

**ПОЛТАВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА  
ВІДКРИТОГО МІЖНАРОДНОГО УНІВЕРСИТЕТУ РОЗВИТКУ  
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»**

Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

\_\_\_\_\_ Н.О. Рябокінь

«23» січня 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ  
ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У МЕДІАДИСКУРСІ НА УКРАЇНСЬКУ  
МОВУ**

**Виконала:**

здобувачка вищої освіти  
спеціальності 035 «Філологія (переклад)»

**Капіталова Тетяна Ігорівна**

**Керівник:**

**Рябокінь Наталія Олександрівна,**  
к.ф.н., доцент, доцент кафедри філології  
та соціально-гуманітарних дисциплін

Полтава - 2023

**ПОЛТАВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА  
УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»**

Освітній рівень: *магістр*  
Галузь знань: 03 Гуманітарні дисципліни  
Спеціальність: 035 Філологія

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри  
філології та соціально-гуманітарних  
дисциплін  
Наталія РЯБОКІНЬ  
\_\_\_\_\_  
(підпис)  
“23” січня 2023 року

**З А В Д А Н Н Я  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ  
ЗДОБУВАЧЦІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Капіталовій Тетяні Ігорівні**  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У МЕДІАДИСКУРСІ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ»

керівник роботи Рябокінь Н.О., кандидат філологічних наук, доцент кафедри

затверджені наказом по інституту від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 202\_ року № \_\_\_

2. Строк подання здобувачем освіти роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи \_\_\_\_\_

---

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Виконавці
1.	Забезпечення здобувачів освіти методичними рекомендаціями по виконанню роботи	На початку навчання	Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін
2.	Вивчення напрямків дослідження	За графіком	Здобувач освіти
3.	Складання плану роботи та підготовки індивідуального завдання роботи	За графіком	Наук. керів. Здобувач освіти
4.	Аналіз літератури за проблемою. Робота над теоретичною та практичною частиною дослідження	За графіком	Здобувач освіти
5.	Підготовка наукових тез з теми, що досліджувалась	За графіком	Наук. керів. Здобувач освіти
6.	Подання на кафедру закінченої роботи, включаючи електронну версію (з метою перевірки її на плагіат)	До передзахисту	Наук. керів. Здобувач освіти
7.	Підготовка письмового відгуку на роботу	До передзахисту	Наук. керів.
8.	Проведення попереднього захисту робіт	За графіком	Комісія
9.	Прийняття рішення про допуск роботи до захисту	За графіком	Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін
10.	Зовнішнє рецензування	До передзахисту	Наук. керівнк
11.	Направлення робіт з рецензією до екзаменаційної комісії (ЕК) для захисту	За графіком	Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін
12.	Захист роботи	За графіком	Комісія

**Здобувач освіти** \_\_\_\_\_  
(підпис) (імя ПРІЗВИЩЕ)

**Керівник роботи** \_\_\_\_\_  
(підпис) (імя ПРІЗВИЩЕ)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	5
<b>РОЗДІЛ I. ВИВЧЕННЯ МЕДІЙНОГО ТЕКСТУ ТА ДІЄСЛІВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МЕЖАХ ПРАГМАСЕМАНТИКИ</b>	9
1.1. Роль лінгвістики у вивченні тексту	9
1.2. Реалізація семантики дієслівних фразеологічних одиниць через контекст	11
1.3. Загальні підстави для реалізації семантики дієслівних фразеологічних одиниць у медійному тексті	16
<b>Висновки до розділу 1</b>	18
<b>РОЗДІЛ II. СЕМАНТИЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ДІЄСЛІВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ</b>	20
2.1. Проблема визначення семантики у сучасних лінгвістичних дослідженнях	20
2.2. Коннотативний компонент значення	22
2.3. Проблеми класифікації фразеологічних одиниць	26
2.4. Медійний дискурс	30
2.5. Мова політиків в медіадискурсі: поняття та ефективність	33
<b>Висновки до розділу 2</b>	36
<b>РОЗДІЛ III. СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ</b>	38
3.1. Аналіз фразеологічних одиниць у медійних текстах про політиків	38
3.2. Особливості перекладу англomовних фразеологізмів на українську мову	51
<b>Висновки до розділу 3</b>	55
<b>Висновки</b>	57
<b>Список використаних джерел</b>	59

## ВСТУП

Вивчення особливостей фразеологічних одиниць на сучасному етапі розвитку англійської мови є одним з актуальних питань лінгвістики. Фразеологічні одиниці характеризуються великим стилістичним потенціалом та неповторною образністю, завдяки чому їх використовують у всіх типах дискурсів, зокрема в медійному. Автори медійних творів прагнуть зробити їх цікавими та унікальними, в цьому їм допомагають фразеологізми. Проте надання унікальності фразеологізмам породжує складнощі в процесі їх перекладу. Сучасний етап розвитку лінгвістики характеризується антропоцентричною спрямованістю, прагненням до розуміння взаємодії мови та особистості. Тісний зв'язок людини та мови найбільш послідовно відображається в текстах за допомогою системи лексико-фразеологічних засобів, що виконують номінативну, емотивну та експресивно-оцінну функції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Тривалий час фразеологію не сприймали як окрему лінгвістичну дисципліну. Її проблематикою розглядали в наукових працях, присвячених лексикології, стилістиці, граматиці, лексикографії, загальному мовознавстві та історії мови. Нині фразеологія перетворилася на самостійну лінгвістичну дисципліну, яка має свій об'єкт та методи дослідження. Дослідженню фразеології присвятили свої наукові праці як зарубіжні, так і вітчизняні лінгвісти, зокрема: Л.Авксентьев, Б. Ажнюк, О. Джемська-Кульчицька, А. Денисова, С. Дідик, М. Демський, М. Журавель, Ю. Зацний, Д. Сизонов та інші.

**Актуальність** даного дослідження пояснюється необхідністю більш глибокого вивчення контекстного введення в мову фразеологічних одиниць (ФО) у зв'язку з такими проблемами сучасної лінгвістики, як антропоцентрична парадигма, «людський фактор» у мові, концептуалізація знань та уявлень людини про світ. Вона полягає також у недостатньому практичному розгляді проблеми текстової трансформації ФО на основі

встановлення логіко-семантичних відносин із її семантичним визначальним корелятом.

**Мета** кваліфікованої роботи – визначити специфіку відтворення англomовних фразеологізмів в медійному дискурсі в українських перекладах.

Мета дослідження позначила вибір наступних **завдань**:

- 1) обґрунтувати необхідність вивчення медійного тексту як джерела ФО;
- 2) виявити особливості семантичних характеристик ФО, визначальних закономірності їх функціонування у медійному тексті;
- 3) вивчити механізм семантичних зв'язків ФО у медійному тексті, представлений сукупністю семантичних корелятивів;
- 4) розглянути значення різних семантичних корелятивів як складових елементів медійного тексту у створенні його структури;
- 5) з'ясувати особливості медіадискурсу та медіатексту;
- 6) проаналізувати семантичні особливості фразеологізмів в мові політиків в медійному дискурсі;
- 7) з'ясувати основні способи перекладу англomовних ФО на українську мову.

**Об'єктом** дослідження є ФО в англomовному медійному дискурсі.

Як **предмет** дослідження розглядаються особливості їх перекладу на українську мову.

**Матеріалом** дослідження послужили статті про відомих політичних діячів, опубліковані на сайтах британських видань: корпорації новин BBC (<http://www.bbc.com>), газет The Guardian (<https://www.theguardian.com>), The Independent (<http://www.independent.co.uk>), The Telegraph (<http://www.telegraph.co.uk>) та журналів The Economist (<http://www.economist.com>) та The Spectator (<https://www.spectator.co.uk>).

Для вирішення поставлених завдань у роботі використовується комплекс **методів** дослідження:

- 1) методи аналізу та синтезу;

- 2) описовий метод;
- 3) метод лінгвостилістичного аналізу;
- 4) метод суцільної вибірки;
- 5) зіставний метод;
- 6) контекстуального аналізу.

**Наукова** новизна роботи у тому, що вперше проводиться комплексний аналіз функціонування ФО англійської мови через прагмасемантику. У результаті дослідження виявлено вплив когнітивно-комунікативної складової газетного тексту на семантичну кореляцію ФО. Семантична кореляція та різні прийоми модифікації ФО представлені як об'єктивна норма функціонування газетного тексту з погляду економного та раціонального використання у ньому засобів мовного фонду.

**Теоретична** значущість дослідження полягає в тому, що описана в ньому концепція введення в мову та трансформації дієслівних фразеологічних одиниць у газетному тексті робить певний внесок у розвиток теорії фразеології, семасіології, когнітивної лінгвістики, стилістики.

**Практична** цінність роботи полягає у можливості застосування результатів дослідження у практиці викладання лексикології, практики перекладу.

**Апробація роботи.** Результати дослідження були апробовані на науково-практичних конференціях науковців, студентів і молодих учених різного рівня, зокрема стаття у фаховому виданні *Медійний дискурс як сфера суспільної комунікації. Нова філологія*. № 87. 2022. та доповідь та тези на 6 Міжнародній конференції: *Потенціал використання мобільних додатків для розширення словникового запасу з англійської мови*. «Інноваційний потенціал та правове забезпечення соціально економічного розвитку України: виклик глобального світу»: матеріали Міжн. наук.-практ. конф., м. Полтава, 19-20 травня 2022 р. К.: Університет «Україна, 2022, та всеукраїнській: *Особливості перекладу інтернет-дискурсу*. «Сучасні питання філології: теоретична та прикладна лінгвістика»: матеріали IV Всеукраїнської

науково-практичної конференції, 9 грудня 2022 року / Полтавський інститут економіки і права Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна». Полтава: ШЕП, 2022.

**Структура** роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.



# РОЗДІЛ І. ВИВЧЕННЯ МЕДИЙНОГО ТЕКСТУ ТА ДІЄСЛІВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МЕЖАХ ПРАГМАСЕМАНТИКИ

## 1.1. Роль лінгвістики у вивченні тексту

Сучасний розвиток науки про мову пояснюється двома тенденціями, які постійно діють, протилежними за своїм напрямом. З одного боку, все посилюється диференціація мовознавства, спеціалізація окремих його галузей, із іншого боку, виникає необхідність показати на тлі різноманітності існуючих напрямів досліджень єдність предмета нашої науки, обумовленого єдністю об'єкта: всі ці напрями вивчають різні прояви однієї й тієї ж людської мови. Ця необхідність веде до встановлення відповідностей між різними аспектами мови об'єкта, що вивчається, і, в кінцевому підсумку, до інтеграції мовознавства в єдину науку.

А. Загнітко у своїй хрестоматії «Лінгвістика тексту» виділяє такі напрями лінгвістики тексту, як:

- 1) загальна теорія тексту із компонентів мови;
- 2) загальна лінгвістика тексту із рівнів мовної системи, сфер фразового рівня;
- 3) лінгвістика тексту, що вивчає окремий мовленнєвий твір, – лінгвістика конкретного тексту;
- 4) лінгвістика типології текстів.

Різні напрями тут експлікують різне визначення поняття «текст» [Загнітко].

Кількість робіт з лінгвістики тексту є значною мірою як у вітчизняній лінгвістиці, так і за кордоном. Автори робіт з лінгвістики тексту розглядають у своїх дослідженнях такі теоретичні питання, як когерентність тексту, принципи побудови тексту, граматичні категорії тексту та ін. При цьому саме поняття «текст» не має однозначного визначення, що призводить до появи різних підходів дослідження.

З існуючих визначень найточніше розкриває це визначення В.В. Різуна «Текст як семантична структура аналізується в кількох загальних аспектах, що відбивають суть комунікативного процесу: «продукт реального, живого процесу текстотворення (знакової діяльності) та продукт професійного текстотворення, як свідомо регульованої самим автором власної знакової активності. Якщо в першому випадку текст стає природним витвором мови, то в другому – імітація під природність процесу текстотворення: автор свідомо попрацював над добром текстових засобів для вираження актуальності теми, її розробки розкриття, композиції тощо» [Різун: 33].

Одним з ефективних способів вираження антропоцентричного змісту мовних явищ є використання в тексті дієслівних фразеологічних одиниць, оскільки вони є непрямо-похідними засобами позначення предметів, явищ, ситуацій, засобами вираження ставлення до них людини. Мовна природа та специфіка дієслівних фразеологічних одиниць зумовлює їх гармонійний зв'язок із прагматикою мовного спілкування та мовною свідомістю. Дієслівні фразеологічні одиниці реалізується в комунікативно-прагматичній ситуації, що забезпечує адекватне розуміння адресатами мовного значення у структурі змістового висловлювання. Оскільки дослідженню піддаються дієслівні фразеологічні одиниці медійного дискурсу, то комунікативно-прагматична ситуація в медійних текстах може бути як: журналіст є інформантом, завдання якого полягає у поданні змісту думки в тексті, одиниці якого входять у взаємозв'язок і характеризуються смислової послідовністю. Текст – це результат взаємодії кодування та декодування, озвучування та розуміння певного повідомлення. Завдання адресата полягає у розумінні закодованої інформації, яка залежить від його прагнення переробляти та творчо інтерпретувати повідомлення.

Отже, медійний текст відбиває когнітивні інтенції мови як динамічної, системи, що є найважливішим засобом людського спілкування та пізнання. Автор тексту має на увазі знання цієї системи, співвіднесене з іншими

знаннями, та вміння використовувати цю систему мовних актів, із яких складаються мовна особистість і сама мова.

## **1.2. Реалізація семантики дієслівних фразеологічних одиниць через контекст**

Начасі увагу багатьох лінгвістів привертають проблеми взаємозв'язків фразеологічної одиниці та тексту, в якому вона функціонує. І це закономірно, «оскільки пізнати і виявити глибинні, сутнісні характеристики будь-якої мовної одиниці, зокрема і фразеологічної, можна лише вивчення її зв'язків із іншими одиницями в конкретному мовному творі – тексті» [Зацний: 122]. Стаючи складовою тексту, фразеологічна одиниця набуває певну текстову значимість, під якою розуміється сукупність функцій, виконуваних одиницями у масштабі тексту як щодо завершеного мовного твору, тобто передусім їх у висловленні основних категорій тексту» [Там само: 76].

«Важливість дослідження фразеологічних одиниць у контексті пояснюється тим, що облік контекстуальних умов доповнює аналіз фразеологічних одиниць, що спирається на словникові визначення фразеологізмів, і створює найповніше уявлення про специфіку фразеологічних одиниць у семантичному плані» [Журавель: 170].

Цей підхід до фразеології особливо яскраво виражений у роботах А.С. Денисова, який запроваджує принцип контекстологічного аналізу фразеологічного фонду мови, показує різницю між двома чинниками реалізації слова (контекстом і мовної ситуацією) і дає визначення контексту: «Під контекстом розуміємо поєднання семантично реалізованого слова значення якого контекст вичленюється з вказівним мінімумом (тобто елементом мовного ланцюга, що несе необхідну семантичну вказівку)» [Денисов: 63]. Автор виділяє два типи контексту: змінний та постійний. Під постійним контекстом розуміються фіксовані сполуки слів, у яких варіації

компонентів у межах однієї й тієї ж семантичного результату взагалі виключені чи, за певних умов, максимально лімітовані.

У змінному контексті вказівний мінімум може змінюватись, утворюючи численні поєднання. Між одиницями постійного контексту (фраземами та ідіомами) та одиницями змінного контексту знаходяться одиниці узуально обмеженого контексту (поєднання з маловалентними словами), вивчення яких, на її думку, має здійснюватись у рамках такої лінгвістичної дисципліни як контекстологія.

Щодо цього справедливим є зауваження Д. Сизонов про те, що немає необхідності створювати нову лінгвістичну дисципліну – контекстологію [Сизонов: 56]. Одиниці узуально обмеженого контексту, введені В. В. Виноградовим, повинні розглядатися в межах фразеології.

Реалізуючи певні значення фразеологічних одиниць, контекст сприяє встановленню різних семантичних зв'язків між цією фразеологічною одиницею та іншими лексичними одиницями. Розглядаючи фразеологічне значення як результат лінгвокреативного мислення, за А.М. Грималюком вказуємо на те, що даний тип мислення включає ті елементи мовної свідомості, які спрямовані на породження нових мовних сутностей шляхом трансформації (насамперед смислової) вже наявних в мові одиниць [Грималюк].

Як результат лінгвокреативного мислення фразеологічне значення відображає світ людини шляхом міжрівневої взаємодії вже закріплених у даній мові семантичних одиниць. Цей факт дозволяє висловити думку про те, що поява фразеологічних одиниць у тих визначається смислової структурою висловлювання, що визначає її як елемент ситуативного змісту контексту. Отже, залучення фразеологічної одиниці в мовний акт є процес реалізації її значення. Процес мовленнєвого використання фразеологічних одиниць супроводжується співвідношенням його семантики зі значенням інших мовних елементів, тому семантичну актуалізацію слід розглядати як послідовне розгортання значення одиниць у тексті за допомогою

співвіднесення з іншими елементами мови, об'єднаними загальною тематичною значимістю, однією мовною ситуацією. Семантично актуалізована фразеологічна одиниця, з урахуванням її смислового впливу на контекст та конкретизації контекстом значення фразеологізму, здатна семантично орієнтувати смисловий зміст висловлювання в різних напрямках, чим повніше розгортання значення фразеологічних одиниць.

М. Журавель виділяє два типи реалізації значення фразеологізмів у контексті: наявність семантичних зв'язків фразеологічної одиниці з лексичними одиницями та відсутність семантичних зв'язків фразеологічних та лексичних одиниць [Журавель: 170]. Останній випадок характеризується відсутністю формально виражених корелятивів фразеологізмів. Під кореляцією розуміється «взаємне відповідність, взаємозв'язок і зумовленість мовних елементів, побудовані виходячи з відносин тотожності і відмінності матеріальних чи функціональних властивостей елементів структури мови» [Там само: 172]. Стаючи елементами тексту, фразеологічні одиниці перебувають у оточенні лексичних одиниць, які або виступають як актуалізатори, або вступають із ними в корелятивні відносини. Відсутність корелятивів у відрізку тексту означає, що фразеологічна одиниця немає зв'язку з його семантикою. Просто ці зв'язки не зводяться до експліцитної кореляції фразеологічної одиниці з однією або декількома лексичними одиницями, вони стають імпліцитними; семантика фразеологічних одиниць немов «розчиняється» в семантиці всього контексту, бо незалежно від наявності корелятивів фразеологічної одиниці весь текст, що її оточує (мікротекст) описують одну ситуацію, розвивають одну тему.

До комунікативного контексту відносять:

- лінгвістичні фактори, які включаються до процесу актуалізації змісту тексту та визначаються конкретною мовною системою;
- екстралінгвістичні фактори, що супроводжують мовну комунікацію, конкретну ситуацію, в якій проходить спілкування та комплексу соціальних та культурних умов, що становлять фон комунікативного акту.

Поєднання, формуючись у фразеологічні, набувають нового лексико-граматичного типу зв'язку. Фразеологічне значення фіксує у розумінні результати інтелектуально-емоційного відображення не стільки світу предметів, скільки світу образного, емоційного, психічного. Фразеологічні одиниці набувають певне фразеологічне значення в залежності від навколишніх його лексичних одиниць і набуває взаємозв'язку з ними. Цей процес неможливий поза контекстом.

Задля реалізації деяких фразеологічних одиниць необхідний широкий контекст до тексту цілого літературного твору. Розрізняють три типи контексту:

- 1) внутрішньо фразовий контекст, виражений словом чи групою слів;
- 2) фразовий контекст, виражений пропозицією;
- 3) надфразовий контекст, виражений двома чи більше реченнями.

Під кореляцією розуміється взаємна відповідність, взаємозв'язок і зумовленість мовних елементів, побудованих на основі тотожності і відмінності матеріальних чи функціональних якостей елементів структури мови. Відсутність корелятивів значить, що фразеологічні одиниці немає зв'язку з його семантикою. Просто ці зв'язки стають імпліцитними.

У лінгвістиці розрізняють кореляційні (контекст, є прямі чи непрямі кореляти) і некореляційні контексти (контексти, у яких немає прямих чи непрямих корелятивів). Під прямими корелятами розуміються лексичні одиниці, які мають семантичні зв'язки з ФО в мові, непрямі кореляти – лексичні одиниці, які отримують семантичні зв'язки із фразеологічними одиницями в даному контексті.

Перетворення одиниць мови в одиниці мови, що тягне за собою відношення існуючих у свідомості віртуальних понять з предметами та явищами дійсності, може здійснюватись за допомогою актуалізаторів. Актуалізуючий контекст експлікує семантичні ознаки, які є основою семантичного взаємозв'язку актуалізованого та актуалізатора. Забезпечуючи процес комунікації, текст та контекст, що актуалізує, є засобом формування

та вираження думки, втілюючи чуттєво-емоційну сферу життя людини. Актуалізуючий контекст – текстовий простір, у якому слово реалізує лексичне, граматичне, стилістичне значення, – є носієм трьох базових функцій – комунікативної, когнітивної і емоційної.

Семантична співвіднесеність, що лежить в основі взаємозалежності мовних одиниць, проявляється у тотожності синтаксичних функцій корелюючих одиниць. Однак у разі, коли корелюючі мовні одиниці об'єднані спільністю денотату, але відрізняються характером вербалізованих ними ознак об'єкта номінації та своєю функціонально-стилістичною приналежністю йдеться про гетеронімії. Гетероніміативність іноді виникає внаслідок запровадження в тексті образних опосередкованих номінацій предмета. Вона відповідає природному розвитку тексту, автор якого в загальному випадку здійснює перехід від екзистенційної, вступної номінації до номінації ідентифікуючого типу, яка може видозмінюватися залежно від розширення обсягу інформації, що повідомляється адресантом про об'єкт.

У процесі аналізу матеріалу корелюючими кореферентними та гетероніміативними одиницями є ФО та співвідносні з ними на підставі логіко-семантичних відносин лексичні одиниці (слова, словосполучення та поєднання слів). Зводимо логіко-семантичні відносини ФО до наступних типів:

1. Відношення тотожності, що полягає в семантичній ідентичності способів вираження, які можуть взаємозамінювати один одного.

2. Відношення включення, при якому та сама ситуація може бути описана за допомогою засобів широкого (родового) або вузького (вузького) значення. Включення може бути двох видів: звуження – перехід від ширшого позначення (гіпероніма) до вузького (гіпоніма) і розширення – перехід від більш вузького позначення до ширшого. Гіпонімія як парадигматичне відношення в семантичному полі, засноване на родовидових відносинах, базується на відношенні несумісності - властивості семантично однорідних мовних одиниць, що співвідносяться з поняттями, обсяги яких не

перетинаються. На основі гіпонімії взаємопов'язані лексичні одиниці послідовно поєднуються в тематичні, семантичні сфери та поля.

3. Відношення перехрещення: знаки первинної та вторинної номінації є сумісними, відсутня гіпонімія і вони є невичерпними.

4. Відношення супідрядності, що виявляє зв'язок корелюючих одиниць, які розкривають окремі значення загальної теми, події та ситуації. У контексті відносини підпорядкованості можуть вступати лексичні одиниці, що є складовою єдиного поєднання слів чи висловлювання, що у конкретизації значення ФО.

5. Відношення контрадикторності, при якому корелюючі одиниці є несумісними, знаходяться щодо вичерпування і відсутнє включення першого поняття до другого і другого до першого, тобто відношення гіпонімії.

Контекстну обумовленість фразеологічних одиниць можна розглядати з двох сторін: 1) як контекст зумовлює сам вибір певної фразеологічної одиниці автором і, 2) як розкривається семантика ФО деякого комунікативного цілого, тобто тексту.

### **1.3. Загальні підстави для реалізації семантики дієслівних фразеологічних одиниць у медійному тексті**

У медійному тексті мова об'єктивна і здійснює адекватну передачу понять. Журналіст вибирає фразеологічні одиниці, із потребою більш точного вираження у вербальній формі уявлення про якусь подію чи факт. Різного нововведення у мові відбуваються ґрунтуючись на вже існуючих ресурсах, і в результаті частого використання у мовленні вони стають нормативними та сприяють збагаченню мови.

Виникають протиріччя між наявними засобами мови та потребами комунікації (відсутність відповідності між планом змісту і планом вираження, мовна асиметрія).



Однак, мовна одиниця може набувати певне значення в залежності від контексту, що її актуалізує.

Людина сама вибирає ті чи інші мовні засоби, враховуючи при цьому специфіку комунікативної ситуації. Формулюючи якесь висловлювання, вона відбирає ті мовні засоби, які передають її ставлення до того, що вона повідомляє. Часто такий вибір зупиняється на фразеологічних одиницях.

Журналіст, маючи намір зробити на читача якесь емоційне враження, спирається на сукупність знань суб'єкта, тезаурус особистості. Автор повинен впливати на певні рецептори, пов'язані з минулим досвідом (знанням про світ, природу, явища, речі, загальний досвід тощо). «Щоб отримати окремі знання з пам'яті (тобто задіяти конкретні рецептори читача), потрібна певна схема знань, каркас, який надалі наповнювався б певним змістом. Таким каркасом є фрейм [Крайнікова: 39]. Фрейм (англ. frame — «каркас», «будова, структура, система», «межа», «окремий кадр фільму» та ін.) — структура, що репрезентує стереотипні ситуації у свідомості (пам'яті) людини або інтелектуальної системи і призначена для ідентифікації нової ситуації, що базується на такому ситуативному шаблоні.

Еквівалентом фрейму в мові може бути фразеологічна одиниця. Якщо наявний у мові фрейм не повною мірою відображає сутність явища, що ним позначається у відповідній ситуації, він трансформується, пристосовується до нового змісту. Фрейми, таким чином, є когнітивними структурами, які формують стереотипи мовної свідомості.

«Епізодичність дискурсивної ситуації, яка лежить в основі фразеологічного значення, часто розростається у певний сценарій або фрейм як просторово-часову сукупність окремих етапів або елементів» [Дідик: 180]. Це положення застосовується і до комунікативно-прагматичної ситуації, властивої мові преси. Можливість трансформування однієї когнітивної структури в іншу творчо використовується людиною у її комунікативній діяльності. Фреймові структури проектують лише загальну схему події, а сценарії «оживляють» відповідні схеми із факультативними значеннєвими

елементами, деталями, що породжується комунікативно-прагматичною семантикою.

## Висновки до розділу 1

Одним з ефективних способів вираження антропоцентричного змісту мовних явищ є використання в тексті дієслівних фразеологічних одиниць, оскільки вони є непрямо-похідними засобами позначення предметів, явищ, ситуацій, засобами вираження ставлення до них людини. Мовна природа та специфіка дієслівних фразеологічних одиниць зумовлює їх гармонійний зв'язок із прагматикою мовного спілкування та мовною свідомістю. Дієслівні фразеологічні одиниці реалізуються в комунікативно-прагматичній ситуації, що забезпечує адекватне розуміння адресатами мовного значення у структурі змістового висловлювання.

Контекстну обумовленість фразеологічних одиниць можна розглядати з двох сторін: 1) як контекст зумовлює сам вибір певної фразеологічної одиниці автором і, 2) як розкривається семантика ФО деякого комунікативного цілого, тобто тексту.

Медійний текст відбиває когнітивні інтенції мови як динамічної, системи, що є найважливішим засобом людського спілкування та пізнання. Автор тексту має на увазі знання цієї системи, співвіднесене з іншими знаннями, та вміння використовувати цю систему мовних актів, із яких складаються мовна особистість і сама мова.

У медійному тексті мова об'єктивна і здійснює адекватну передачу понять. Журналіст вибирає фразеологічні одиниці, із потребою більш точного вираження у вербальній формі уявлення про якусь подію чи факт. Різного нововведення у мові відбуваються ґрунтуючись на вже існуючих ресурсах, і в результаті частого використання у мовленні вони стають нормативними та сприяють збагаченню мови.

Еквівалентом фрейму в мові може бути фразеологічна одиниця. Якщо наявний у мові фрейм не повною мірою відображає сутність явища, що ним позначається у відповідній ситуації, він трансформується, пристосовується до нового змісту. Фрейми, таким чином, є когнітивними структурами, які формують стереотипи мовної свідомості.

## **РОЗДІЛ II. СЕМАНТИЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ДІЄСЛІВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ**

Пізнання будь-якого тексту можливе лише через аналіз його складових, їх особливостей та функцій у ньому. Функціонування мовних одиниць у тексті залежить від специфіки комунікативних умов та семантики мовної одиниці. У разі необхідно вивчення загальних особливостей кожного типу газетного тексту і загальної комунікативного завдання різних типів медійного тексту. У центрі фразеологічного значення – людина, її погляди світ. Реалізація значення відбувається у процесі комунікації через включення значення фрейму. Актуалізація основної семантичної інформації дієслівних фразеологічних одиниць здійснюється у межах фразеологічних змін, які отримали назву скриптів.

Фразеологічна одиниця вербалізує стереотипічні зміни мовної свідомості – скрипти, поява яких зумовлена комунікативно-прагматичними інтенціями адресанта вплинути на підсвідомість адресата. Семантичне дублювання, семантична конкретизація та семантична інтерпретація є різними способами семантичного розгортання та семантичного згортання інформації дієслівних фразеологічних одиниць, засновані на логіко-семантичних відносинах.

### **2.1. Проблема визначення семантики у сучасних лінгвістичних дослідженнях**

Лінгвістика це наука не тільки про мову, а й про мову як засіб, який відображає світ таким, яким його бачить людина, що говорить цією мовою. Таким чином, лінгвістика, і зокрема, семантика, досліджує мову в тісному взаємозв'язку зі свідомістю людини, і тому на даному етапі свого розвитку

вона розглядається нероздільно з усіма традиційно гуманітарними науками, такими як психологія та філософія.

М. Бреал, який перший в 1883 використовував термін семантика для позначення розділу науки. Автор включає в термін "семантика" два аспекти:

- 1) пошук семантичних законів та його витоків;
- 2) дотримання еволюції значення в істинно діяхронічному аспекті.

Основою в розробці семантичних законів у М. Бреал є історія, соціологія та психологія, що і є причиною розмежування внутрішньої та зовнішньої лінгвістики [Бреал].

Л. Мартиросян розглядає особливості вивчення семантики слова в аспекті слов'янської культурної традиції. Наводить приклади зіставлення лексичних одиниць на позначення різних аспектів життєдіяльності. Дослідник виділив такі найважливіші положення семасіології:

1. Закони семантики проявляються у групах і системах слів, у «полях слів», а не в окремих словах.

2. Ці групи поділяються на два види, які можуть комбінуватися:

- об'єднання внутрішньомовні, за «сферами уявлень» (або у сучасній термінології, «сигніфікативні»), у яких діють психологічні закономірності;

- об'єднання позамовні, за предметними галузями, наприклад, поняття «ярмарки», «ігор та видовищ», «заходів та терезів» тощо, тут діють конкретно-історичні закономірності, пов'язані з виробничим та соціальним життям суспільства.

3. Універсальні, головним чином, синтаксичні, закономірності пов'язані з побудовою та перетворенням речень (висловлювань), наприклад, перехід від абстракції процесу, від вираження дії, до позначення матеріального результату процесу, предмета: «установа» — встановлення → «установа» — громадська чи державна організація.

Лінгвіст С.В. Криворученко у своїй роботі згадав американського філософа, логіка та математика У. Куайна, який виділяє дві галузі семантики:

1) Сильна семантика розглядає значення як фрагмент дійсності та включає знання про світ у лінгвістичний аналіз. З погляду сильної семантики описати значення – сформулювати дефініцію, яка співвідносить мовну одиницю з певним фрагментом навколишньої дійсності чи якогось можливого світу (наприклад, художнього твору). Ця галузь визначає зв'язок між словом і реалією, цим дає можливість розпізнавати предмети, ознаки, процеси.

2) Слабка семантика вважає, що значення відноситься не до фрагмента світу, а до людини. Для визначення семантики будь-якої мовної одиниці досить визначити її ставлення до іншої мовної одиниці. Слабка семантика надає відбитої у мові дійсності суб'єктивний характер, оскільки значення слова визначається й не так тим, що воно означає у світі, скільки тим, чому слово протиставлено у самій мові [Криворученко, с.129].

Таким чином, аналіз теоретичних робіт із проблеми дозволив зробити такі висновки:

1) вивчивши різні підходи до поняття семантики, спиратимемося на визначення, запропоноване Академічним тлумачним словником української мови: Семантика – це значення мовних одиниць — окремих слів, фразеологізмів, складових частин слова тощо [Академічний тлумачний словник української мови].

## **2.2. Коннотативний компонент значення**

Лютехармс Маделайне трактує ментальний лексикон, як «словник у пам'яті», що з найменш значущих модулів промови. Ментальний лексикон - це поняття, використовуване у лінгвістиці та психолінгвістиці для позначення способу побудови та структурної організації лексичного мовного знання у мозку людини. Даними модулями є слова, що мають словоформи та пов'язані з ними значення. Ментальний лексикон складається із слів, які

утворюють лексичні мережі. Будь-який використаний лексичний елемент активує інші пов'язані лексичні елементи, таким чином активізується ще більша мережа. Ментальний лексикон має на увазі відповідність між ідеєю, значенням та формами, які відображені в нашій пам'яті. Функції ментального лексикону: зберігання, пошук, розуміння та використання слова [Lutjeharms Madeleine].

Польський лінгвіст Є. Курилович вважає, що слово відображає як знання у системі мови, так і знання з контексту. Слово включає в себе як мовну, так і позамовну інформацію, що забезпечує зв'язок між особистісним знанням індивіда та колективним знанням, між світом мови та світом мови. Відмінність головного мовного значення і приватних значень, що відносяться до нього, полягає в тому, що головне значення визначається не тільки самим контекстом, а й приватними значеннями, які доповнюють семантичне значення головного елемента контексту [Kurylowicz, P.5-35].

Багато вчених дають різноманітні визначення значення слова як лексичної одиниці мови. Також дуже різноманітними є підходи до значення слова. Найбільш повною, на думку, є типологія Т. Семашко, яка виділяє 5 підходів до розуміння значення слова:

- 1) асоціативний;
- 2) параметричний;
- 3) ознаковий;
- 4) прототипний;
- 5) ситуаційний.

Поняття асоціативного значення сформувалося в процесі пошуків внутрішньої структури, глибинної моделі зв'язків та відносин, які складаються у людини через мовлення та мислення, лежать в основі "когнітивної організації" її досвіду і можуть бути виявлені через аналіз асоціативних зв'язків слова [Семашко: 83].

При виділенні параметричного підходу до дослідження значення слова увага акцентується на тому, що носій мови розуміє значення слова не як

монолітне, а як розкладене на складові, які мають ступінь виразності, що у свою чергу піддається кількісному виміру [Так само: 83].

Ознаковий підхід акцентує увагу, яким чином користується значенням слова індивід, і яка низка ознак характеризує пов'язані зі значенням цього слова об'єкти, дії тощо.

В основі прототипного підходу лежить поняття типовості поєднання ознак та ступеня значущості таких ознак із метою пов'язати якийсь об'єкт (дії тощо) з певною категорією.

Переходячи до ситуаційного (подійного) підходу необхідно підкреслити, що значення слова включає більш об'ємну одиницю таку, як пропозиція, кадр, схема, сцена, сценарій, подія і т.п.

У сучасній лінгвістиці виділяються групи лексичних конотацій, зумовлених різними причинами. За А.С. Стадній, який ґрунтує своє дослідження на класифікаціях В.І. Говердовського та І.Б. Радченко виділяє такі групи конотацій:

- ситуативно-психологічні – конотації іронічності, евфемістичності, меліоративності, пейоративності, посилення;
- соціально-лінгвістичні – конотації жаргонічності, розмовності, книжності;
- власне мовні – конотації новизни, іншомовності, архаїстичності, термінологічності;
- локальні – конотації діалектності;
- культурні – конотації ідеологічності та культури [Стадній].

Поняття «конотація» інтерпретується багатьма дослідниками як додатковий зміст слова, саме стилістичний відтінок, який доповнює основний зміст слова. За А.С. Стадуїй «експресивно-емоційний аспект — конотація» [Там само].

За А.М. Грималюк, який підтримує погляди А.В. Куніна, що стверджує, що конотація не накладається на основний зміст слова або фразеологізму, а



перебуває у складній єдності з ним, оскільки існує не тільки раціональне, а й тісно з ним пов'язане чуттєве пізнання дійсності [Грималюк, с. 79-81].

В.М.Телія визначає конотацію як семантичну сутність, що узуально або окказіонально входить в семантику мовних одиниць і виражає емотивно-оцінне і стилістично маркіроване ставлення суб'єкта мови до дійсності при її позначенні у висловлюванні, яке тим самим отримує експресивний ефект.

Найбільш вивченим компонентом конотації є стилістичний компонент. Існує кілька стилістичних класифікацій слів, їх намагаються об'єднати в одну, відповідно до якої виділяють основні різновиди стилістичного компонента слова: нейтральний стилістичний компонент (міжстильовий), книжний, розмовний стилістичний компонент [Стадній]. У межах конотації стилістичний компонент протидіє іншим компонентам – емоційному, оцінному та експресивному; він характеризує умови спілкування, тоді як інші компоненти – певне ставлення мовців до предмета спілкування. Традиційно вважають, що конотація має кілька елементів у своїй структурі: емотивний, експресивний та оцінний. Це можна віднести до складових конотації як і стилістичний компонент. Усі перелічені компоненти можуть як співіснувати разом у різних поєднаннях, і відсутні взагалі. Ще до компонентів конотації багато лінгвісти відносять образність.

Емоції завжди супроводжуються оцінкою. Емотивність – це емоційність у мовному заломленні, тобто чуттєва оцінка об'єкта, вираз мовними засобами почуттів, настроїв, переживань людини.

Емоції можна розділити на дві групи – позитивні та негативні, отже, у мові вони зводяться до позитивно-емотивних та негативно-емотивних. Багато дослідників вважають, що в англійській лексикографії недостатньо розроблені емотивні та негативні оцінки та повністю відсутні позитивні оцінки.

У своїх працях А.В. Кунін описує експресивність як виразно-образні риси слова чи фразеологізму, які зумовлені образністю, інтенсивністю чи емотивністю [Грималюк, с. 80].

Таким чином, експресивність - функціональна категорія впливу, що забезпечує інтенсивність сприйняття інформації.

Отже, аналіз теоретичних робіт з проблеми дозволив зробити такі висновки:

1. Слово відображає одночасно мовну та позамовну інформацію, утворюючи зв'язок між особистісним знаннями індивіда та колективними знаннями, між світом мовця та світом мови;

2. У нашій роботі спиратимемося на визначення конотації, дане О.В. Куніним, який вважає, що конотація не накладається на основний зміст слова або фразеологізму, а перебуває у складній єдності з ним, оскільки існує не тільки раціональне, а й тісно пов'язане з ним чуттєве пізнання дійсності.

### **2.3. Проблеми класифікації фразеологічних одиниць**

Питання класифікації фразеологічних одиниць присвячено безліч праць, але єдиного погляду дослідники так і не дійшли. Тому ця проблема продовжує бути однією з найважливіших проблем фразеології.

Класифікація ФО будується на різноманітних критеріях. Французький філолог Ш. Баллі називає фразеологізмами поєднання, які міцно увійшли у мову. Вчений першим систематизував фразеологічні звороти на підставі їхньої семантичної злитості. Ця класифікація будується на основі ступеня стійкості: поєднання з вільним угрупованням компонентів (фразеологічні групи) та поєднання з відсутністю такої свободи (фразеологічні єдності). Автор не дає детального опису, лише схематично показує дані групи.

В.В. Виноградов доповнив класифікацію Ш.Баллі, запропонувавши три типи фразеологічних зворотів: зрощення, єдності та сполучення. Цю класифікацію прийнято вважати традиційною.

Фразеологічні зрощення – одиниці, в яких цілісне значення вмотивоване переносним значенням їхніх компонентів. Наприклад: тримати камінь за пазухою (приховувати злість), прикусити язика (замовкнути), пекти

раків (червоніти), horn of plenty (повна чаша), to rise to the occasion (бути на висоті), to spill the beans (видати секрет).

Фразеологічні зрощення – це група фразеологізмів, значення яких не вмотивоване значенням компонентів, які входять до їх складу. Наприклад: бити байдики, піймати облизня, точити яси, а knowing old bird (стріляний горобець), sore subject (гостре питання), to kick the bucket (померти).

Фразеологічні сполучення – це фразеологізми, значення яких вмотивоване значенням їхніх компонентів. Наприклад: порушити питання, взяти слово, брати рушник, way of life (спосіб життя), old wives' tale (бабині казки) [Офіційний сайт української мови. URL: [https://ukrainskamova.com/publ/chinnij\\_pravopis/leksika/klasifikacija\\_frazeologizmiv/5-1-0-70](https://ukrainskamova.com/publ/chinnij_pravopis/leksika/klasifikacija_frazeologizmiv/5-1-0-70)].

За М. Демським, досить поширене визначення Н.М. Шанського, який визначає фразеологічний зворот як мову, що відтворюється в готовому вигляді, що складається з двох або більше наголошених компонентів мовного характеру, фіксованих за своїм значенням, складом і структурою.

Н.М. Шанський додав до традиційної класифікації В.В. Виноградова фразеологічні висловлювання, стійкі у своєму складі та вживані звороти, які складаються зі слів із вільним значенням (consolation race – втішний заїзд) [Демський].

Д. Сизонов розрізняє ФО та ідіоми. Фразеологічна одиниця зводиться до одного цілого слова, так як відносини її компонентів ідіоматичні, саме тому вона має семантичну цілісність і включається в мову саме як одна одиниця ((to) get up – вставати (прокидатися), (to) fall in love – закохатися, (to) be surprised - здивуватися).

Ідіоми засновані на перенесенні значення – метафорі, що чітко усвідомлюється мовцем. Їхньою характерною рисою є яскраве стилістичне забарвлення, відхід від звичайного нейтрального стилю (double cross - обман, обдурювання, етимологічно - змагання, в якому обидва учасники застосовують заборонені прийоми).

Також мовознавці виокремлюють два типи ФО: фраземи та ідіоми.

Фразема – це одиниця постійного контексту, у якій вказівний мінімум, необхідний розуміння значення цього слова, залишається незмінним (hold the belt – зайняти перше місце, висунутися, even the score – сквитатися, зайняти рівне положення), а другий компонент є обов'язковим мінімумом для першого.

Ідіоми, на відміну фразем, – це одиниці постійного контексту, у яких вказівний мінімум і семантично реалізований елемент нормально становлять тотожність і обидва представлені загальним лексичним складом словосполучення. Ідіоми характеризуються цілісним значенням (have no kick left - бути без сил, видихнутися, бути не в змозі чинити опір, set the pace - задавати тон, темп, лідирувати).

Наступним критерієм, що є підставою для класифікації фразеологізмів, служить структура.

Н.М. Шанський виділяє дві групи:

- номінативні – фразеологізми, які виражають якість дійсності та виконують функцію будь-якого члена речення;

- комунікативні – фразеологізми, які є цілими пропозиціями, що вживаються або самостійно, або як частина структурно складнішої пропозиції.

Згідно класифікації Т.Ю. Сушко, який в основу поклав класифікацію А.В. Куніна, ділить ФО на чотири великі групи: номінативні, комунікативні, номінативно-комунікативні, вигуківі.

До номінативних відносяться [Сушко]:

а) іменні – позначають особу чи предмет, їх головний компонент – іменник: a dog in the manger – собака на сні;

б) ад'єктивні – позначають якісну характеристику особи чи предмета: alive and kicking – цілий та неушкоджений; high and mighty - зарозумілий, гордовитий;

в) адвербіальні та прийменникові – позначають якісну характеристику дії: *by hook or by crook* – усіма правдами та неправдами, *on the off-chance* – на авось.

Номінативно-комунікативні фразеологізми, на думку А.В. Куніна, виконують функцію назви дії; основним їх компонентом є дієслово: *carry the day* – здобути перемогу, *play with fire* - Грати з вогнем.

Третя група включає в себе вигуківі фразеологізми, які виражають емоції: *by the Lord Harry* – чорт забирай!, *by George* – їй-богу!

Четверта група – комунікативні фразеологізми – складається з прислів'їв і приказок, під якими, на думку А.В. Куніна, «зазвичай розуміють афористично стислі висловлювання з повчальним змістом у ритмічно організованій формі»: *good health is above wealth* – здоров'я дорожче будь-якого багатства [Сушко].

За І. Патен, Н.М.Шанський диференціює фразеологічні звороти на підставі експресивно-стилістичних властивостей:

- Міжстильові фразеологічні звороти – це стійкі поєднання слів, які є у всіх стилях мови;
- Розмовні побутові фразеологічні звороти – це стійкі поєднання слів, переважно або винятково вживані в мовленні. Їх відрізняє образний характер, вони експресивно-стилістично забарвлені ;
- Книжкові фразеологічні звороти – це стійкі поєднання слів із «підвищеним» експресивно-стилістичним забарвленням (книжковим, урочистим, патетичним, поетичним та ін.), переважно або виключно вживані в писемному мовленні;
- Фразеологічні історизми – це фразеологічні звороти, що вийшли з активного вживання у зв'язку зі зникненням відповідного явища дійсності .
- Фразеологічні архаїзми – це фразеологічні звороти, що вийшли з активного вжитку у зв'язку з витісненням їх іншими стійкими поєднаннями чи окремими словами, які виявилися більш придатними для висловлення відповідних понять [Патен].

Отже, не зважаючи на безліч досліджень у цій галузі в мовознавстві, немає універсального визначення ФО та єдиної класифікації.

У цій роботі спиратимемося на класифікацію В.В.Виноградова, який ділить фразеологізми на три типи (фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення). Ця класифікація вважається традиційною і є найбільш обґрунтованою.

## **2.4. Медійний дискурс**

Фразеологізми використовуються у спілкуванні, літературних творах та медійних творах. ЗМІ займаються формуванням масової свідомості та коректуванням суспільної думки, якщо вона різниться з офіційною. Медійні тексти є інструментами класового контролю, які висвітлюють певну подію, ураховують різні думки та займаються передачею офіційної думки за допомогою «закодованої знакової системи», яка являє собою мову преси, запроваджують певні цінності та змінюють інші.

Ю. Шепель пише: «Медіадискурс – це зв'язний вербальний чи невербальний, усний чи письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами, що виражений за посередництвом засобів масової комунікації». Основними видами медіадискурсу є: теледискурс, радіодискурс, комп'ютерний дискурс, рекламний дискурс, PR-дискурс та публіцистичний дискурс [Шепель: 304–305]. Фразеологізми в медіатворах виникають відповідно до вимог часу та в процесі суспільнополітичного розвитку певної країни.

Д. Сизонов вважає медійним фразеологізмом певну мовну універсалію, яка надає медійним творам експресивності та емоційності. Медіафразеологізм – це один із найвиразніших та дієвих лексичних одиниць у медійному дискурсі, якого використовують для емоційного впливу на читача. Фразеологічні одиниці надають медійним творам метафоричності, конотативності та експресивності. А сам фразеологізм набуває нового

відтінку значення та може вживатися як прямо, так і модифіковано [Сизонов: 60].

Трансформації фразеологізмів застосовуються тільки тоді, коли в реципієнтів є фонові знання про фразеологізми. У лінгвістиці, як наголошує Н. Гончарова, існують такі групи фразеологічних трансформацій: семантична, лексична, синтаксична, морфологічна та словотворча.

Семантична трансформація полягає в тому, що фразеологізм набуває нового змісту, при цьому зберігаючи свою лексико-граматичну цілісність. У процесі дефразеологізації фразеологізм втрачає свої основні ознаки внаслідок створення нових самостійних значень його компонентів. Наприклад: *At last, car manufacturer offering something other than hot air. Cold air* (Top Gear, April, 2010).

Приєм подвійної актуалізації – один із найпоширеніших прийомів дефразеологізації. Під час подвійної актуалізації відбувається реалізація в одному контексті фразеологічного значення і вихідних словникових значень компонентів словосполучення-прототипу. Наприклад: *Slip Beauty Sleep Collection Gift Set* (Brit+Co, November 18, 2020).

Семантико-стилістична функція розглянутого прийому полягає у створенні гумористичного (комічного, іронічного, сатиричного) та ігрового ефектів. Лексичні трансформації за допомогою змін компонентів фразеологізма надають семантиці фразеологізму нові смислові відтінки, при цьому не змінюючи його синтаксичну структуру. Наприклад: *The prospect of a Democratic president has unsurprisingly rekindled fears of even more extensive rights-related sanctions against top Philippine officials, including Duterte, who is set to step down from office in early 2022* (Asia Times, November 9, 2020). У фразеологічній одиниці *kindle the flame* – розпалити полум'я відбувається лексична заміна другої частини фразеологізму.

Синтаксичні трансформації є найчисельнішими та полягають у збільшенні, скороченні або зміні синтаксичної структури фразеологізму. До синтаксичних трансформацій належать редуція, додавання компонентів,

зміна комунікативного типу речення, парцеляція, контамінація та алюзія. Редукція – це скорочення компонентного складу фразеологізму, під час якого відбувається його переосмислення. Наприклад: *Jupyter trojan: Newly discovered malware stealthily steals usernames and passwords* (Zdnet, November 16, 2020). В цьому прикладі ми можемо спостерігати скорочення фразеологізму *Trojan horse* (троянський кінь (прихована небезпека)). Додавання компонентів зазвичай відбувається напочатку, всередині або наприкінці. Новий компонент збагачує фразеологізм новим смислом та надає йому експресивності та оригінальності. Наприклад: *Over the years, Rockstar has never given up following his goose that lays the golden eggs* (Somag news, November 21, 2020). У цьому прикладі ми бачимо, що автор додав до фразеологізму присвійний займенник *his*.

Оказіональні зміни комунікативного типу висловлювання перетворюють розповідне речення в питальне. Наприклад: *Is Pandora's box really the origin of all evil?* (Prospect, November 9, 2020) Під час парцеляції елементи фразеологізму розділяються комою або крапкою. Наприклад: *He welcomed the law. With open arms* (The Guardian, October 22, 2017).

Контамінація – це поєднання 2 фразеологізмів в 1 (зі скороченням компонентного складу одного з них або без змін). Наприклад: *Facebook Published A Report On Its Evolving Efforts To Tackle Hate Speech* (Digital Information World, November 21). Цей приклад показує нам поєднання двох фразеологізмів: *to tackle a problem* (вирішувати проблему) та *hate speech* (заклик до насильницьких дій).

Алюзія – це використання лексем, фраз, цитат як натяку на загальновідомий факт. Наприклад: *Few pieces of silver* (Trinidad & Tobago Express Newspapers, November 5, 2020). У цьому прикладі трансформації зазнав фразеологізм *the thirty pieces of silver* (тридцять срібняків).

Морфологічні трансформації полягають у змінах частин мови компонентів фразеологізму. Наприклад: *A father tying his daughter's shoes in the rain becomes a near Sisyphean labour* (The Irish Times, November 6, 2020).



Трансформації зазнав фразеологізм а labour of Sisyphus (сізіфова праця, важка і марна робота). Словотворчі трансформації полягають у додаванні словотворчих афіксів до фразеологізму [Гончарова: 3–5].

## **2.5. Мова політиків в медіадискурсі: поняття та ефективність**

Сучасна лінгвістика розглядає текст як одиницю спілкування, як встановлення контакту для людей. Через текст автор досягає певних цілей у конкретній ситуації. Яскравим прикладом є політичні тексти в медійному дискурсі.

В.З. Дем'янков називає дискурс текстом у його становленні перед думкою інтерпретатора. На думку автора, дискурс складається з пропозицій або їх фрагментів, а зміст дискурсу часто, хоч і не завжди, концентрується навколо деякого «опорного» концепту [Дем'янков: 116].

Великий енциклопедичний словник трактує поняття «дискурс» як зв'язковий текст разом із екстралінгвістичними чинниками; як текст, взятий у подієвому аспекті; як компонент, що бере участь у взаємодії людей та механізмах їх свідомості. Дискурс – це мова, занурена у життя.

За С.В. Шило, Л.В. Гаврилова визначає політичний дискурс як актуальне використання мови у соціально-політичній сфері спілкування та у громадській сфері спілкування [Шило].

На думку австрійської лінгвістки Рут Водак, політична мова знаходиться між двома полюсами: функціонально-обумовленою спеціальною мовою та жаргоном певної групи із властивою їй ідеологією. Тому політична мова має виконувати суперечливі функції, зокрема бути доступною для розуміння (відповідно до завдань пропаганди) та орієнтованої на певну групу (з історичних та соціально-психологічних причин). Р.Водак також стверджує, що саме доступність та орієнтованість є найважливішими ознаками політичного дискурсу [Wodak].

Загально прийнято вважати, що головна мета політичного курсу – переконувати. Будь-який текст може впливати на свідомість адресата через свою знаковість. Але в політичному дискурсі саме мовленнєва дія є найважливішим завданням комунікації, для досягнення якої необхідно правильно зробити вибір лінгвістичних засобів.

Під політичною мовою розуміє особливу підсистему національної мови, призначену для політичної комунікації: для пропаганди тих чи інших ідей, емотивного впливу на громадян та спонукання їх до політичних дій, для вироблення суспільного консенсусу, прийняття та обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах множинності точок зору в суспільстві.

Деякі лінгвісти характеризують політичний дискурс як тексти, що відображають політичну та ідеологічну практику будь-якої держави, окремих партій та течій у певну епоху.

Лінгвіст Шапочкін Д.В. вважає, що до політичного дискурсу належать газетно-публіцистичні тексти, ораторські виступи, присвячені політиці, офіційні тексти на політичну тему (постанови, укази), політичні статті [Шапочкін: 59].

У практичній частині нашої роботи ми аналізуватимемо ФО, які зустрічаються у статтях політичної тематики в електронних англomовних виданнях. Даний вид статей є загальнодоступним, також робота з електронним текстом спрощує процес дослідження, дозволяючи легко виявляти необхідну інформацію. У межах нашої роботи використання електронних ресурсів медійного дискурсу дозволить детальніше вивчити особливості використання ФО у мові політиків.

О. Максимчук розглядає політичний дискурс як різновид інституційного дискурсу, що визначається типами соціальних інститутів, що склалися в суспільстві. Автор відмічає, що мовленнєва реальність може проявлятися двома шляхами: тоталітарним і демократичним. Саме тоталітарно-політичний дискурс за певними параметрами наближається до релігійного. Також ще одним аспектом такого прояву є сприйняття

політичного лідера, вождя як божество, який наділений надприродними можливостями. Таким чином, найважливішою функцією політичного дискурсу є функція політичної пропаганди, переконання та впливу. Дискурс, це – суттєва складова соціокультурної взаємодії, характерними рисами якої є інтереси, цілі, стилі і формування такої суспільної думки, що потрібна для автора дискурсу.

Ключовими рисами інституційного дискурсу вважатимуться такі характеристики:

- специфічна мета спілкування;
- фіксовані, типові обставини спілкування у межах певного соціального інституту, звідси впливають офіційність стилю, жорстка заданість тематики;
- специфічна комунікативна функція учасників спілкування, представник інституту – адресат;
- специфічні характеристики текстів.

Основним прагматичним критерієм виділення політичного дискурсу є поняття боротьби за владу, під владою розуміється здатність, право і можливість розпоряджатися, підпорядковувати, впливати на будь-кого [Максимчук: 6].

Політичний дискурс є єдиним різновидом спеціалізованої комунікації, зверненої до масової аудиторії, внаслідок чого в ньому використовуються як типово інституційні, так і абсолютно неінституційні елементи. Наступна дефініція терміну «політичний дискурс» – це закінчений зв'язний текст у комплексі з екстралінгвістичними факторами, який є соціально значущою діалоговою взаємодією учасників комунікації, що складається зі спроби впливу на реципієнта з боку того, хто говорить за допомогою набору комунікативних інструментів, насамперед дискурсивних стратегій і тактик. Метою політичного дискурсу вважає завоювання, зміцнення та збереження політичної влади.

Суспільне призначення політичного дискурсу, згідно з В.З. Дем'янкова, - не описати, а переконати, викликавши в адресаті наміри, дати ґрунт для переконання і спонукати до дії [Дем'янкова: 43].

Для ефективного впливу у межах будь-якого дискурсу, орієнтованого навіювання, необхідно враховувати систему поглядів потенційного інтерпретатора, необхідно вміти торкнутися потрібну струну у цій свідомості.

## **Висновки до розділу 2**

Семантичне дублювання, семантична конкретизація та семантична інтерпретація є різними способами семантичного розгортання та семантичного згортання інформації дієслівних фразеологічних одиниць, засновані на логіко-семантичних відносинах.

Вивчивши різні підходи до поняття семантики, спиратимемося на визначення, запропоноване Академічним тлумачним словником української мови: Семантика – це зачення мовних одиниць — окремих слів, фразеологізмів, складових частин слова тощо.

Поняття «конотація» – зміст слова, саме стилістичний відтінок, який доповнює основний зміст слова. Конотація не накладається на основний зміст слова або фразеологізму, а перебуває у складній єдності з ним, оскільки існує не тільки раціональне, а й тісно з ним пов'язане чуттєве пізнання дійсності. Традиційно вважають, що конотація має кілька елементів у своїй структурі: емотивний, експресивний та оцінний.

Слово відображає одночасно мовну та позамовну інформацію, утворюючи зв'язок між особистісними знаннями індивіда та колективними знаннями.

Проаналізувавши різні класифікації ФО, було прийнято рішення використовувати у роботі традиційну класифікацію В.В.Виноградова, який запропонував три типи фразеологічних зворотів: зрощення, єдності та сполучення.

Медіадискурс – це зв'язний вербальний чи невербальний, усний чи письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами, що виражений за посередництвом засобів масової комунікації.

Медіафразеологізм – це один із найвиразніших та дієвих лексичних одиниць у медійному дискурсі, якого використовують для емоційного впливу на читача. Фразеологічні одиниці надають медійним творам метафоричності, конотативності та експресивності. А сам фразеологізм набуває нового відтінку значення та може вживатися як прямо, так і модифіковано. У лінгвістиці існують такі групи фразеологічних трансформацій: семантична, лексична, синтаксична, морфологічна та словотворча.

Політичні тексти в медійному дискурсі це одиниці спілкування, як встановлення контакту та впливу на читача/слухача. Під політичною мовою розуміємо особливу підсистему національної мови, призначену для політичної комунікації: для пропаганди тих чи інших ідей, емотивного впливу на громадян та спонукання їх до політичних дій, для вироблення суспільного консенсусу, прийняття та обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах множинності точок зору в суспільстві.

## **РОЗДІЛ III. СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ**

### **3.1. Аналіз фразеологічних одиниць у медійних текстах про політиків**

На першому етапі нашого дослідження відбирали матеріал для подальшого аналізу. Матеріалом були статті про відомих політичних діячів у недійному дискурсі, опубліковані на сайтах британських видань: корпорації новин BBC (<http://www.bbc.com>), газет The Guardian (<https://www.theguardian.com>), The Independent (<http://www.independent.co.uk>), The Telegraph (<http://www.telegraph.co.uk>) та журналів The Economist (<http://www.economist.com>) та The Spectator (<https://www.spectator.co.uk>). Свій вибір ми зупинили на особистостях провідних політиків: Д. Трамп, Х. Клінтон, Б. Обама, А. Меркель.

На цьому етапі були отримані такі результати:

- проаналізовано понад 50 статей, опублікованих у період з квітня 2019 року по квітень 2020 року;
- дослідження показало, що ФО присутні не у всіх статтях, а лише у 30 статтях із загального списку проаналізованих;
- під час дослідження було виявлено лише 60 ФО, вибір яких було підтверджено даними наступних лексикографічних джерел:

1. Cambridge Idioms Dictionary, 2nd ed. Copyright. Cambridge University Press 2006;
2. Cambridge Dictionary of American Idioms. Cambridge University Press 2003;
3. Farlex Dictionary of Idioms. By Farlex 2015;
4. Longman Exams Dictionary. Pearson Education Limited, 2006;

5. McGraw-Hill Dictionary of American Idioms and Phrasal Verbs. 2002 The McGraw-Hill Companies, Inc;

6. The American Heritage. Dictionary of Idioms Christine Ammer. Copyright. 2003, 1997 by Christine Ammer 1992 Trust. Published by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

7. Фразеологічний словник української мови. Уклад.: В.М. Білоноженко та ін. К.: Наук, думка, 1993.

8. Англо-український фразеологічний словник. Уклад. К.Т. Баранцев. 2-ге вид., випр. К.: Т-во “Знання”, КОО, 2005. 1056 с.

Як основне лексикографічне джерело використовували Академічний фразеологічний словник української мови та Англо-український фразеологічний словник, але оскільки дані словника є застарілими, деякі фразеологізми не були виявлені в ньому і саме тому також були використані й інші фразеологічні словники, зокрема Практичний англо-український словник фразеологічних синонімів. Т. Береза. 2011. К. та Українсько-англійський та англо-український фразеологічний словник. Є. І. Гороть, Ю. В. Громик, Л. К. Малімон, Л. П. Павленко, А. Б. Павлюк, О. О. Рогач. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 304 с.

На другому етапі нашого дослідження згрупували ФО у три групи з погляду семантичної єдності згідно з класифікацією В.В. Виноградова: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення.

До фразеологічних зрощень відносяться семантично неподільні звороти, загальне значення яких впливає із семантичної взаємодії їх компонентів:

- 1) bad luck - невдача, нещастя, не пощастило!, яка невдача!;
- 2) clear-cut - чіткий, певний, чітко окреслений;
- 3) common ground – спільна справа, спільні інтереси, спільна позиція, спільність поглядів, спільна мова, порозуміння; згоден!, я теж так думаю!, аналогічно!;
- 4) cut out – припиняти, зупиняти, вимикати;

- 5) cold comfort – слабка втіха;
- 6) double down – грати за високими ставками, грати на великі гроші, йти «ва-банк»;
- 7) down the line – зрештою;
- 8) get away with murder - залишатися безкарним, проходити безкарно, вислизнути, втекти, легко позбутися, вийти сухим із води, зійти з рук;
- 9) glass ceiling – «скляна/невидима стеля», система поглядів у суспільстві, згідно з якими жінки та представники національних меншин не повинні займати керівні посади;
- 10) have the last laugh – сміятися останнім, тріумфувати (над ким-небудь) походить від прислів'я He laughs best who laughs last;
- 11) kick in the pants - стусан під зад, головомийка, рознесення, прочухан, всипати, дати нахлобучку;
- 12) last-ditch - відчайдушний; безнадійний;
- 13) long shot - ризикована ставка, смілива/сумнівна спроба, авантюра;
- 14) make ends meet - зводити кінці з кінцями;
- 15) odds-on - лідер, виграшна позиція (ант.long shot);
- 16) be off the hook - виплутатися з неприємної ситуації, позбутися неприємностей;
- 17) be on the ropes – висіти на волосині, перебувати у вкрай небезпечному/ненадійному становищі;
- 18) out of hand - не роздумуючи, не заглиблюючись у справу, без зайвих роздумів, із порогу, негайно, одразу ж, без зволікання;
- 19) pick and choose - ретельно вибирати, колупатися, копатися;
- 20) put on a brave face - вдавати, триматися, зробити хорошу міну, поводитися «наче й не було нічого»;
- 21) rule out - виключати (можливість); заважати, перешкоджати;
- 22) run for – балатуватися, виборювати посаду, виставляти свою кандидатуру під час виборів;
- 23) soap opera - "мильна опера", багатосерійна передача;



24) tit-for-tat - зуб за зуб, тією ж монетою, послуга за послугу, око за око; як гукнеться, так і відгукнеться;

25) tough luck - непруха, невезуха, погано справа, ось невдача!, ось невдача!

До фразеологічних єдностей належать фразеологізми, загальне значення яких випливає із семантичної взаємодії компонентів. Переважна більшість утворилася в результаті метафоричного переосмислення вільних словосполучень:

1) at all costs – будь-що, будь-якою ціною, усіма способами, будь-якими засобами;

2) at first glance – здавалося б, з першого погляду;

3) blind spot - сліпа пляма, мертва зона (в автомобільних дзеркалах заднього виду); незнайома область, нерозуміння;

4) bully pulpit – висока трибуна, агітатор;

5) face-to-face – навпроти один одного, віч-на-віч, наодинці, без сторонніх;

6) fall into the wrong hands – потрапити у погані руки;

7) go wrong - збитися з істинного шляху, піти навперекір, не вдаватися, не виходити;

8) in a hurry – поспіхом, у метушні, на швидку руку; швидкоруч; охоче, легко;

9) kick like a mule – дуже сильно подіяти;

10) olive branch – мирна пропозиція, жест доброї волі, пропозиція про примирення;

11) be out of the woods – залишити позаду труднощі, бути поза небезпекою, подолати кризу, залишити найгірше позаду;

12) shake hands - по руках!, Потиснути один одному руки, обмінятися рукостисканням; привітатися;

13) take office – обійняти посаду, вступати на посаду, приступити до виконання службових обов'язків, прийняти справи;

14) turn back the clock – повернути час/колесо історії назад;  
затримати/гальмувати розвиток;

15) under pressure – під тиском, за власним бажанням, проти волі;

16) (to be та to get) under way – бути на ходу, у русі; відбуватися /  
здійснюватися на даний час;

17) up and down – туди й сюди, там і там; скрізь, всюди, з голови до ніг,  
зверху вниз, що діє прямо/відкрито/без церемоній.

До фразеологічних сполучень належать ФО, які складаються із двох  
слів, одне з яких має вільне, інше – пов'язане значення. У складі  
фразеологічногосполучення в повному обсязі слова наділені однаковою  
семантичною повноцінністю. Існують фразеологічні сполучення, у складі яких  
слово зі зв'язаним значенням не співвідноситься з системою значень слова:

1) about-face – раптова та повна зміна (погляди, відносини тощо),  
поворот навколо, на 180 градусів;

2) blow the hell out of - підірвати все до біса;

3) cut (one's) teeth – набувати життєвого/першого досвіду, робити перші  
кроки;

4) get along (with somebody) (spoken) - ладити, уживатися, бути в  
добрих відносинах, знаходити спільну мову;

5) get away with – робити будь-які дії, без ретельного дослідження  
проблеми, навіть якщо це не найкращий спосіб;

6) get rid of - позбутися, звільнитися, збагрили;

7) hitch your wagon to somebody or something – використовувати когось  
чи щось із метою домогтися успіху;

8) in (all) somebody's/something's glory - у всьому блиску, у всій красі;

9) be in somebody's pocket – бути в руках будь-кого;

10) in the face of something – перед обличчям чогось, під загрозою  
чогось; всупереч, не дивлячись ні на що;

11) make for – сприяти, прямувати;

12) be on the brink of something - бути / стояти на межі / на порозі;

13) play a role in something - грати роль, впливати, мати важливе значення;

14) pry into something – пхати свій ніс у чужі справи, підглядати, підглядати;

15) push over the edge - вивести з себе, довести до крайності, довести до жару, довести до ручки;

16) stand by someone or something – підтримувати, захищати, допомагати;

17) strike a blow against somebody/something - протидіяти, давати відсіч, перешкоджати, боротися, чинити опір;

18) take on board something - взяти до уваги, врахувати, взяти на озброєння.

На третьому етапі визначили коннотативне значення ФО, виявлених у статтях політиків.

Відповідно до послідів у словниках згрупували відібрані ФО таким чином:

1. Розмовні ФО загального вжитку figurative, informal, written:

*із поміткою informal:*

1. down the line
2. get away with murder
3. in a hurry
4. kick like a mule
5. long shot
6. on the ropes
7. out of the woods
8. push someone over the edge
9. tit-for-tat.

- *із поміткою figurative:*

1. at all costs
2. fall into the wrong hands

3. last laugh
4. on the brink of something
5. under way
- *із номіркою written*
1. get rid of
- без помилок:
1. at first glance
2. bad luck
3. clear-cut
4. cold comfort
5. common ground 6.cut (one's) teeth
7. cut out
8. double down
9. face-to-face
10. get along (with somebody)
11. get away with
12. glass ceiling
13. go wrong
14. in (all) somebody's/ something's glory
15. in somebody's pocket make ends meet
16. make for
17. odds-on favourite
18. off the hook
19. out of hand
20. pick and choose
21. play a role in
22. put on a brave face
23. rule out
24. shake hands
25. soap opera

26. stand by someone or something
27. take on board
28. under pressure
29. up and down
30. in the face of
31. last-ditch

2. Розмовні ФО, характерні для американського и британського варіантів англійської мови:

- поміткою *AmE* (*American English*)

1. blind spot
2. hitch your wagon to somebody
3. pry into something
4. run for
5. strike a blow against
6. turn back the clock

- с поміткою *BrE* (*British English*)

1. about-face
2. tough luck

3. Розмовні ФО, що включають такі варіанти розмовної мови, як жаргонізми та сленг (у тому числі і політичний):

- сленг – the kick in the pants;
- політичний сленг – take office;
  - жаргон – hell out of;
  - політичний жаргон – bully pulpit.

В результаті аналізу емотивної складової ФО у статтях про відомих політиків, зважаючи на те, що одиниці можуть бути позитивно-емотивними та негативно-емотивними, із 60 відібраних фразеологізмів (навіть незважаючи на відсутність у лексикографічних джерелах ), виділили три групи одиниць:

1. Позитивно-емотивні:
  1. at all costs

2. cold comfort
3. common ground
4. cut (one's) teeth last laugh
5. last ditch
6. long shot
7. odds-on favorite
8. double down
9. get along (with somebody)
10. hitch your wagon to somebody/ something
11. in (all) somebody's/something's glory
12. kick in the pants off the hook
13. out of the woods
14. pick and choose
15. shake hands
16. stand by someone something
17. strike a blow against

2.Негативно-емотивні:

1. bad luck
2. blind spot
3. fall into the wrong hands
4. get away with
5. go wrong
6. in somebody's pocket
7. in the face of
8. kick like a mule
9. olive branch
10. on the brink of something on the ropes
11. out of hand
12. push someone over the edge
13. put on a brave face

14. tit-for-tat
15. make ends meet
16. tough luck
17. under pressure
18. up and down

3.Нейтральні ФО:

1. about-face
2. bully pulpit
3. clear-cut
4. cut out
5. down the line
6. face-to-face
7. first glance
8. get away with murder
9. get rid of
10. glasse ceiling
11. hell out of in a hurry
12. make for
13. play a role in
14. pry into something
15. rule out
16. run for
17. soap opera
18. take office
19. take on board
20. turn back the clock
21. under way

ФО з погляду емотивної та експресивної конотації 58%

Образність як елемент конотації зазвичай визнається необхідною умовою експресивності, але не в усіх 35 позитивно-емотивних і негативно-

емотивних ФО, відібраних нами у статтях, у переосмисленні значення грає роль образність, а деяких, навпаки, нейтральних, образ простежується яскраво.

Четвертий етап нашого дослідження розділили на дві стадії:

3. На першій згрупували виявлені ФО за адресатом використання та вказали конотацію даних ФО (Таблиця 1):

Таблиця 1

	Позитивно-емотивні	Негативно-емотивні	Нейтральні
Трамп Д.	1.last laugh 2.pick and choose 3.strike a blow against	1.long shot 2.push someone over the edge	1.about-face 2.cut out 3.get away with murder 4. get rid of 5. kick in the pants 6. play a role in 7. take office 8. under way
Обама Б.	1. cold comfort 2.last-ditch 3.stand by someone or something	1.kick like a mule 2.olive branch 3.out of hand	1.bully pulpit 2.cut (one's) teeth 3.hell out of 4. in a hurry 5. pry into something 6.soap opera
Клинтон Х.	1. in (all) somebody's/ something's glory 2.off the hook 3.out of the woods	1.bad luck 2.go wrong 3.make ends meet 4.put on a brave face	1.clear-cut 2.down the line
Меркель А.	1. odds-on favourite	1.in the face of 2.on the ropes	1.face-to-face 2.run for



	2. shake hands	3. under pressure 4. up and down	3. take on board 4. turn back the clock
--	----------------	-------------------------------------	--

2. На другій стадії нашого дослідження порахували процентне співвідношення ФО за видами їхньої емотивної складової з метою визначити ставлення до тієї чи іншої політичної постаті. Отримані дані відобразили у Таблиці 2.

Таблиця 2

Політик Коннотація	Трамп Д.	Обама Б.	Клінтон Х.	Меркель А.
Позитивно-емотивне	23%	25%	33%	20%
Негативно-емотивне	15%	25%	44%	40%
Нейтральне	2%	50%	23%	40%

На заключному етапі нашої дослідницької роботи наочно продемонстрували найяскравіші приклади ФО та визначили їхню роль у контексті політичного дискурсу – статтях про відомих політиків.

put on a brave face

Hillary Clinton started on a brave face during the inauguration of Donald Trump, but the mask slipped, and many noticed the former presidential candidate moved forward upset. (Хілларі Клінтон старанно намагалася приховати свої справжні почуття на інавгурації Дональда Трампа, але все ж таки маска злетіла, і багато хто помітив, що колишній кандидат у президенти насправді засмучений).

Метафоричний перенесення за схожістю результату дії створює образ людини, яка надягла «хоробру маску», намагаючись приховати свої емоції та почуття на даний момент.

Фразеологізм put on a brave face уживаний у цьому контексті стосовно Хілларі Клінтон. Конотація ФО негативна, оскільки має значення «прикидатися», тобто показувати свого істинного особи.

out of the woods

Hillary Clinton said she is "ready to come out of the woods" and help Americans find common ground. (Хіллари Клінтон сказала, що вона готова залишити всі труднощі позаду і допомогти американцям домогтися порозуміння).

Етимологія даного фразеологізму сягає своїм корінням в Стародавній Рим і пов'язана з історією блукання в лісі. Відповідно, значення даного виразу out of the woods засноване на перенесенні значення і означає «вийти зі скрутної ситуації».

У цій статті ФО out of the woods є цитатою з промови Хіллари Клінтон і має позитивну конотацію. Враховуючи той факт, що пані Клінтон була головним претендентом на пост президента США, подібне формулювання з її вуст звучить підбадьорливо для американців, не лише для прихильників її кампанії, а й для тих, хто планував голосувати за іншого кандидата. Подібним чином можна пояснити і наступний фразеологізм, обидві ФО можна вважати синонімами, оскільки вони позначають «вийти зі скрутної ситуації», а також використані на адресу однієї і тієї ж політичної постаті – Гіллари Клінтон.

off the hook

The front page of the New York Post is typically rambunctious: "Saved in the Bell," the paper screams on the front page. Post Posts Clinton is "off the hook" again and looks like "her prayers have been answered. (Як завжди перша смуга The New York Post дуже зухвала: «Врятована дивом», газета так і кричить своєю першою сторінкою. Видання каже, що Клінтону знову вдалося виплутатися, складається відчуття, що її молитви почуті).

in (all) somebody's/something's glory

What has Hillary Clinton will include in the 100 days stops that he will cut the US Select to Donald Trump? One audience member wrote: "They are in all her glory tonight. Made for a great experience. (Як виглядали 100 днів Хіллари Клінтон після програшу Дональду Трампу на виборах? Один із свідків

написав: "Вона була у всій своїй величі. Тепер готується до нових вершин/здобутків).

Даний фразеологізм заснований на перенесенні значення свого головного компонента «glory», лексичне значення якого безпосередньо пов'язане з тріумфом і пишнотою і у зв'язці з іншими лексичними одиницями представляє щось, що уособлює велич, що має позитивну конотацію.

on ropes / up and down

Is Merkel really on the ropes? Mrs Merkel's approval ratings have gone up and down in recent months as a result of her refugee policy but they remain the envy of other world leaders. (Чи дійсно Меркель знову під загрозою? Рейтинг пані Меркель знову нестабільний останні місяці, це результат її політики на адресу біженців, але її рейтинги залишаються об'єктом заздощів з боку інших світових лідерів).

В українській мові існують практично повні відповідники даних ФО, а саме бути на волоссині (тобто бути в ситуації, близькій до провалу) і туди-сюди (тобто бути нестабільним). Значення даних ФО ґрунтується на перенесенні функцій існуючих предметів та реалій. Використання даних фразеологізмів робить уривок негативно-емотивним і водночас дуже експресивним.

Таким чином, дійшли висновку, що помірне використання фразеологізмів робить текст емоційним і живим, оскільки зачіпаються екстралінгвістичні фактори, над якими слухач чи читач мимоволі замислюється, що робить текст, що більш запам'ятовується.

### **3.2. Особливості перекладу англomовних фразеологізмів медійного дискурсу на українську мову**

Переклад фразеологічних одиниць сповнене труднощів для перекладачів та журналістів, оскільки для них характерні такі специфічні

ознаки: образність, виразність, лаконізм та афористичність. Під час перекладу стійких сполучень слів варто також враховувати культурні та національні особливості, історію та традиції мови-оригіналу. Нині в перекладознавстві є такі способи перекладу фразеологізмів: за допомогою повних та часткових еквівалентів, аналоговий переклад, калькування та описовий переклад [Кунін: 182–195].

Повні еквіваленти мають схожий лексичний склад, семантику, образ, граматичну структуру та стилістичну спрямованість з англійськими одиницями. Наприклад: *Strike while the iron is hot* – куй залізо, поки гаряче; *Augean stables* – авгієві стайні; *the Trojan horse* – троянський кінь. У наступних уривках медійних творів можемо спостерігати використання цього способу перекладу фразеологічних одиниць. *Scientists Are Using The Measles Vaccine to Develop a ‘Trojan Horse’ Against COVID-19* (ScienceAlert, April 15, 2020). Троянський кінь. Як вчені планують використовувати вакцину від кору для боротьби з COVID-19 (НВ, 15 квітня, 2020). *Indian doctor duped into buying ‘Aladdin’s lamp’ for \$41,600* (BBC News, October 31, 2020). В Індії шахраї просили \$200 тисяч за «лампу Аладдіна» (Громадське, 31 жовтня, 2020). *It’s time to clean up this mess & stop looking like a banana republic!* (Business Insider, November 6, 2020) Настав час прибрати цей безлад і перестати виглядати як бананова республіка! (Прямий, 6 листопада, 2020).

Часткові еквіваленти мають однакове значення, але лексично лексико-граматично та граматично не збігаються з мовою оригіналу. Наприклад: *baker’s dozen* – чортова дюжина, *the devil is not so black as he is painted* – не такий чорт страшний, як його малюють, *love is the mother of love* – любов породжує любов. Перекладачі використовують цей метод перекладу в наступних уривках медійних творів. *A vigorous press can, for instance, expose corruption, shine a light on human rights abuses, and provide the public essential information during crises* (U.S. Department of State, November 1, 2020). Енергійна преса може, наприклад, викривати корупцію, проливати світло на порушення прав людини і надавати громадськості важливу інформацію за

часів криз (Радіо Свобода, 2 листопада, 2020). У цьому прикладі ми можемо побачити, що фразеологізм *to throw light* зазнав синонімії. *But Maldivians are determined to fight back to preserve their existence* (BBC News, September 10, 2020). Утім, країна серйозно налаштована на боротьбу за своє існування (BBC Україна, 25 жовтня, 2020). A driving force behind this renewal is Amanda Feilding, an English aristocrat (Countess of Wemyss and March) who is recognised today as a global leader in drug policy reform and co-ordinating research into psychedelics (BBC News, July 15, 2020). Рушійною силою відновлення інтересу до ЛСД стала англійська аристократка, графиня Вемісс і Марч, Аманда Філдінг (BBC Україна, 25 липня, 2020).

Українські фразеологізми-аналоги ідентичні за змістом англійському фразеологізму, але базуються на іншому образі. Наприклад: *to have the ready tongue* – за словом у кишеню не лізти, *like mistress, like maid* – яблуко від яблуні недалеко падає; *there is no use crying over split milk* – що з воза впало, те пропало. У наступних уривках медійних творів ми спостерігаємо використання цього способу перекладу. *The hope is the second infection will be milder than the first, even if immunity does decline, as the body should have an “immune memory” of the first encounter and know how to fight back* (BBC News, October 27, 2020). І є надія, що повторна інфекція буде легшою, ніж перша, оскільки організм повинен мати «імунову пам'ять» про перше зіткнення з хворобою і знає, як чинити опір (BBC Україна, 27 жовтня, 2020). *Darwin and his ideas came under ferocious attack, particularly from outraged Christians* (BBC News, October 31, 2016). Дарвін та його ідеї зазнали лютої критики, особливо з боку обурених християн (BBC Україна, 8 серпня, 2020). *We might say a cliché – like ‘two peas in a pod’ – is an unimaginative phrase* (BBC News, July 10, 2020). «Як дві краплі води» – це хороша метафора, але вона давно стала заяложеною, перетворилася на кліше (BBC Україна, 18 липня, 2020).

Калькований переклад – це дослівна передача образу фразеологізму мови-оригіналу. Наприклад: *the moon is not seen when the sun shines* – коли світить сонце, місяця не видно; *what is sauce for the goose is the sauce for the*

ganger – що для гуски приправа, те й до гусака приправа. Перекладачі медійних творів у наступних прикладах використовують саме цей спосіб перекладу фразеологізмів. Another idea is that a receptor called “Nalр3” is likely to play a central role (BBC News, October 28, 2020). Інша ідея ґрунтується на тому, що у процесі щеплення центральну роль відіграє рецептор Nalр3 (BBC Україна, 1 листопада, 2020). There are other parts of the immune system, such as T-cells, which may also play a role, directly killing infected host cells and calling to other immune cells to help out (BBC News, October 27, 2020). Адже є й інші частини імунної системи, такі як Т-клітини, які також можуть відігравати певну роль у захисті, вбиваючи інфіковані клітини та залучаючи інші імунні клітини для боротьби з хворобою (BBC Україна, 27 жовтня, 2020). Today, many of the scientists studying the origin of life are confident that they are on the right track – and they have the experiments to back up their confidence (BBC News, October 31, 2020). Сьогодні багато вчених, які вивчають походження життя, впевнені, що вони на правильному шляху – і вони проводять експерименти, щоб підкріпити цю впевненість (BBC Україна, 8 серпня, 2020).

Перекладачі застосовують описовий переклад фразеологізмів, коли в українській мові немає відповідних еквівалентів та аналогів. Цей спосіб перекладу за допомогою вільних словосполучень передає суть англійського фразеологізму. Наприклад: school miss – школярка, one man’s meat is another man’s poison – про смаки не сперечаються, to rob Peter to pay Paul – віддати одні борги, заробивши інші. У наступних прикладах ми можемо спостерігати використання перекладачами цього способу перекладу фразеологізмів у медійних творах. While Hulhumalé is being fashioned primarily to improve the lives of Maldivians, its City of Hope also aims to be a beacon for a new cohort of tourists interested in more than just lying in a beachside resort bubble (BBC News, September 10, 2020). Хоча Хулхумале створений головним чином для поліпшення життя самих мальдівців, Місто надії також має на меті привабити новий тип туристів, яких цікавить дещо більше, ніж лінивий

пляжний відпочинок (BBC Україна, 25 жовтня, 2020). There was no experimental evidence to back it up (BBC News, October 28, 2020). Не було експериментальних доказів, які б її підтвердили (BBC Україна, 8 серпня, 2020). The first person to really tackle this head-on was a British chemist named Leslie Orgel (BBC News, October 31, 2020). Першим, хто рішуче взявся за вирішення цієї проблеми, став хімік Леслі Орджел (BBC Україна, 8 серпня 2020). В останньому прикладі ми можемо дослідити, що фразеологізм зазнав синонімії. Автор замінив компонент фразеологізму to tackle a problem на to tackle this head-on.

### **Висновки до розділу 3**

З електронних видань: новинної корпорації BBC, газет The Guardian, The Independent, The Telegraph та журналів The Economist та The Spectator було відібрано понад 50 статей, опублікованих у період з квітня 2019 по квітень 2020 року, у 30 з яких вживалися ФО.

Аналіз ФО за типами їхньої конотації у статтях про політиків виявив, що серед них було виявлено:

- 25 фразеологічних зрощень, що становить 42% від загальної кількості виявлених одиниць;
- 17 фразеологічних єдностей, що становило 28% від загальної кількості виявлених одиниць;
- 18 фразеологічних сполучень, що становить 30% від загальної кількості виявлених одиниць.

Аналіз стилістичної конотації ФО виявив такі групи:

- стилістично забарвлені:
  - розмовні ФО загального вжитку;
  - розмовні ФО, характерні для американського та британського варіантів англійської мови;
  - розмовні ФО, що включають варіанти розмовної мови (жаргон і сленг, у тому числі і політичний).

Аналіз відібраних ФО дозволив виділити такі типи:

35 експресивних ФО, які становить 58% від загальної кількості виявлених ФО;

17 позитивно-емотивних ФО, що становить 28% від загальної кількості виявлених ФО;

18 негативно-емотивних ФО, що становить 30% від загальної кількості виявлених ФО;

25 нейтральних ФО, що становить 42 % від загальної кількості виявлених.

Аналіз статей з найбільш яскравими прикладами ФО дозволив зробити висновок, що помірне використання фразеологізмів робить текст емоційним і живим, оскільки зачіпаються екстралінгвістичні фактори, над якими слухач чи читач мимоволі замислюється.

До основних способів перекладу фразеологізмів в медіа текстах належать: повний та частковий еквіваленти, аналог, калькований та описовий переклади.



## ВИСНОВКИ

Під час дослідження було обґрунтовано необхідність вивчення медійного тексту як джерела фразеологічних одиниць. Виявлено особливості семантичних характеристик фразеологічних одиниць, визначальних закономірностей їх функціонування у медійному тексті. Також були з'ясовані механізми семантичних зв'язків фразеологічних одиниць у медійному тексті, представлених сукупністю семантичних корелятивів. Було розглянуто значення різних семантичних корелятивів як складових елементів медійного тексту у створенні його структури. Розглянуто поняття медійного дискурсу та його особливостей. Описано фразеологічні одиниці в мові політиків у медіа текстах. Проведено семантичний аналіз фразеологічних одиниць у медійних текстах про політиків. З'ясовано основні способи перекладу англomовних фразеологічних одиниць в медійному дискурсі на українську мову. До основних способів перекладу фразеологізмів в медіа текстах належать: повний та частковий еквіваленти, аналог, калькований та описовий переклади.

Під час проведення дослідження підтвердилася гіпотеза про те, що стилістично забарвлені, експресивні та емотивні фразеологізми домінуватимуть над нейтральними. Фразеологія залишається актуальним та перспективним аспектом лінгвістичних досліджень. Кожна фразеологічна одиниця має свою історію, яка може розповісти нам про життя, культуру, побут та звичаї інших країн.

Фразеологізми зустрічаються в різних соціально-побутових сферах нашого життя: економіка, політика, побут та ЗМІ. Переклад фразеологізмів у медійних творах – це надзвичайно складне завдання, яке має виконати перекладач. Окрім уміння використовувати методи перекладу, перекладач має бути обізнаним та креативним. Він має знати культурні особливості мови-оригіналу, уміти правильно використовувати довідкову літературу та

бути здатним створити власний еквівалент фразеологізму мовиоригіналу, який чудово передасть його настрій, значення та яскравість.

Перспективою досліджень можуть бути подальші дослідження фразеології в медійному дискурсі та специфіки їх перекладу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Авксентьев Л. Г. Сучасна українська мова. Фразеологія: [Навч. посібник для філол. фак. ун-тів]. 2-ге вид., допов. і перероб. Харків : Вища шк. Вид-во при ХДУ, 1988. 134 с.
2. Ажнюк Б. М. Англійські фразеологізми з власно іменним компонентом. Київ, 2004. 62 с.
3. Блавацький С. Таблоїдизація якісної преси у Великобританії. Вісник Львівського університету. 2007. Вип. 30. С. 91–102.
4. Бутиріна М. В. Мас-медійні стереотипи у світлі теорії категоризації. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2008. Вип. 16. С. 19–22. 11. Бояркіна В.Д. Про деякі особливості нової дієслівної лексики. Нові слова і словники нових слів. Л., 2004. С. 93-102.
5. Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0\\_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0](https://vue.gov.ua/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0)
6. Грималюк А.М. До проблеми актуальності позитивно конотативного аспекту семантики німецьких фразеологізмів у пресі XXI ст. URL: <http://eprints.oa.edu.ua/4451/1/29.pdf>
7. Демська-Кульчицька О. М. Фразеологія. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 74 с.
8. Денисова А. С. Явище варіантності та синонімії у фразеології. Філологічні науки. 2015. Випуск 40. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. С. 63–67.
9. Демянкова В.З. We-Discourse Verbalisation in British Political Discourse / [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/49334/1/Popova\\_We\\_discourse.pdf;jsessionid=92B4905505440776033AD368CB2076E4](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/49334/1/Popova_We_discourse.pdf;jsessionid=92B4905505440776033AD368CB2076E4)

10. Дідик С. С. Фразеологізми як вияв духовності народу. Культура мови і культура в мові. Збірник наукових праць. Київ: НОК ВО, 2000. 180 с.
11. Демський М. В. Фраземи й особливості їх творення. Львів: Просвіта, 2004. 62 с.
12. Журавель М. Історія і стан дослідження англійської та української фразеології. HUMANITY, COMPUTERS AND COMMUNICATION (HCC' 2015), 22–24 April 2015, Lviv, Ukraine. С. 170–172.
13. Загнітко А. Лінгвістика тексту. Хрестоматія. Донецьк, 2009. 164 с.
14. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізь. ун-т, 2008. 429 с.
15. Зацний Ю. А. Нова розмовна лексика і фразеологія : англо-укр. слов. Вінниця : Нова книга, 2010. 224 с.
16. Крайнікова Т. С. Функції культури медіаспоживання. Вісник Книжкової палати. 2014. № 4. С. 39–41.
17. Кононець Ю. В. Методи графічного аналізу вербальних товарних знаків в англійському рекламному дискурсі. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Філологічна. 2016. Вип. 62. С. 168-170.
18. Кононенко В.І. Етнолінгводидактика. Київ-Івано-Франківськ: Плай, 2003. 156 с.
19. Криворученко С.В. Сутність текстової категорії «дискурсно-модальна семантика» URL:  
[http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2307/19\\_Kryvoruchenko.pdf?sequence=1](http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2307/19_Kryvoruchenko.pdf?sequence=1)
20. Кузнецова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації: комунікативно-концептуальний підхід : дис ... доктора наук із соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2010. 428 с.
21. Кузнецова Т. В. Роль концептів у аксіологічному дослідженні масмедійних текстів. Наукові праці Кам'янець-Подільського

- національного університету імені Івана Огієнка. Філол. науки. 2008. Вип. 17. С. 246—250.
22. Кирилова О. В. «The Guardian»: від другорядної манчестерської газети до одного з найбільш цитованого медіа світу. Вісник Дніпропетровського національного університету. Соціальні комунікації. 2013. № 12. С. 60–67
  23. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : Підручник. Вінниця : «Нова Книга», 2003. 448 с.
  24. Кунин А. В. О переводе английских фразеологизмов : монографія. URL: [http://zhurnal.lib.ru/w/wagarow\\_a\\_s/transl/-bookkunun.shtml](http://zhurnal.lib.ru/w/wagarow_a_s/transl/-bookkunun.shtml)
  25. Максимчук О.Л. Політичний дискурс: особливості та функції / [Електр.ресурс]. – Спосіб доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/6987/1/00molpdo.pdf>
  26. Мартиросян Л.І. Вивчення семантики слова в аспекті слов'янської культурної традиції URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/200102516.pdf>
  27. Офіційний сайт української мови. URL: [https://ukrainskamova.com/publ/chinnij\\_pravopis/leksika/klasifikacija\\_frazeologizmiv/5-1-0-70](https://ukrainskamova.com/publ/chinnij_pravopis/leksika/klasifikacija_frazeologizmiv/5-1-0-70)
  28. Патен І. Стилiстична маркованiсть фразем зi значенням руху на матерiалi слов'янських i германської мов. URL: [https://dspu.edu.ua/filol\\_gum/wp-content/uploads/2016/04/2013\\_8.pdf](https://dspu.edu.ua/filol_gum/wp-content/uploads/2016/04/2013_8.pdf)
  29. Різун В.В. Нариси про текст : Теоретичні питання комунікації і тексту / В.В. Різун, А.І. Мамалига, М.Д. Феллер. К., 1998. 334 с.
  30. Семашко Т.Ф. Дефініція лексичного значення слова. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11906/Semashko.pdf?sequence=1>
  31. Сизонов Д. Ю. Функціонально-стилістична парадигма медійної фразеології. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2017. Випуск XXXV. С. 56–69.

32. Стадній А.С. До питання конотативної семантики. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua>
33. Сушко Т.Ю. Фразеологічний аспект концепту природні явища в сучасній англійській мові. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/18818/1/statia15.pdf>
34. Шепель Ю. Медіадискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Розділ VII. Дискурсознавство. Текстологія. Літературознавство. 2017. № 3. С. 302–307.
35. Шило С.Б. Агітаційно-політичний дискурс в контексті теорії дискурсу. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/518814.pdf>
36. Kurylowicz J. La nature des procès dits analgiques // *Acta linguistica Hafniensa*. 1949. Vol. 5. P. 5-35.
37. Lutjeharms, Madeleine. Der Zugriff auf das mentale Lexikon und der Wortschatzerwerb in der Fremdsprache. // *Fremdsprachen lehren und lernen*. 2004. S. 10–26.
38. Wodak, Ruth (2011). *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual* (2nd revised edition). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

#### **Лексикографічні джерела:**

39. Академічний тлумачний словник української мови. [Електр.ресурс]. – Спосіб доступу: <http://sum.in.ua/>
40. Англо-український фразеологічний словник. Уклад. К.Т. Баранцев. 2-ге вид., випр. К.: Т-во “Знання”, КОО, 2005. 1056 с.
41. Практичний англо-український словник фразеологічних синонімів. Т. Береза. 2011. К.
42. Українсько-англійський та англо-український фразеологічний словник. Є. І. Гороть, Ю. В. Громик, Л. К. Малімон, Л. П. Павленко, А. Б. Павлюк, О. О. Рогач. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 304 с.

43. Фразеологічний словник української мови. Уклад.: В.М. Білоноженко та ін. К.: Наук, думка, 1993.
44. Cambridge Idioms Dictinonary, 2nd ed. Copyright. Cambridge University Press 2006.
45. Cambridge Dictionary of American Idioms. Cambridge University Press 2003.
46. Farlex Dictionary of Idioms. By Farlex 2015.