режим доступу: [https://nypost.com/2015/06/14/are\\_old\\_times\\_coming\\_back](https://nypost.com/2015/06/14/are_old_times_coming_back)
9. What will happen if politicians is not come to an agreement [Електронний ресурс] / TalkBass. – 13.12.2012 – Режим доступу: <https://www.talkbass.com/2012/12/13/hate-is-not-an-American-value/article.html>

### **ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ**

**Еліна Куш** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу Запорізького національного технічного університету.

**Наукові інтереси:** дискурс-аналіз, когнітивна лінгвістика.

**Вадим Волков** – студент магістратури кафедри теорії та практики перекладу Запорізького національного технічного університету.

**Наукові інтереси:** дискурс-аналіз, медіалінгвістика.

**ТЕЗИ НА ТЕМУ «Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці»**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ТИЖДЕНЬ НАУКИ**

Збірник тез доповідей щорічної  
Науково-практичної конференції серед студентів,  
Викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів

16–20 квітня 2018 року

Електронне видання комбінованого  
Використовування на dvd-rom

м. Запоріжжя

<i>Приходько А. М., Алімпієва О. І.</i> Етноспецифічні та лінгвокультурні виміри англомовної паремії .....	1580
<i>Приходько А. М., Лисак Ю. В.</i> Композиційно-мовленнєві форми в лінгвістиці тексту .....	1582
<i>Волошук В. І., Головань О. О.</i> Семантичні особливості віршів Р. М. Рільке та відтворення їх в українських перекладах.....	1584
<i>Костенко Г.М., Іваніків Л.І.</i> Алофронія як лінгвістична категорія протиріччя .....	1586
<i>Костенко Г. М., Дієв Ю. В.</i> Концепт кінотексту: лінгвокультурний та перекладацький аспекти .....	1588
<i>Підгорна А. Б., Кононенко Д. І.</i> Специфіка авторської концептосфери роману Дж. Орвелла «1984».....	1589
<i>Лещенко Г. А., Елькінсон С. Є.</i> Передача вертикального контексту при перекладі англомовної казки.....	1592
<i>Четвертак Є. О., Сухов І. О.</i> Інституційні характеристики англомовного політичного дискурсу США .....	1593
<i>Тарасенко К. В., Афанасенко К. С.</i> Лексичні особливості наукового тексту літературознавчої тематики.....	1594
<i>Хавкіна О. М., Бондаренко Я. І.</i> Стратегія доместикації при перекладі англомовного кінотексту українською мовою .....	1596
<i>Кузнецова І. В., Приходько Є. С.</i> Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу у тестах англомовної преси .....	1598
<i>Кузнецова І. В., Голованевська К. П.</i> Особливості перекладу англомовних фразеологізмів на позначення кольору (колоронімів).....	1601
<i>Кузнецова М. О., Ходус А. М.</i> Love як лінгвокультурний емоційний концепт .....	1603
<i>Кузнецова М. О., Багнюк С. Ю.</i> Комікс як полімодальний текст.....	1605
<i>Кузнецова М. О., Шибєко А. П.</i> Навмисне нехтування правилами орфографії в соціальних мережах: спунеризми та еративи.....	1607
<i>Кузнецова М. О., Торубалко Є. В.</i> Лінгвопрагматичні особливості аранжування англомовного рекламного дискурсу у галузі звукової інженерії .....	1609
<i>Куц Е. О., Волков В. Ю.</i> Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці.....	1610
<i>Куц Е. О., Занькова Д. В.</i> Афоризми як характерна риса ідиостилю Марка Твена .....	1612
<i>Лут К. А., Лисенко А. І.</i> Моральний вибір людини в АБСУРДНОМУ СВІТІ АЙРІС МЕРДОК (ЗА РОМАНОМ «ВТЕЧА ВІД ЧАРІВНИКА»).....	1614

УДК 811.111'373.7

Куш Е. О.<sup>1</sup>, Волков В. Ю.<sup>2</sup><sup>1</sup> канд. філол. наук, доц. ЗНТУ<sup>2</sup> студ. гр. ГФз-313 ЗНТУ

### ПОНЯТТЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Сучасне мовознавство характеризується зростанням інтересу до проблем фразеології, формування та функціонування фразеологічного фонду різних мов. Відзначаємо, що сам термін «фразеологія» (від грец. *phrasis* – *вираз, зворот, спосіб вираження* та *logos* – *поняття, вчення*) має декілька значень. У своїй науковій праці українська дослідниця Л. Г. Скрипник вказує, що в сучасній українській мові термін «фразеологія» вживається принаймні в чотирьох значеннях:

- 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови;
- 2) сукупність фразеологізмів у мові;
- 3) своєрідні засоби вираження думки, притаманні певній соціальній групі, конкретному авторові, діалекту тощо;
- 4) сукупність пишномовних нещирих висловів, позбавлених внутрішнього змісту [8, с. 7].

Більш вузьке тлумачення терміна «фразеологія» зустрічаємо в російського фразеолога О. В. Куніна. На думку науковця, фразеологія є наукою про фразеологічні одиниці, тобто про стійкі сполучення слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурно-семантичними моделями змінюваних словосполучень, що їх утворюють [4, с. 34].

Концепцію фразеологічної одиниці як сталого словосполучення, значення якого не може бути виведеним із його складових частин (слів), було вперше сформульовано швейцарським лінгвістом Ш. Баллі [1, с. 39-47]. Розрізняючи незалежні словосполучення та фразеологічні єдності, дослідник вказував, що останні характеризуються нерозчленованістю значення і виражають єдине поняття [1, с. 41-42]. Зазначимо, що на сьогоднішній день у лінгвістиці існує велика кількість визначень фразеологізму. Проте жодне з них так і не знайшло загального визнання. Деякі мовознавці, зокрема О. В. Кунін [4, с. 19], В. В. Виноградов [2, с. 15] та інші вважають, що визначення фразеологічної одиниці є таким же складним, як і визначення слова. На думку вчених, ця складність полягає, перш за все, у неможливості встановлення спільних рис для всіх фразеологічних одиниць одночасно.

Під фразеологізмом розуміють стале за складом і структурою, цілісне та неподільне словосполучення чи речення, що характеризується єдністю значення [7, с. 35]. Більш вдале визначення фразеологізму запропонував, на нашу думку, російський фразеолог О. В. Кунін, підкресливши переосмисленість значення подібної одиниці: «Фразеологічна одиниця – це стале сполучення лексем із повністю або частково переосмисленим значенням» [5, с. 8].

Під фразеологічною одиницею В. М. Мокиєнко розуміє «відносно стійке, відтворюване сполучення лексем, яке має цілісне значення» [6, с. 7]. В. Н. Жуков вважає фразеологізмом «відтворюваний у мові зворот, побудований за зразком сурядних або підрядних словосполучень (непредикативного або предикативного характеру), який має цілісне (або рідше – частково цілісне) значення» [3, с. 8]. Фразеологізм, на думку науковця, виникає тоді, коли якнайменше два слова, які його формують, зазнають семантичних перетворень так, що частково або повністю втрачають власне лексичне значення [3, с. 9].

Відзначаємо, що замість терміна «фразеологізм» в англо-американській лінгвістичній традиції використовується термін «*idiom*». Цей термін був уперше введений в науковий обіг британським лінгвістом Л. Смітом, який підкреслював, що він походить від французького *idiome* та використовується для позначення граматичної структури сполучень, характерних для англійської мови, значення яких неможливо пояснити з граматичної та логічної точки зору [9, с. 12].

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балли Ш. Французская стилистика : пер. с фр. К. А. Долинина / Ш. Балли. – М.: Изд-во иностр. лит., 1961. – 394 с.
2. Витковская Е. О. Двойная актуализация фразеологии в аспекте перевода / Е. О. Витковская // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. – 2009. – Вып. 54. – С.17-20.
3. Жуков В. Н. Семантика фразеологических оборотов / В. Н. Жуков. – М.: Просвещение, 1978. – 160 с.
4. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1996. – 381 с.
5. Кунин А. В. Что такое фразеология? / А. В. Кунин. – М.: Наука, 1966. – 93 с.
6. Мокиенко В. М. Славянская фразеология / В. М. Мокиенко. – М.: Высшая школа, 1980. – 205 с.
7. Онкович Г. О. Фразеологізм як національно-культурний компонент / Г. О. Онкович // Дивослово. – 1999. – № 4. – С. 35-46.
8. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови / Л. Г. Скрипник. – К.: Наукова думка, 1973. – 280 с.
9. Смит Л. П. Фразеология английского языка : [пер. с англ. А. С. Игнатъева ] / Л. П. Смит. – М.: Учпедгиз, 1959. – 208 с.