МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ НОВИН**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0354-а-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Демянкова Єлизавета Олександрівна

Керівник д.ф.н., проф., Веремчук Е. О.

Рецензент к.філол.н., доц. Шевчук О. В.

Запоріжжя – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра кафедра англійської філології та лінгводидактики
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

_____

«___»_____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

ДЕМЯНКОВІЙ ЄЛИЗАВЕТІ ОЛЕКСАНДРІВНІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Особливості використання фразеологізмів в текстах англомовних новин»
Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту) Веремчук Ельдар Олександрович, д.ф.н., проф., проф. каф.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЗНУ від «05» травня 2017 року № 626-с
2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту) 5 грудня 2025 року
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту)
теоретичні засади фразеології; типологія і класифікація фразеологізмів; особливості вживання фразеологізмів у медійному дискурсі; словники англійської мови та фразеологізмів; корпус англомовних новин; збір та аналіз англомовних новинних текстів із фразеологізмами
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) здійснити пошук та відбір англомовних новинних текстів із використанням фразеологізмів; 2) провести аналіз фразеологізмів за наступними параметрами: а) визначення типу фразеологізму за ступенем семантичної єдності; б) визначення типу фразеологізму за структурно-семантичними характеристиками; в) визначення типу фразеологізму з позиції перекладу; г) класифікація фразеологізмів за змістом і функцією; д) оцінка комунікативного та емоційного ефекту фразеологізмів на читача;

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Веремчук Е. О., д.ф.н., проф.	26.04.2025	26.04.2025
Розділ 1	Веремчук Е. О., д.ф.н., проф.	08.08.2025	08.08.2025
Розділ 2	Веремчук Е. О., д.ф.н., проф.	05.09.2025	05.09.2025
Висновки	Веремчук Е. О., д.ф.н., проф.	15.10.2025	15.10.2025

6. Дата видачі завдання 24.03.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	квітень 2025	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	квітень 2025	виконано
3.	Написання вступу	квітень 2025	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	серпень 2025	виконано
5.	Написання практичного розділу	вересень 2025	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2025	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	листопад 2025	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2025	виконано
9.	Захист	грудень 2025	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____ Є. О. Демянкова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ Е. О. Веремчук
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Залужна
(підпис) (ініціали та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП…….. 4

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ НОВИН..... 7

1.1 Особливості новин та новинного тексту 7

1.2 Проблема дослідження фразеологізмів у сучасній лінгвістиці..... 13

1.2.1 Проблема визначення фразеологізмів. 13

1.2.2 Типи фразеологізмів за ступенем семантичної вмотивованості. 17

1.2.3 Типи фразеологізмів за структурно-семантичними характеристиками. 20

1.2.4 Типи фразеологізмів за походженням. 24

1.3 Функції фразеологізмів у текстах новин 27

1.4 Алгоритм дослідження фразеологічних одиниць у текстах новин..... 30

РОЗДІЛ 2 ТИПОЛОГІЯ, ФУНКЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ НОВИН 34

2.1 Функціонування фразеологічних одиниць у природничому новинному дискурсі 34

2.2 Функціонування фразеологічних одиниць в економічному новинному дискурсі 41

2.3 Функціонування фразеологічних одиниць в політичному новинному дискурсі 43

2.4 Функціонування фразеологічних одиниць у суспільному новинному дискурсі 48

2.5 Функціонування фразеологічних одиниць в науковому та технологічному новинному дискурсі 55

ВИСНОВКИ 61

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……. 63

РЕФЕРАТ

Дипломна робота 74 стор., 74 джерел.

Об'єкт дослідження: фразеологізми як складова лексико-семантичної системи англомовних новинних текстів.

Мета роботи: виявлення особливостей використання фразеологізмів у текстах англомовних новин, їх типологія, класифікація та функціональна роль у комунікації.

Теоретико-методологічні засади: основні положення теорії фразеології (Камінська В. С., Бабій О. І., Кравцова І. І.), лінгвокультурології, сучасні підходи до вивчення медіатексту, а також методи корпусної лінгвістики та контент-аналізу новинних повідомлень.

Отримані результати: у процесі дослідження було встановлено, що фразеологізми в англомовних новинах виконують насамперед функції ідіоматичної експресії, створення емоційного забарвлення та підвищення комунікативної ефективності тексту. Проведена класифікація фразеологізмів за ступенем семантичної єдності, структурно-семантичними ознаками, характеристиками перекладу, а також за змістом і функцією. Аналіз показав, що вибір фразеологізмів у новинах залежить від жанрових особливостей і тематики повідомлення, а їх використання сприяє формуванню читацької уваги та підсиленню інформаційного впливу.

***Ключові слова**: фразеологізм, англомовні новини, ідіома, лексико-семантичне поле, комунікативна функція*

ВСТУП

Фразеологізми є важливою частиною мовної системи, що відображає менталітет народу, його культурні традиції, історичний досвід і світогляд. Особливу увагу ця лінгвістична категорія привертає завдяки своїй експресивності, образності, здатності емоційно впливати на реципієнта. У сучасній англійській мові фразеологізми використовуються не лише в художній літературі чи повсякденному мовленні, а й у публіцистичних текстах, зокрема у новинних повідомленнях, де вони виконують специфічні функції: приваблюють увагу читача, надають тексту емоційного забарвлення та часто виконують маніпулятивну роль.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю глибшого розуміння функціонування фразеологізмів у медіа-дискурсі, зокрема в англомовних новинах. Адже саме засоби масової інформації є одним із головних каналів комунікації у глобалізованому суспільстві, а використання фразеологізмів у цьому контексті нерідко має приховану мету впливу на громадську думку. Як зазначають Кущ Є. О. та Волков В. Ю., фразеологізми в англомовному медіадискурсі є не лише засобом стилістичного оформлення тексту, а й важливим інструментом для реалізації експресивно-прагматичних цілей.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі проаналізувати особливості використання фразеологізмів у новинних текстах англомовних медіа на основі сучасного фактичного матеріалу, виявити їх функції, семантичні й структурні характеристики, а також окреслити основні тенденції їх вживання в сучасному інформаційному просторі.

Об’єктом фразеологізми як складова лексико-семантичної системи англомовних новинних текстів.

Предметом дослідження виступають особливості функціонування фразеологічних одиниць у текстах англомовних новин, їх типологічна

класифікація, структурно-семантичні особливості та лінгвопрагматичне функціональне навантаження.

Метою роботи є виявлення особливостей використання фразеологізмів у текстах англомовних новин, їх типологія, класифікація та функціональна роль у комунікації.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. З'ясувати теоретичні основи фразеології та уточнити поняття «фразеологізм»;
2. Розглянути функціональні особливості фразеологізмів у різних типах дискурсу;
3. Визначити специфіку медіа-дискурсу як середовища реалізації фразеологічних одиниць;
4. Проаналізувати типи фразеологізмів, що найчастіше трапляються в англомовних новинах;
5. Схарактерезувати стилістичні, прагматичні й семантичні функції фразеологізмів у текстах новин;
6. Провести лінгвістичний аналіз відібраного матеріалу з англомовних онлайн-ЗМІ.

Матеріалом дослідження стали 39 англомовних новинних текстів, відібрані з авторитетних британських та американських джерел, зокрема: *BBC News*, *The Guardian*, *The New York Times*, *CNN*, *The Washington Post*, що містять фразеологізми, використані у заголовках та основному тексті статей.

Методи дослідження: описовий, контекстуальний, компонентного аналізу, лінгвостилістичний метод, метод якісного та кількісного аналізу.

Практична значущість роботи полягає у можливості застосування її результатів у викладанні лексикології, стилістики, медіалінгвістики, а також у розробці навчальних матеріалів для вдосконалення навичок аналізу англомовного медіадискурсу.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та списку ілюстрованих джерел. У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи. У першому розділі подано теоретичні засади фразеології як розділу мовознавства. Розглянуто різні підходи до визначення поняття «фразеологізм», його основні ознаки, класифікацію фразеологічних одиниць за структурно-семантичним принципом, а також функціональні особливості фразеологізмів у сучасній англійській мові.

Другий розділ присвячено аналізу функціонування фразеологізмів у текстах англомовних новин. Дослідження базується на автентичному матеріалі зі ЗМІ Великої Британії та США. Розглянуто особливості вживання фразеологізмів у новинних заголовках та основному тексті статей, виявлено їхні прагматичні, стилістичні та семантичні функції. Окрему увагу приділено типології найчастіше вживаних фразеологізмів, способам їхньої інтерпретації в контексті та впливу на читача.

У висновках подано узагальнені результати проведеного дослідження, зроблено відповідні висновки щодо ролі та функціонування фразеологізмів у сучасному медіадискурсі.

Загальна кількість сторінок 74. Кількість використаних джерел 74.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ НОВИН

1.1 Особливості новин та новинного тексту

Новинний текст, що є важливою частиною сучасної медіа-комунікації, сприяє оперативному забезпеченню аудиторії актуальною інформацією про останні події, явища та процеси в суспільстві. Визначення новинного тексту, його ознак та ключових характеристик, таких як інформативність, точність і стислість, є необхідними для глибокого розуміння його структури та функцій у масовій комунікації. Дані вимоги не лише формують основу новинного дискурсу, але й впливають на те, як аудиторія сприймає інформацію та який вплив ця інформація має на думку та настрій суспільства.

Новини є основним ресурсом медіа, який забезпечує суспільство актуальною інформацією про події. Спершу поняття «новини» пов'язувалося здебільшого з друкованими газетами, але завдяки розвитку технологій воно охоплює будь-яку інформацію, що становить суспільний інтерес і має важливість. Існують різні підходи до визначення новин - від практичних до теоретичних, однак ключовою характеристикою залишається об’єктивність. Це поняття охоплює як зміст новин, що ґрунтується на фактах, так і їх структуру, яка може варіюватися в залежності від культурних і медійних систем. Відбір новин також залежить від суспільного контексту: у західних країнах переважає громадський інтерес, тоді як у країнах, що розвиваються, новини спрямовані на підтримку національних пріоритетів. Сучасний формат новин, зокрема модель "*news story*", почав формуватися в США у XIX столітті, коли розвиток комерційної журналістики та конкуренція вимагали нейтральної та об’єктивної подачі подій. Сьогодні новинна журналістика,

орієнтована на факти та точність, залишається актуальним жанром [Іванова 2011, с. 22]. Новини у медіа дискурсі є особливим видом інформаційного тексту або дискурсу. Це поняття включає кілька аспектів, що мають важливе значення для розуміння новин як соціально-культурного явища. По-перше, новини виступають як нова інформація про актуальні події, що має бути подана з дотриманням таких вимог, як інформативність, точність, стислість та об'єктивність. Окрім цього, медійні новини відрізняються від інших форм комунікації (наприклад, від оповідань чи реклами) своєю структурою, метою та очікуваною реакцією аудиторії. Видатний науковець Тен ван Дейк розглядає поняття «новини» саме як текст або дискурс, що поширюється через медіа і несе соціальну та когнітивну функцію [Дейк 1988, с. 4].

Новини охоплюють різні сфери, такі як політика, економіка, суспільне життя, війни, події, трагедії, протести. Також можливі такі теми: спорт, наука, технології або музика. Новини складаються з фактів та коментарів, при цьому факти є найважливішими. Журналіст Рене Каппон вважає, що просто збирати інформацію вже недостатньо, адже зараз є безліч джерел - від інтернету до кабельних каналів, орієнтованих на певну аудиторію. Журналісти мають не лише надавати достовірну інформацію, але й витримувати потужну конкуренцію [Каппон 2005, с. 12].

Зігфрид Вайшенберг вважає, що новина залишається основним елементом журналістики, навіть в умовах цифрової епохи [Вайшенберг 2011, с. 25]. В Україні та світі інтернет-журналістика динамічно розвивається, надаючи можливість поширювати журналістські матеріали через інтернет. Це стосується як публікацій у мережевих версіях традиційних медіа, так і в самостійних онлайн-виданнях.

Варто зазначити, що редактори та журналісти використовують низку критеріїв, щоб вибрати, які події заслуговують на увагу та висвітлення в новинах. Ці критерії визначають, наскільки новина буде резонувати з аудиторією і відповідатиме її очікуванням. Дослідження Гальтунга і Руге 1965 року виділяє 12 таких характеристик:

1. Частотність. Події, що повторюються з частотою, яка збігається з циклом випуску новин, частіше стають новинами. Наприклад, вбивства висвітлюються частіше, ніж довгострокові соціальні зміни, які не є настільки динамічними.

2. Поріг. Події повинні відповідати певному порогу, щоб бути відзначеними як новини. Чим більш драматична чи трагічна подія, тим більша ймовірність, що вона буде обрана.

3. Однозначність. Новини з чітким змістом та без надмірної неоднозначності легше передаються аудиторії. Зрозумілі події привертають більше уваги, оскільки їх легко інтерпретувати.

4. Значущість. Події, які мають культурний зв’язок із аудиторією, є більш актуальними. Наприклад, події, що стосуються громадян країни, стають ближчими і більш значущими.

5. Узгодженість. Інколи редактори можуть передбачати або навіть очікувати певні події, формуючи так званий «попередній образ» події, що робить її висвітлення більш ймовірним.

6. Неочікуваність. Рідкісні, шокуючі або несподівані події мають високі шанси потрапити в новини, особливо якщо вони відповідають культурним очікуванням аудиторії.

7. Продовжуваність. Подія, що стала новиною, залишається в центрі уваги певний час, навіть якщо її актуальність поступово зменшується. Медіа можуть продовжувати висвітлення для підтримки інтересу, який уже був викликаний.

8. Композиція. Баланс та загальна композиція випуску також відіграють роль. Часто для збалансування важких новин включають більш «легкі» сюжети, а також матеріали, що узгоджуються з контекстом випуску.

9. Посилання на елітні нації. Дії провідних націй вважаються важливішими та привертають більше уваги. Ці нації зазвичай мають потужний культурний, політичний або економічний вплив.

10. Посилання на елітних людей. Події, що стосуються відомих або впливових осіб, сприймаються як значущі, бо такі люди є впізнаваними і можуть викликати інтерес у читачів.

11. Посилання на осіб. Події часто представляють як результат дій конкретних людей, а не соціальних процесів. Це робиться для надання новині «людського обличчя» і ближчого зв'язку з аудиторією.

12. Посилання на негативне. Негативні події часто висвітлюються більше, оскільки вони зазвичай є однозначними, резонують з очікуваннями аудиторії та відбуваються протягом коротшого часу [Galtung 1965, с. 64-91].

Ці характеристики є ключовими для розуміння, як новинні медіа обирають та структурують інформацію, щоб вона була зрозумілою, цікавою та відповідала інтересам аудиторії.

Структура новини будується за принципом перевернутої піраміди, де найважливіша інформація подається на початку, а менш значущі деталі поступово йдуть далі. Це дає змогу відкинути останні абзаци без втрати загального сенсу. Основні структурні елементи новини:

1. Заголовок - короткий і унікальний, передає основний зміст новини, відповідає на питання «хто і що зробив», не містить зайвих деталей і починається зі змістовного слова.

2. Лід - ключова інформація в 2-3 рядки (до 35 слів), відповідає на основні питання новини: хто, що зробив, коли, де, чому, як. Лід повинен зацікавити читача і бути самостійною інформаційною одиницею.

3. Сублід - другий абзац, який уточнює або розширює лід, якщо в ньому неможливо подати всі деталі.

4. Джерела - точне ідентифіковане або неідентифіковане джерело інформації. Джерело має бути надійним, точним і чітко вказаним.

5. Параграфи з поясненнями - детальніше розкриття фактів у новині.

6. Бекграунд - додаткова інформація, яка дає контекст події та уточнює важливі моменти [Марушкіна 2017, с. 9-26].

Ця структура забезпечує швидке сприйняття інформації та дозволяє відсікти менш важливі деталі, зберігаючи основний зміст новини.

Основні функції новин - це передача інформації та вплив на громадську думку. Інформаційна функція передбачає збір, обробку та поширення даних, щоб інформувати суспільство про актуальні події. Функція формування громадської думки реалізується через обговорення соціально важливих тем і надання платформи для висловлювань різних зацікавлених громадян. Це особливо важливо в демократичному суспільстві, де журналістика сприяє розвитку суспільної дискусії.

До спеціальних функцій новин належать організаційна, ідеологічна, культурна, рекламна, розважальна, виховна функції, а також функція соціальної критики. Кожна з них має свої особливості й спрямована на задоволення певних потреб суспільства.

Соціально-психологічні функції новин включають:

1. Функцію соціального опосередкування - створення зв’язку між індивідом і суспільством у контексті різних соціальних явищ.

2. Функцію афіліації або соціальної ідентифікації - сприяння формуванню належності до певної соціальної групи або навпаки - відокремленню від інших.

3. Функцію міжособистісного контакту - налагодження зв'язку між людьми за допомогою медіа.

4. Функцію самоствердження - допомога індивіду в процесах самопізнання та самореалізації [Лаврик 2008, с. 10].

На основі розглянутих матеріалів можна зробити висновок, що новинний текст є важливим елементом сучасної медіа-комунікації, який формує та задовольняє суспільний інтерес до актуальної інформації. Його головні характеристики - інформативність, точність, стислість та об’єктивність забезпечують аудиторії достовірні відомості про важливі події та явища, що відбуваються в суспільстві. Новини мають бути адаптовані до

потреб читача, зрозумілими й водночас актуальними, оскільки вони суттєво впливають на формування громадської думки та настрою в суспільстві.

Структурна організація новин за принципом перевернутої піраміди сприяє швидкому сприйняттю інформації. Такий підхід, де головні деталі розташовані на початку тексту, дозволяє ефективно доносити суть події і підвищує зручність читання. Ключові структурні елементи новинного тексту, такі як заголовок, лід, сублід, джерела, основний текст та бекграунд, забезпечують логічну послідовність і доступність повідомлень для широкої аудиторії.

Функції новин виходять за рамки простої передачі інформації. Окрім інформаційної функції, вони відіграють роль у формуванні громадської думки через обговорення важливих тем, надаючи платформу для висловлювань та соціальних дискусій. Важливою є й функція соціального опосередкування, яка забезпечує зв’язок між суспільством та індивідом у розумінні різних соціальних явищ, а також функція соціальної ідентифікації, що допомагає людям почуватися частиною певної спільноти.

Вибір новин для висвітлення в медіа базується на певних критеріях, таких як частотність, однозначність, значущість, узгодженість і неочікуваність подій, що забезпечує відповідність інформації очікуванням та інтересам аудиторії. Це робить новинні тексти важливим каналом комунікації, який інформує, сприяє розвитку суспільного мислення, формує культуру критичного сприйняття інформації та дозволяє людям залишатися частиною глобальної спільноти.

Таким чином, новини виконують широкий спектр функцій - від інформування до соціальної критики, і залишаються значущим елементом медіа-комунікації, зберігаючи свою важливість навіть в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій.

1.2 Проблема дослідження фразеологізмів у сучасній лінгвістиці

1.2.1 Проблема визначення фразеологізмів. Лінгвістика налічує більше ніж 20 визначень поняття «фразеологізм», але на сьогодні жодне з цих визначень не вважається єдино правильним. Різні мовознавці пропонують різні терміни для його позначення: «фразеологізм», «ідіома», «фразеологічна одиниця», «фразеологічний зворот», «фразема», «фразеологічний вислів», «стійкий вислів», «сталий вираз», «стійке словосполучення» тощо [Кравцова 2016, с. 15]. Дати однозначне визначення фразеологізму складно, оскільки він включає в себе формальні, смислові та аксіологічні характеристики [Краснобаєва-Чорна 2012, с. 214]. Це особливо важко через те, що і для слова, і для фразеологізму складно визначити загальні характеристики, які можна було б застосувати до кожного з них без виключення. Фразеологічне значення включає три аспекти: денотативний (пов'язаний з об'єктом чи явищем), сигніфікативний (узагальнене значення) та конотативний (емоційно-оцінне забарвлення), причому конотативний найчастіше домінує [Прадід 2006, с. 158–259].

Фразеологічна одиниця є лексико-граматичною єдністю, що складається з двох або більше окремо оформлених компонентів. Вона організована за моделлю словосполучення або речення, має цілісне значення та відтворюється в мовленні відповідно до традиції й автоматично [Бодик 1973, с. 50]. Отже, основною ознакою фразеологізму визначається метафоризація, поява нового значення, що часом не має нічого спільного із значенням складових слів-компонентів виразу. У «Словнику мовних термінів» Д. Ганича та І. Олійника подається наступне визначення: «фразеологічна одиниця (фразеологізм) - лексико граматична єдність двох і більше компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, але неподільна лексично, стійка у своєму складі й структурі, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові» [Ганич 1985, с. 37]. За мовознавцем Л. Авксентьєвим фразеологізм - це окрема незалежна одиниця

мови, що характеризується фразеологічною значимістю, компонентним складом, граматичними категоріями, відтворюваністю [Авксентьєв 1983, с. 16]. Лінгвіст М. Демський розглядає фразеологічну одиницю як окрему незалежну одиницю мови, «яка характеризується фраземним значенням, компонентним складом та граматичними категоріями й виконує номінативну функцію, а разом з нею характеризує названий фраземою предмет чи його динамічні й статистичні ознаки» [Демський 1999, с. 240]. Проблема структури та значення фразеологізмів досліджувалася у працях М. Алефіренка, М. Демського, Ж. Краснобаєвої-Чорної, В. Ужченка, Д.Ужченка та Ю. Прадіда. В. та Д. Ужченки підкреслюють, що процес формування фразеологізмів є динамічним: у ньому переплітаються вільні словосполучення та фразеологічні звороти, структурно-граматичні форми й семантичні явища, логіко-мовні формули й позамовні чинники [Ужченко 2007, с. 109]. Тому просте визначення основного компонента фразеологізму не є достатньою підставою для встановлення його частиномовної приналежності. Фразеологізми насамперед є елементами граматичної системи: вони виконують певні синтаксичні функції та вступають у зв'язки з іншими членами речення [Сціра 2022, с. 19].

Вивчення ідіоматичності (фразеологічності) довгий час було недостатньо досліджене. Сучасне розуміння ідіоми охоплює специфічні мовні форми чи вирази, характерні для певної мови або групи людей, часто з метафоричним чи переносним значенням [Makkai 1972, с. 23].

Фразеологізм як стійка мовна одиниця не просто номінує поняття, а передає оцінку, ставлення й експресивно-оцінні відтінки, виражаючи ставлення мовця до дійсності [Ужченко 2007, с. 105]. Вони мають не лише номінативну, а й виразну, оцінну та емоційну функції, оскільки містять у собі ставлення мовця до називаних явищ [Кочерган 2010, с. 262]. Ідіоми є фіксованими, стійкими виразами, значення яких не випливає з окремих компонентів, а становить єдину семантичну цілісність [Fernando 1996, p. 30].

Подібно до визначення терміну «фразеологізм», дотепер невирішеними залишається питання класифікації фразеологізмів, критеріїв їх виокремлення та співвідношення з іншими частинами мови. [Олійник 2008, с. 32] Це відбувається за наступними причинами:

- різноманітність фразеологізмів;
- мовний контекст;
- семантична складність;
- еволюція мови;
- мовна культура.

Формування фразеологізмів часто відбувається за допомогою метафоризації, метонімії та інших тропів, що дозволяє переносити властивості одного об’єкта на інший [Швачко, 2012, с. 111].

Згідно з дослідженнями мовознавців, фразеологічні одиниці поділяють на кілька типів залежно від їхньої структури та семантичної організації. По-перше, існують фразеологічні зрощення (ідіоми) - стійкі, лексично неподільні сполуки, значення яких не можна прямо вивести з окремих слів. По-друге, виділяють фразеологічні єдності, у яких значення цілого мотивується значенням компонентів, але не зводиться до їх прямої комбінації. По-третє, існують фразеологічні сполучення, що містять один компонент із відносно вільним значенням та інший із фразеологічно зв’язаним, стійким значенням [Пономарів 2008, с.102].

Слід зазначити, що запропонована класифікація іноді піддавалася критичному аналізу через відсутність єдиного принципу виділення типів фразеологізмів. У науковій літературі також зустрічається розширення цієї класифікації: деякі дослідники пропонують виділяти фразеологічні вислови - сталі вирази, що складаються з компонентів із вільним значенням і сприймаються в мовленні як цілісні одиниці.

У межах фразеології як лінгвістичної дисципліни виділяють такі підтипи фразеологічних одиниць, як фраземи та ідіоми, зокрема коли йдеться про стійкі, неподільні за значенням сполучення слів; при цьому до окремої

категорії (паремії) зазвичай належать прислів'я, приказки, афоризми та інші фольклорно-культуральні формули [Баран 1999, с. 159]. Вважаючи паремії фразеологічними одиницями, прибічники фразеологічно-орієнтованого підходу наголошують, що прислів'я та приказки слід відносити до фразеологічного фонду мови, оскільки вони характеризуються такими ознаками фразеологічних одиниць, як семантична цілісність, сталість граматичної структури, образність, відтворюваність [Волошкіна 2011, с. 12].

На основі частиномовних характеристиках розрівняються субстантивні, адвербіальні та дієслівні фразеологічні одиниці англійської мови. Поділяючи її фразеологізми на класи, підкласи, розряди, запроновано таку їх структурно-семантичну класифікацію:

- номінативні (наприклад, "*swan-song*" - лебедина пісня);

- номінативно-комунікативні (наприклад, "*to keep one's wicket up*" - відстоювати свої інтереси);

- вигукові та модальні (наприклад, "*Good luck!"* - Удачі!);

- комунікативні фразеологічні одиниці (наприклад, "*if you run after two hares, you will catch neither*" - за двома зайцями поженешся, жодного не впіймаєш). Науковець розподіляв визначені класи фразеологічних одиниць на підкласи (на основі ознаки замкненості / незамкненості) та розряди (залежно від типу зв'язку між компонентами) [Кущ 2018, с. 245-253].

Узагальнюючи усі подані класифікації, фразеологізми можуть оцінюватися за наступними критеріями:

1. За походженням:

- народні фразеологізми (виникають з народної мудрості і традицій, часто мають історичне походження);

- літературні фразеологізми (походять від великих творчих особистостей, літературних творів або історичних подій).

2. За будовою:

- фразеологічні одиниці зі словосполученням (вони складаються з двох або більше слів, наприклад, "*kick the bucket*" або "*piece of cake*");

- фразеологічні одиниці зі слова (складаються лише з одного слова, яке має специфічне фразеологічне значення).

3. За значенням:

- метафоричні фразеологізми (використовують метафори для передачі значення, наприклад, “*hit the nail on the head*”);

- метонімічні фразеологізми (використовують метонімію, коли один об'єкт або явище позначають інший об'єкт або явище, наприклад, “*The White House announced*...” (де “*The White House*” вказує на уряд США).

4. За вживанням:

- фразеологізми для писемної мови (використовуються у літературних або офіційних текстах);

- фразеологізми для розмовної мови (ті, що використовуються в щоденному спілкуванні).

5. За ступенем фіксації:

- фразеологізми, що фіксуються в словнику (їх значення та вживання широко відомі та зафіксовані у словниках);

- нефіксовані фразеологізми (ті, що можуть виникати у мовленні, але не завжди мають стабільне значення та вживання).

Незважаючи на численні спроби мовознавців, універсальне визначення фразеологізму залишається невирішеною проблемою через їхню різноманітність та складність. Ключовою ознакою, виділеною багатьма дослідниками, є відтворюваність цих одиниць у мові. Так само, як і визначення, класифікація фразеологізмів досі викликає дискусії, проте існуючі підходи пропонують оцінювати їх за походженням, будовою, значенням, вживанням та ступенем фіксації, що допомагає краще розуміти це багатогранне мовне явище.

1.2.2 Типи фразеологізмів за ступенем семантичної вмотивованості. Науковці виокремлюють такі типи фразеологізмів за ступенем семантичної вмотивованості:

- фразеологічні зрощення (ідіоми);

- фразеологічні єдності;

- фразеологічні вирази;

- фразеологічні сполучення [Денисова 2015, с. 14-16]

Фразеологічні зрощення - це стійкі вирази, які складаються з декількох слів, об'єднаних між собою внаслідок довготривалого використання в мовленні людей і оточуючої їх соціокультурної спільноти. Ці вирази мають власний зміст, який може відрізнятися від значень окремих слів, що містяться у цьому зрощенні. Наприклад: "*to kick the bucket*" (розм.) - померти; "*to rain cats and dogs*" - ллє як з відра; "*to be all thumbs*" - бути невмілим, незграбним, "*to burn the midnight oil*" - працювати допізна, особливо над чимсь важливим або трудомістким, - "*to hit the nail on the head*" - правильно оцінити ситуацію чи розв'язати проблему [Кущ 2018, с. 40-52]. Ознаки фразеологічних зрощень:

- можуть містити некротизми - слова, які ніде, окрім даного зрощення, не вживаються;
- можуть містити архаїзми;
- зрощення фразеологізмів синтаксично нероздільні;
- в більшості випадків в них неможлива перестановка компонентів;
- вони не мають у своєму складі додаткових слів. [Камінська 2011, с. 125].

Фразеологічні вирази часто використовуються в англомовному середовищі, щоб залучити уяву читача або слухача, надати виразності почуттям автора щодо наданої інформації та її оцінки. Ці вирази допомагають унікально виразити ідеї та наміри автора, зробити мовлення більш живим та насиченим, надаючи тексту барвистості та вираженості.

Фразеологічні єдності - це стійкі словосполучення, в яких компоненти мають загальне переносне значення, але при цьому зберігають свої власні семантичні особливості. Фразеологічні єдності схожі на фразеологічні зрощення, але, на відміну від них, вони виражають свій зміст із збереженням образності в сучасному мовленні, не потребуючи розкриття через історичний контекст. Наприклад: "*hang in there*" - не здавайся, "*to put a spoke in someone's*

wheel" - вставляти палицю в колесо, "*to throw dust into someone's eyes*" - пускати пил в очі. Ознаки фразеологічних єдностей:

- збіг з іншими словосполуками;
- збереження значення окремих компонентів;
- неможливість заміни одних компонентів іншими;
- емоційно-експресивна забарвленість;
- наявність синонімів із словами або іншими фразеологізмами. [Камінська 2011, с. 126]

Фразеологічні вирази - це словосполучення з буквальним значенням компонентів. Вони включають такі вирази, що вживаються в прямому значенні, не мають підтексту. Наприклад: "*live and learn*" - вік живи, вік вчися; "*many men, many minds*" - скільки голів, стільки і розумів; "*easier said than done*" - сказати легше, ніж зробити; "*nothing is impossible to a willing heart*" - хто хоче, той досягне.

Фразеологічні сполучення - це стійкі звороти, до складу яких входять слова з вільним та фразеологічно пов'язаним значенням. Наприклад: "*the last straw*" - остання крапля ("*the last*" - вільне значення, "*straw*" - фразеологічне), "*to come face to face*" - зустрітися віч-на-віч ("*to come*" - вільне значення, "*face to face*" - фразеологічне), "*Adam's apple*" - Адамове яблуко ("*apple*" - вільне значення, "*Adam's*" - фразеологічне). Ознаки фразеологічних сполучень:

- допущення варіантності одного з компонентів;
- можливість синонімічної заміни слова з вільним значенням;
- можливість включення визначень;
- можливість перестановки компонентів;
- обов'язковість вільного вживання одного з компонентів і його поєднуваність з іншим.

Отже, класифікація фразеологізмів за ступенем семантичної вмотивованості дозволяє глибше зрозуміти рівень злитості компонентів виразу та особливості його значення: від повної нероздільності в зрощеннях до часткової вільності в сполученнях. Такий підхід є важливим для точного

перекладу, стилістичного аналізу та адекватного сприйняття фразеологізмів у медіатекстах.

1.2.3 Типи фразеологізмів за структурно-семантичними характеристиками. Пропонується така розгорнута та змістовна характеристика типів фразеологізмів на основі структурно-семантичних і комунікативних характеристик:

- номінативні;
- номінативно-комунікативні;
- комунікативні;
- вигукові;
- модальні фразеологізми вигукового характеру [Вісник науки та освіти 2024, с. 462].

Номінативні фразеологізми являють собою сполучення слів, повністю або частково переосмислені, які мають номінативно-експресивне значення, позначають істоти, предмети, явища, дії, стан, якість тощо і за синтаксичною структурою є словосполученнями різного типу [Бабій 2005, с. 19]. У групі номінативних фразеологічних одиниць виділено субстантивні, дієслівні (вербальні), ад'єктивні, адвербіальні, прийменникові фразеологічні одиниці. Розглянемо кожний тип окремо:

- субстантивні фразеологічні одиниці, що виконують функцію найменування, обороти, які служать для позначення предметів, явищ, станів, якостей ("*a skeleton in the closet*" - таємниця або секрет з минулого, який хочеться приховати; "*a piece of cake*" - легка справа або завдання);
- ад'єктивні фразеологічні одиниці, що мають категорійне значення атрибутивності та здатність виражати статичну ознаку особи чи предмета ("*cold feet*" - втрата сміливості або рішучості перед важливою подією "*green with envy*" - заздрість до когось чи чогось);
- адвербіальні фразеологічні одиниці, що характеризують якість дії та виконують у реченні роль обставин ("*from A to Z*" - досконально, ґрунтовно, "*out of a blue sky*" - зовсім несподівано, "*under the rose*" - по секрету, потайки);

- прийменникові фразеологічні одиниці, що містять прийменники та вже стали сталою частиною мовлення в певній мові, мають фіксоване значення (“*on the ball*” - уважний, розсудливий, допитливий, “*at the drop of a hat*” - негайно, без зволікань, “*in the long run*” - в кінці кінців, на довгу перспективу) [Алефіренко 2010, с. 59].

Також існують номінативно-комунікативні фразеологізми. До цієї категорії відносяться фразеологізми, які мали номінативну (означувальну) та комунікативну (спілкувальну) функції, включаючи в себе дієслівні фразеологізми. Серед сучасних підходів до класифікації фразеологічних одиниць значну увагу привертає система, заснована на структурно-семантичному принципі, яка також враховує ступінь стійкості фразеологізмів у мові. У межах цієї класифікації виділяють такі типи:

1) номінативні фразеологізми - одиниці, що позначають певні об’єкти або явища;

2) номінативно-комунікативні одиниці - зокрема дієслівні фразеологізми, які можуть виконувати функції підмета або присудка та зберігати стійке семантичне значення;

3) фразеологізми, що не мають ні номінативної, ні комунікативної функції;

4) комунікативні фразеологізми - представлені, наприклад, прислів’ями та приказками, які передають оцінку або поради в процесі спілкування.

Номінативно-комунікативні фразеологічні одиниці включають дієслівні конструкції, що володіють усталеним значенням та здатні трансформуватися у складніші синтаксичні структури без втрати семантики [Абабілова 2014, с. 24].

Подібні одиниці є сталими виразами, що позначають певну дію, наприклад: “*bite the bullet*” - прийняти неприємну ситуацію або вирішити неприємне питання, “*hit the nail on the head*” - точно розібратися в ситуації

або правильно визначити причину проблеми. Дієслова в подібних фразеологічних одиницях може вживатися також і в пасивному стані, наприклад: "*to be reckoned with*" - мати значне значення або вплив; "*to be thrown on one's beam-end*" - бути в безвихідному становищі. До цієї групи належать також компаративні дієслівні фразеологізми, наприклад: "*to be as busy as a bee*" - бути дуже завантаженим або працьовитим, "*to fight like cats and dogs"* - постійно сваритися або конфліктувати.

До комунікативних відносяться фразеологізми, що є цілісними повноцінними реченнями [Абабілова 2014, с. 25]. Комунікативні фразеологізми в свою чергу поділяються на прислів'я та приказки. Приклади комунікативних фразеологізмів: "*Don't count your chickens before they're hatched*" - вам не слід будувати плани, які залежать від того, що станеться щось хороше, перш ніж ви дізнаєтеся, що це насправді сталося; "*Actions speak louder than words*" - дії важливіші за слова.

Вигукові та модальні фразеологізми вигукового характеру виражають емоції, не використовуючи конкретних об'єктних або логічних характеристик, наприклад: "*gee whiz!*" - диво!, "*good heavens!*" - мої небеса!, "*good heavens!*" - святі небеса! Такі вирази є характерними для розмовної мови, вживаються у повсякденному спілкуванні та рідко зустрічаються в текстах, які представляють інституційний тип комунікації.

Л. Булаховський поділяє сталі словосполучення на дві групи: ідіоми - цілісні за змістом вирази, що важко перекладаються дослівно, та фразеологічні одиниці - усталені словосполучення з частково зрозумілою семантикою, до яких належать прислів'я, приказки й крилаті вислови [Булаховський 2005, с. 118-121].

Також з точки зору перекладу фразеологізми можна поділити на дві групи:

- фразеологічні одиниці, що мають еквіваленти в мові;

- безеквівалентні фразеологічні одиниці [Гаврилова 2021, с. 126].

Науковець І. В. Корунець також пропонує класифікацію фразеологічних одиниць англійської мови за структурно-семантичними характеристиками, яка частково збігається з вищезазначеною класифікацією. За аналізом частин мови І. В. Корунець пропонує виділяти такі типи фразеологічних одиниць:

- субстантивні;
- адвербіальні;
- дієслівні [Корунець 2003, с. 48-50].

На думку І. В. Корунця ключова одиниця субстантивних фразеологізмів - іменник, також вони містять прикметник. Наприклад: "*a bitter pill*" - щось неприємне або важке для прийняття, "*a black sheep*" - особа чи член сім'ї, який відрізняється від інших, часто своєю неприйнятною чи аморальною поведінкою. Окрім поєднання іменник + прикметник, до цього типу мовознавець ще додає поєднання іменник + прийменник + іменник, наприклад: "*a thorn in the side*" - хтось, хто становить джерело неприємностей або турбот для когось, "*a fly in the ointment*" - невелика трудність чи неприємність, яка робить загальну ситуацію менш приємною.

І. В. Корунець зазначає, що фразеологізми, що містять два іменника поєднаних прийменником, номінативними. Фразеологізми, що містять прислівники в основі, він називає адвербіальними, наприклад: "*now and again*" - час від часу, іноді, "*tit for tat*" - в кінці кінців. Сюди ж він відносить ад'єктивні компаративи, форми прикметників, які порівнюють одну річ, якість або характеристику з іншою: "*as cool as a cucumber*" - дуже спокійний та невтомний навіть у стресових ситуаціях, "*as clear as mud*" - неясний, складний для розуміння, "*as old as the hills*" - дуже старий, вже існує дуже давно, як гори. В ад'єктивних компаративах перша частина має пряме, буквальне значення, друга - переносне, порівняння для підсилення. Основна частина таких фразеологізмів - дієслово. І. В. Корунець зазначає такі особливості дієслівних фразеологізмів:

- найпростіші мають дієслово та іменник ("*break the ice*" - почати розмову або взаємодію в невимушений спосіб, особливо у незнайомій або

напруженій ситуації, “*spill the beans*” - розкрити таємницю, розказати плітки/секрет);

- можуть містити означення (“*to foul one's own nest*” - виносити сміття з хати; “*to start from scratch*” - починати все з нуля);
- більшість починається з “*to be, to have*” (“*to be in hot water*” - знаходитися в складній ситуації, “*to have the upper hand*” - мати перевагу чи контроль в ситуації);
- парні дієслівні антоніми та синоніми (“*to hum and haw*” - мямлити; “*to sink or swim*” - будь, що буде).

У підсумку, класифікація фразеологізмів за І. В. Корунцем включає чотири основні типи. Номінативні фразеологізми позначають предмети, явища, стани та дії, поділяються на субстантивні, ад’єктивні, адвербіальні та прийменникові одиниці. Номінативно-комунікативні фразеологізми поєднують номінативну та комунікативну функції, часто виражаючи дії. Комунікативні фразеологізми - це сталі вирази у вигляді прислів’їв або приказок, які мають повноцінне речення. Вигукові та модальні фразеологізми виражають емоції без конкретних об'єктних характеристик.

1.2.4 Типи фразеологізмів за походженням. За походженням англійські фразеологізми можна розділити на два класи:

- споконвічно англійські,
- запозичені.

Запозичені фразеологізми можна поділити на міжмовні і внутрішньомовні. В особливу групу виділяються запозичення в іншомовній формі.

Окрім класифікації фразеологічних одиниць за структурно-семантичними характеристиками, І. В. Корунець пропонує класифікацію за походженням. Мовознавець виділяв три типи:

- суто британські фразеологізми,
- внутрішньомовні фразеологічні запозичення,
- міжмовні фразеологічні запозичення.

Суто англійські (британські) фразеологізми є унікальними та характерними тільки для британської національної культури. Вони віддзеркалюють довгу історію та традиції народу, а також його сприйняття світу та самопочуття. Суто британські фразеологізми виражають особливості думок та поглядів британців, а також посилаються на загальноприйняті ідеї та переконання людства. Ці вирази є важливими елементами національної мови та культурної спадщини, які допомагають розуміти глибинні аспекти суспільства та його ідентичність. Прикладами таких фразеологізмів слугують: "*to be one's cup of tea*" - щось, що відповідає смаку або подобається, "*Not for all the tea in China*" - ні за які скарби, ні за які гроші, "*As British as a cup of tea*" - характерний для британської культури, традиційний або типовий. Невід'ємною частиною британської культури є Вільям Шекспір, а отже його крилаті вирази також увічнено у мові: "*the observed of all observers*" - об'єкт загальної уваги; "*our withers are unwrung*" - ганьба нас не зачипає; "*to the manner born*" - звикший з пелюшок, природжений [Mullins, Banker 2009, с. 24].

У сучасних умовах та постійних міжнародних зв'язках відбувається взаємне впливання фразеологічних виразів із одного варіанта англійської мови на інший (британського, американського, канадського, австралійського та новозеландського), що сприяє розвитку самої мови в цілому. Американський варіант англійської мови став надзвичайно важливим і відзначився в розвитку інших мовних варіантів. Це стало можливим завдяки великій кількості нових слів, які виникли через лідерство Сполучених Штатів Америки. До виключно американських ідіом належать: "*to spill the beans*" - видати таємниці; "*in the soup*" - у біді, у тяжкому становищі; "*the last of the Mohicans*" - останній із могікан, "*to bark up the wrong tree*" - помилятися щодо причини чогось або способу чогось досягти [Crowther 2005, с. 12].

Існують фразеологічні вирази, які є однаковими з відповідними виразами іншого варіанта англійської мови за лексичною структурою та семантичним значенням. Однак ці вирази можуть мати певні відмінності в

правописі чи граматичній формі компонентів, наприклад: “*social networking fatigue*” (брит.) - “*social network fatigue*” (амер., канад.) - стрес через численні персональні сторінки в соцмережі.

Протягом багатьох років до англійської мови додавалися нові лексичні та фразеологічні одиниці з розмовної мови, фольклору, літератури, традицій латинської та грецької, французької та іспанської, італійської та німецької, датської, а також східних мов. Вони називаються міжмовні фразеологічні запозичення.

Прикладом вищесказаного може бути “*carpe diem*” (латинською) - “*Seize the day*” (англійська) - робити те, що хочеться робити, коли є шанс замість того, щоб чекати на більш пізній час [Мухін 2008, с. 102]. Ще одним прикладом є “*faint une scene*” (французька) - “*to make a scene*” (англійська) - вести себе голосно, гнівно на публіці [Мухін 2008, с. 103].

Фразеологічні одиниці розділяються за походженням на такі групи:

- фразеологізми, що виникли і функціонують на британському або американському ґрунті;
- фразеологізми, що функціонують в інших національних варіантах англійської мови;
- фразеологізми-запозичення [Гаврилова 2021, с. 126-128].

Фразеологізми, що виникли і функціонують на британському або американському ґрунті можна поділити на:

- фразеологізми-позначення загальних явищ: фразеологізми даної підгрупи мають фразеологічні варіанти і синоніми серед базового смислового компонента або концепції, а також фразеологічних одиниць іншого варіанту - британського або американського (“*get (put) one's head down*” (британський) та “*get some shut eye*” (американський) - поспати).
- фразеологізми, що є єдиними позначеннями предметів і явищ, широко поширених в Великобританії / США (“*horse's neck*” (британський) - кінська шия (імбирний ель з коньяком або іншим міцним спиртним напоєм);

“*bull's eye*” (британський) - бичаче око (круглий, часто смугастий льодяник); “*red eye*” (американський) “*a drink of beer mixed with tomato juice*”).

Також виділяють фразеологізми, що функціонують в інших національних варіантах англійської мови. Проникнення і функціонування британських і американських фразеологізмов в австралійські і канадські відбулося, головним чином, через спільні особливості мовної системи, а саме - загально англійські компоненти, оскільки вони не мають виділено виражених ознак британської чи американської мовної форми у своїй структурі.

Фразеологізми-запозичення мають два напрямки запозичення:

1) фразеологізми, що виникли на британському грунті, але перейшли в загальний англійський фразеологічний склад;

2) фразеологізми, що виникли на американському ґрунті, були використані в британському варіанті (“*plays of blood and thunder*” - кривава мелодрама, “*blue noses*” - сині носи (від холоду), “*put a new face on to something*” - уявити щось в новому світлі).

Класифікація фразеологізмів за походженням дозволяє виділити три основні типи: суто британські, внутрішньомовні запозичення і міжмовні запозичення. Суто британські фразеологізми відображають культурну спадщину Великобританії, тоді як американські вирази збагачують мову новими образами. Міжмовні запозичення, зокрема латинські, французькі чи іспанські, додають англійській мові додаткові значення та вирази, сприяючи її розвитку і різноманітності. Фразеологізми мають культурне, історичне й фольклорне походження, тому їхнє значення часто потребує фонових знань. Навіть у сучасних новинах трапляються вирази, зрозумілі лише в культурному контексті [Ременяк 2024, с. 70–71].

1.3 Функції фразеологізмів у текстах новин

Фразеологізми є невід'ємною складовою національного мовного багатства, що акумулює в собі багатовіковий досвід народу, його ментальні уявлення, цінності та культурні традиції. Вони функціонують як своєрідні мовні маркери, які кодують не лише зміст, а й емоційне та культурне тло висловлювання. Завдяки образності, лаконізму та експресивності фразеологізми здатні передати глибокі смисли, які були б важко або надто об’ємно сформульовані звичайними словами. У них часто зашифрована історична пам’ять, фольклорні мотиви, соціальні установки та типові ситуації людського буття.

У сучасному медіадискурсі фразеологізми виконують багатофункціональну роль: вони не лише слугують засобом естетичного оформлення повідомлення, а й виступають як інструмент впливу на свідомість читача чи слухача [Лакомська 2021]. Вони посилюють емоційність і виразність текстів, допомагаючи журналістам точніше передавати нюанси подій та оцінку ситуації [Артеменко 2024, с. 74–75]. Фразеологізми, розташовані на початку або в кінці речення, можуть мати маніпулятивний вплив на реципієнтів, оскільки ці позиції є найбільш помітними та запам’ятовуються легше [Дроботенко 2023, с. 171]. Їх уживання у новинах показує, як мовні засоби передають оцінку дій політиків і важливих подій та відтворюють культурний і соціальний контекст [Князь 2020, с. 68]. Фразеологізм (як певний вербальний код масової комунікації, що характеризується смисловою неподільністю, семантичною цілісністю, емоційністю та експресивністю) застосовується передусім для привернення уваги реципієнта та з метою акцентуації на головному. Важливою є також образність фразеологізмів, їх метафоричність і культурна зумовленість, що забезпечують глибший смисл і формують прагматичний потенціал [Ужченко 2007, с. 15-26].

Таким чином, фразеологізми в медіа не лише збагачують мову, але й виконують важливі функції в комунікації, впливаючи на сприйняття та емоції аудиторії. Їхнє вміле використання дозволяє журналістам передавати складну інформацію в стислій, яскравій та незабутній формі, збагачуючи текст образністю та емоційною насиченістю [Сизонов 2020, с. 10-16].

Сучасні дослідження вказують на активне використання фразеологізмів у медіа для створення емоційного впливу та маніпуляції свідомістю аудиторії. Зокрема, в українських медіа фразеологізми використовуються як у класичній формі, так і у видозміненій, що свідчить про їхню адаптивність та динамічність. Використання фразеологізмів у медіа відображає культурні особливості та національні традиції. Це дозволяє глибше зрозуміти соціокультурний контекст та впливає на сприйняття інформації аудиторією. Таким чином, фразеологізми в сучасних медіа виконують не лише декоративну функцію, але й слугують потужним інструментом впливу на аудиторію, відображаючи актуальні тенденції та культурні особливості [Сизонов 2019].

У сучасному медіадискурсі спостерігається тенденція до трансформації фразеологізмів. Журналісти адаптують традиційні вирази до актуальних подій, змінюючи їх структуру або семантику для досягнення більшого впливу. Нерідко фразеологізми зазнають трансформацій, особливо в медійному дискурсі, де автори прагнуть зробити текст динамічнішим та емоційно виразним. Такі зміни допомагають адаптувати стійкі мовні одиниці до нових контекстів, привернути увагу читача й підкреслити авторську оцінку [Фіголь 2020, с. 150–152]. Трансформовані фразеологізми також формують образи подій і персонажів та увиразнюють приховані смисли тексту [Литвин 2012, с. 227].

Семантична модифікація: зміна значення фразеологізму в заголовку може створити ефект несподіванки або іронії, що привертає увагу читача.

Наприклад, використання фразеологізму з новим контекстом може змінити його сприйняття та викликати інтерес до матеріалу.

Психолінгвістичний вплив: використання фразеологізмів у заголовках має сильний психолінгвістичний ефект, оскільки вони активують фонові знання читача та викликають емоційні реакції. Це сприяє глибшому залученню аудиторії та підвищує ефективність комунікації.

Міжкультурні особливості: дослідження показують, що використання фразеологізмів у заголовках варіюється в залежності від культурних та мовних особливостей. Наприклад, в українських та польських медіа спостерігаються різні підходи до використання фразеологізмів, що відображає специфіку національних мовних традицій.

Таким чином, модифікація фразеологізмів у заголовках медіа є ефективним інструментом для привернення уваги читачів, передачі емоційного забарвлення та адаптації повідомлень до сучасного контексту. Це підкреслює важливість фразеологізмів як динамічного елементу медіамови, що сприяє ефективній комунікації та впливу на аудиторію.

Вміле використання фразеологізмів дозволяє журналістам передавати складну інформацію в стислій, яскравій та незабутній формі, збагачуючи текст образністю та емоційною насиченістю. Влучне використання фразеологізмів підсилює емоційний зв'язок між медіатекстом та його споживачем, роблячи повідомлення більш особистим та значущим. Отже, розуміння та аналіз ефекту фразеологізмів є важливим аспектом для дослідження особливостей сучасної медіамови та її впливу на суспільство.

1.4 Алгоритм дослідження фразеологічних одиниць у текстах новин

Методика дослідження передбачає аналіз новинних текстів, що містять фразеологізми, з метою визначення типів і класифікації цих мовних одиниць,

а також дослідження їхнього впливу на сприйняття читачами. Першим етапом дослідження є відбір новинних матеріалів із сучасних засобів масової інформації, зокрема з газет і онлайн-платформ, які містять фразеологічні вирази.

Для кожного знайденого фразеологізму буде проведено детальний аналіз, що включає:

1. Визначення типу фразеологізму за ступенем семантичної єдності.
2. Визначення типу фразеологізму за структурно-семантичними характеристиками.
3. Визначення типу фразеологізму з точки зору перекладу.
4. Класифікація за змістом і функцією.
5. Оцінка ефекту на читача.

Також буде застосовано якісний метод контент-аналізу для ідентифікації характерних особливостей фразеологізмів у новинах. Аналізуючи зібрані дані, можна буде зробити висновки щодо їхньої ролі в побудові стилю новинних текстів, а також зрозуміти, яким чином фразеологізми допомагають досягти економії мовних засобів та підвищити емоційний вплив на аудиторію.

Приклад застосування методики дослідження:

Новина [How Accurate] містить ідіому “*around the corner*” у наступному контексті: “*However, if the groundhog doesn't see its shadow, it signifies that spring weather is around the corner*». Фразеологізм “*around the corner*” означає, що щось станеться дуже скоро або знаходиться дуже близько в часі або просторі. Це усталене словосполучення в англійській мові, яке має переносне значення, при цьому значення окремих компонентів зберігаються, що робить цей вираз фразеологічною єдністю. Це адвербіальна фразеологічна одиниця (номінативного типу), адже вона виконує функцію обставини, вказуючи на часову або просторову близькість події. Дана єдність має еквівалент в українській мові - «не за горами», «на носі». Вона виконує наступні функції:

- інформативна: передає інформацію про очікувану подію (весну) в позитивному та емоційно піднесеному ключі;

- експресивна: має емоційно-оцінне забарвлення: надає вислову оптимістичності, легкості та розмовного звучання;

- стилістична: забезпечує образність мови, допомагає уникнути банального "*spring is soon*" чи "*spring is coming*".

Отже, фразеологізм "*around the corner*" викликає у читача позитивне очікування, пом'якшуючи негатив новини про продовження зими. Він створює емоційно забарвлений образ близької весни, посилюючи залучення аудиторії.

У цьому дослідженні було застосовано якісний метод контент-аналізу, який дозволив ідентифікувати фразеологічну одиницю "*around the corner*" у контексті новинного повідомлення. Було здійснено структурно-семантичний аналіз, що дав змогу класифікувати фразеологізм за типами (фразеологічна єдність, адвербіальна номінативна одиниця), виявити його перекладний еквівалент в українській мові та охарактеризувати змістові та функціональні особливості. Крім того, було проведено прагматичний аналіз з метою оцінки впливу виразу на сприйняття читачем, що дало підстави зробити висновок про його роль у підвищенні емоційного забарвлення та образності тексту.

Отже, у практичному розділі дипломної роботи ми зосередимося на практичному аналізі фразеологічних одиниць у текстах новин, що є ключовим етапом нашого дослідження. Попередній розділ висвітлив теоретичні аспекти фразеології та її багатогранність, підкресливши складність визначення та класифікації цих стійких виразів. Тепер же ми перейдемо до безпосереднього виявлення та детального розгляду ФО у реальному мовленнєвому матеріалі, а саме у сучасних новинних текстах. Метою даного аналізу є не лише ідентифікація фразеологізмів, а й глибоке вивчення їхнього функціонування з огляду на кілька важливих критеріїв. Зокрема, ми прагнемо визначити тип фразеологізму за ступенем семантичної єдності, дослідити їхні структурно-семантичні характеристики, оцінити

особливості перекладу цих одиниць, здійснити класифікацію за змістом і функцією, а також проаналізувати оцінний ефект, який вони справляють на читача.

Кожен фразеологізм буде досліджено відповідно до плану:

1. Визначення типу фразеологізму за ступенем семантичної єдності (фразеологічні зрощення (ідіоми), фразеологічні єдності, фразеологічні вирази, фразеологічні сполучення).

2. Визначення типу фразеологізму за структурно-семантичними характеристиками (номінативні, номінативно-комунікативні, комунікативні, вигукові та модальні фразеологізми вигукового характеру).

3. Визначення типу фразеологізму з точки зору перекладу (фразеологічні одиниці, що мають еквіваленти в мові, безеквівалентні фразеологічні одиниці).

4. Класифікація за змістом і функцією (емоційно-експресивна, маніпулятивна, естетично-оформлювальна, привернення уваги, семантична, культурно-ідентифікаційна, психолінгвістична, трансформаційна).

5. Оцінка ефекту на читача.

Такий комплексний підхід дозволить нам розкрити практичну роль фразеологізмів у формуванні інформаційного повідомлення та впливі на його сприйняття.

РОЗДІЛ 2
ТИПОЛОГІЯ, ФУНКЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ НОВИН

2.1 Функціонування фразеологічних одиниць у природничому новинному дискурсі

Природничий новинний дискурс охоплює тексти інформаційних повідомлень, статей та заміток, присвячених науковим відкриттям, дослідженням у галузі біології, медицини, екології, а також іншим аспектам природничих наук. В даному дискурсі було проаналізовано 12 фразеологічних одиниць, уживаних із різною інтенсивністю та стилістичною спрямованістю.

У новині [How Accurate] вираз *"to put a brave face on"* зустрічається у реченні: *"Keir Starmer and the Chancellor* ***put a brave face*** *on the news, as they scramble to find policies that can drive growth*". Фразеологізм *"to put a brave face on"* в тексті новин належить до категорії фразеологічних єдностей. Це усталене словосполучення в англійській мові, яке має переносне значення, при цьому значення окремих компонентів зберігаються. У цьому виразі слова *"brave"* (хоробрий) та *"face"* (обличчя) окремо мають свої прямі значення, але, поєднуючись, вони створюють нове, мотивоване, але цілісне переносне значення - робити вигляд, що все гаразд, зберігати бадьорий вигляд, незважаючи на складнощі. Фразеологізм *"to put a brave face on"* за структурно-семантичними характеристиками відноситься до номінативних фразеологічних одиниць, а конкретніше - до адвербіальних фразеологічних одиниць. Цей вираз є сполученням слів, яке, хоча і має переносне значення, за своєю функцією в реченні характеризує якість дії. *"To put a brave face on"* є еквівалентною фразеологічною одиницею в українській мові. Для неї існують

повні відповідники, такі як: «робити хорошу міну при поганій грі/тримати марку/вдавати, що все гаразд». Використання *“to put a brave face on”* підкреслює, що політики свідомо намагаються створити певне враження. Це може бути елементом маніпуляції, коли ЗМІ натякають на те, що заяви політиків не відповідають реальному стану справ або їхнім внутрішнім відчуттям. Отже, дана єдність виконує маніпулятивну функцію та функцію привернення уваги. Вона формує у читача скептичне ставлення до зовнішнього оптимізму політиків, натякаючи, що їхні заяви можуть не відповідати реальній, складній ситуації. Це також додає тексту емоційності та образності, роблячи виклад більш живим і захопливим, ніж проста констатація фактів.

Наступна новина [Why are 10,000 giant spiders] містить фразеологізм *“to keep your/an eye on something/someone”* у наступному контексті: *“We are* ***keeping an eye on*** *the health of children in senior classes”*. Фразеологізм *“to keep an eye on”* за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей. Це стійке словосполучення, де компоненти зберігають свої прямі значення, але, поєднуючись, вони утворюють переносне, мотивоване, але цілісне значення - стежити, пильнувати, наглядати за кимось/чимось. *“To keep an eye on”* за структурно-семантичними характеристиками є номінативно-комунікативною фразеологічною одиницею. Це дієслівний фразеологізм, який виконує функцію означування дії та комунікативну функцію в реченні. Для цього англійського виразу в українській мові існують відповідники, які передають те саме значення «стежити, пильнувати, наглядати». Єдність *“to keep an eye on”* у новині виконує насамперед семантичну функцію, чітко позначаючи дію спостереження. Водночас, він несе емоційно-експресивне забарвлення, передаючи відчуття турботи та відповідальності.

Підзаголовок *“Weather radar* ***shed a light on*** *Australian bird migration”* [What went] містить вираз *“to shed light on sth”* . Фразеологізм *“to shed light on something”* є фразеологічною єдністю, оскільки має переносне значення,

при цьому компоненти зберігають своє лексичне значення та створюють образне висловлення. Він також є номінативно-комунікативним, оскільки містить дієслово, має стале переносне значення та виконує як назовну, так і комунікативну функцію у висловлюванні. Єдність *"to shed light on something"* має український еквівалент «пролити світло на щось», виконує семантичну функцію, оскільки допомагає уточнити або пояснити інформацію, і справляє на читача прояснювальний ефект, роблячи зміст зрозумілішим.

Фразеологізм *"the days/weeks/years to come"* є стійким словосполученням, що за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти зберігають власне буквальне значення. Цей вираз виконує функцію позначення часу в майбутньому та часто використовується для підкреслення тривалості або перспективи подій, як і в контексті новини: *"Pupils at Bude Park Academy will be benefiting from these improvements* ***for years to come****, so for them to learn about it and the significance these trees will have in creating a sustainable facility is vitally important for its long-term future"* [Trees planted]. За структурно-семантичними характеристиками він є номінативно-комунікативним фразеологізмом, оскільки вказує на часові рамки і одночасно виконує комунікативну функцію, спрямовану на інформування або наголошення на майбутніх змінах. З точки зору перекладу, цей вираз має еквівалент в українській мові - «у найближчому майбутньому», «у наступні дні/тижні/роки». Функціонально він виконує семантичну функцію часової орієнтації, а також має емоційно-експресивний відтінок, створюючи у читача відчуття очікування та надії на позитивні зміни. Вживання цього фразеологізму в тексті про реконструкцію парку та участь дітей у посадці дерев підкреслює довгострокову перспективу та важливість дій сьогодні для майбутнього спільноти.

Фразеологічна одиниця "*in full swing*", що трапляється в новині [How a puffin] ("*When breeding season is* ***in full swing****, around 1.5 million adults pair up and nestle into burrows on the grassy seaside slopes above Heimaey island's rocky*

cliffs") з погляду ступеня семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей. Його значення є переносним і цілісним - ідіома вказує на те, що якась подія або процес перебуває на піку активності, у розпалі. Водночас окремі компоненти (*in, full, swing*) зберігають залишки своїх вихідних значень, хоч і не є самодостатніми. Наприклад, слово "*swing*" у буквальному значенні означає рух або гойдання, і в цьому фразеологізмі воно концептуально передає уявлення про динамічний розвиток подій. Вираз є фіксованим і не допускає заміни окремих слів на синоніми, що також є ознакою фразеологічної єдності. За структурно-семантичними характеристиками, "*in full"* класифікується як адвербіальна фразеологічна одиниця. Вона виконує в реченні функцію обставини способу дії, характеризуючи інтенсивність або ступінь перебігу події. З точки зору перекладознавства, "*in full swing*" є фразеологічною одиницею, що має сталий відповідник в українській мові - «у самому розпалі». Це дозволяє перекладати вираз еквівалентно без втрати значення або стилістичного ефекту. Ідіома "*in full swing*" виконує переважно емоційно-експресивну та семантичну функції. Вона підсилює опис події, створюючи в читача яскраве уявлення про її динамічний характер. Також виконується функція привернення уваги, оскільки використання фразеологізмів пожвавлює текст, робить його менш формальним, наближаючи до живої мови. Ідіома "*in full swing*" викликає в уяві динамічну картину, сприяє легкому сприйняттю інформації та емоційному залученню. Використання цього фразеологізму допомагає уникнути шаблонних формулювань і додає тексту виразності, що підвищує інтерес читача до повідомлення.

Вираз *"to go from strength to strength"* зустрічається в новині в такому контексті: *"She has* ***gone from strength to strength*** *since coming into care"* [Man Goes]. Він є фразеологічною єдністю за ступенем семантичної єдності, оскільки це стійке словосполучення, в якому компоненти зберігають своє переносне значення, але при цьому мають власні семантичні особливості. За структурно-семантичною характеристикою вона є номінативно-

комунікативною дієслівною одиницею, оскільки вказує на процес або стан (покращення, зростання) і виконує комунікативну функцію - повідомляє про позитивну динаміку розвитку. З точки зору перекладу, ця фразеологічна єдність не має фразеологічного еквіваленту в українській мові, натомість може бути інтепретована як «зміцнюватися, досягати все більших успіхів, ставати сильнішим і сильнішим». За функціональним призначенням ця ідіома виконує переважно семантичну функцію, а також має емоційно-експресивне забарвлення, оскільки передає позитивний стан і зростання, викликаючи у читача відчуття впевненості у прогресі. Для читача ця ідіома створює враження впевненості, оптимізму і віри в покращення ситуації, що підсилює позитивне сприйняття персонажа.

Ідіома *"to take someone under your wing",* яка використана в тексті: *"Brooklyn, the loving big sister,* ***took Bronx under her wing****, showering her with affection and cuddles"* [Man Goes], є фразеологічним зрощенням за ступенем семантичної єдності, бо це стійкий вираз із власним значенням, що не співпадає з прямим значенням слів. За структурно-семантичною характеристикою ця ідіома є номінативно-комунікативною, оскільки вона має номінативне значення - взяти когось під опіку або піклування, і одночасно комунікативне - виражає ставлення до людини або істоти. Щодо перекладу, ця ідіома має стійкий еквівалент в українській мові – «взяти під своє крило», що є прямим культурним відповідником англійського виразу. За функціональним призначенням фразеологізм виконує семантичну функцію (передає зміст підтримки, захисту), а також емоційно-експресивну функцію, оскільки викликає теплі почуття турботи та захисту. Вплив на читача полягає у створенні позитивного образу дбайливості і підтримки, що викликає емпатію і довіру до героїв оповіді.

Фразеологізм *"to weather the storm"* зустрічається в даному уривку новини: *"Some studies suggest, for example, that mitochondrial transfer might help cells* ***to weather neurological storms****"* [Cells are swapping]. Він належить до фразеологічних єдностей, оскільки має переносне значення, але окремі

компоненти зберігають своє значення. За структурно-семантичними характеристиками це номінативно-комунікативна одиниця, зокрема дієслівний фразеологізм, оскільки виражає дію та функціонує в реченні як предикат. З точки зору перекладу, цей фразеологізм має еквівалент в українській мові - «пережити бурю», «витримати удар». За змістом і функцією виконує емоційно-експресивну функцію, а також психолінгвістичну, оскільки допомагає коротко і образно передати досвід подолання труднощів. Ефект на читача полягає у створенні метафоричного образу кризи як бурі, через що ситуація сприймається більш драматично, але водночас із надією на подолання.

“To go back to the drawing board” - це фразеологічний зрощений вираз, який міститься в уривку з новини: *“These data, he argues, mean that researchers need to* ***go back to the drawing board*** *to explain why good sleep reduces a person’s risk of dementia”* [The great brain]. За структурно-семантичною характеристикою цей вираз належить до номінативно-комунікативних фразеологізмів, оскільки містить дієслово і виконує комунікативну функцію - закликає до дії або зміни. У перекладі цей вираз має еквіваленти в українській мові, наприклад, «повернутися до початку» або «почати все з початку». За функціями він виконує маніпулятивну роль, спонукаючи до переосмислення ситуації, а також емоційно-експресивну, виражаючи розчарування через необхідність нової спроби. Для читача цей вираз створює відчуття, що попередній план виявився невдалим, і тепер необхідно шукати нові шляхи.

“To run high” - це стійкий фразеологічний вираз, який належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти мають переносне значення, але зберігають власні семантичні ознаки. Структурно-семантично цей вираз є номінативно-комунікативним, бо виражає процес чи стан, часто з дієсловом *“run”*, що вказує на динаміку подій або емоцій. У перекладі має українські відповідники, наприклад, «рости», «зростати» або «бути на високому рівні». Функціонально він виконує емоційно-експресивну роль,

підкреслюючи інтенсивність або гостроту ситуації, і маніпулятивну - впливає на ставлення до події. Для читача цей вираз створює відчуття загострення емоцій або напруги, наприклад, *"Tensions are running high"* - «Напруга зростає» [The great brain].

"To be at stake" - це фразеологічний зрощений вираз, стійкий і нероздільний, який використано в реченні *"There is a lot* ***at stake*** *- most importantly, scientists' foundational understanding of the pathology of dementia"* [The great brain]. Його компоненти не розділяються і не змінюються, а сам вираз має переносне значення. За структурою і семантикою це номінативно-комунікативний фразеологізм, який виконує функцію позначення стану речей або небезпеки. Українські еквіваленти включають «бути під загрозою», «бути на кону» або «бути поставленим на карту». Функції виразу - емоційно-експресивна тому, що підкреслює серйозність ситуації, а також маніпулятивна, адже впливає на сприйняття важливості проблеми. Для читача цей вираз створює відчуття великої відповідальності і наголошує на значущості подій, що описуються.

Фразеологізм *"to stand tall"*, використаний у новині про 300-річне польське дерево [300-year-old] ("***Standing tall*** *in Dalków's historic park, the deep-red beauty is a beloved symbol for the community*"), належить до фразеологічних єдностей за ступенем семантичної єдності, оскільки складається зі слів, що зберігають свої лексичні значення, але разом набувають переносного значення. Цей вираз є синтаксично нероздільним, не допускає перестановки компонентів та має емоційно-експресивне забарвлення. За структурно-семантичною класифікацією *"to stand tall"* відноситься до адвербіальних фразеологічних одиниць, оскільки характеризує якість дії і виконує роль обставини, виражаючи стан упевненості й гідності. Крім того, цей фразеологізм має номінативно-комунікативну функцію, оскільки передає і ознаку стану, і емоційне ставлення. З точки зору перекладу, *"to stand tall"* має еквіваленти в українській мові: «стояти гордо», «триматися впевнено», що дозволяє

передати основний зміст без втрати інформації. За змістом і функцією цей фразеологізм виконує емоційно-експресивну та семантичну функції, підкреслюючи стійкість і гідність, а також культурно-ідентифікаційну, відображаючи цінності та ставлення до природи. Для читача вираз створює образ сили і незламності, що робить текст більш образним і натхненним, посилюючи емоційний вплив і символічне значення описаного дерева.

Отже, основною метою використання ідіом в новинах про науку є проста подача інформації. Частіше за все автори використовували фразеологічні єдності тому, що вони зберігають свою образність, але не заважають писати в науковому стилі. Таким чином інформація стає більше доступною та привабливою для читачів, залучає їх та посилює інтерес до теми, виконуючи комунікативну функцію.

2.2 Функціонування фразеологічних одиниць в економічному новинному дискурсі

Економічний новинний дискурс охоплює тексти інформаційних повідомлень, аналітичних статей та репортажів, що висвітлюють фінансові події, ринкові тенденції, монетарну політику та питання глобальної економіки. Для дослідження було проаналізовано 2 фразеологічні одиниці, які автори застосовують для пояснення складних економічних понять у доступній формі, а також для емоційного чи маніпулятивного впливу на аудиторію.

Новина [Bank of England] містить фразеологізм *“to be on the loose»* у заголовку: *“Why are 10,000 giant spiders* ***on the loose*** *in the UK?”*. Фраза *“to be on the loose”* згідно з класифікацією за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей. Це стійке словосполучення, де окремі слова зберігають частину свого лексичного значення, але в поєднанні

створюють нове, мотивоване, але цілісне переносне значення. За структурно-семантичними характеристиками належить до номінативних фразеологічних одиниць, а точніше - до підтипу адвербіальних фразеологічних одиниць. З точки зору перекладу на українську мову єдність належить до категорії фразеологічних одиниць, що мають еквіваленти в мові. В українській мові існують стійкі та функціонально відповідні вирази, такі як «на волі», «на свободі», «розгулювати». Єдність *"to be on the loose"* у тексті новин насамперед виконує функцію привернення уваги та емоційно-експресивну функцію, створюючи сенсаційний та інтригуючий тон. Водночас, її використання в заголовку має помітний маніпулятивний ефект, оскільки створює перебільшене відчуття небезпеки, спонукаючи читача до взаємодії з матеріалом.

В статті [What is] Джастіна Лахарта ідіома *"rule of thumb"* використовується у реченні "*A common **rule of thumb** is that two consecutive quarters of declining gross domestic product counts as a recession*". "*Rule of thumb*" - це фразеологічне зрощення (ідіома), оскільки це стійкий вираз, що складається з кількох слів, значення якого не виводиться дослівно зі значень окремих слів. Цей вираз синтаксично нероздільний, компоненти не підлягають перестановці або заміні, і не має додаткових слів. *"Rule of thumb"* є номінативним фразеологізмом, оскільки функціонує як стійке словосполучення, що позначає певне поняття (приблизне правило, емпірична норма). Структурно - це іменне словосполучення. Воно не виконує комунікативну чи емоційну функції, а лише служить для позначення концепту. Ідіома має еквівалент у українській мові - наприклад, «правило великого пальця», «емпіричне правило». Ідіома виконує семантичну функцію - вона позначає спосіб прийняття рішень або критерій, який базується на практичному досвіді, без жорстких офіційних вимог. Фразеологізм служить для зручного узагальнення, спрощення складних процесів (економічних у цьому випадку) і тим самим допомагає аудиторії швидко орієнтуватися у темі. Вживання "*rule of thumb*" робить текст більш доступним і зрозумілим для

широкої аудиторії, бо передає ідею простого і звичного способу оцінки рецесії, навіть якщо він не є офіційним чи точним. Це також створює враження практичності і зрозумілості, знижуючи рівень складності економічної теми. Водночас ідіома сигналізує читачеві, що є офіційні, більш комплексні методи оцінки, а це - лише грубий орієнтир.

Таким чином, використовуючи фразеологізми в економічних новинах, автори полегшують сприйняття складних понять та ідей. Однак використання ідіом в даному дискурсі може бути методом впливу та маніпулювання читачами.

2.3 Функціонування фразеологічних одиниць в політичному новинному дискурсі

Політичний новинний дискурс охоплює матеріали, присвячені діяльності політичних лідерів, партій, міжнародним відносинам, виборчим кампаніям та геополітичним подіям. Він характеризується високим рівнем емоційності, експресивності та маніпулятивного потенціалу, оскільки політичні новини не лише інформують, а й формують громадську думку. Для аналізу було залучено корпус англомовних статей і репортажів провідних ЗМІ, у яких виявлено 7 фразеологічних одиниць. Вони застосовуються з метою емоційного підсилення викладу, створення драматичного ефекту та спрощення складних політичних процесів для масового читача.

“To strike a chord” - фразеологізм, що зустрічається у новині [Why is Kamala] у контексті: *“For Aishwarya Sethi, a 39-year-old Indian American voter based in California, Harris’s pitch to reclaim abortion rights in the country* ***strikes a chord****, she told Al Jazeera”* . Фразеологізм *“to strike a chord”* за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей. Це стійке словосполучення, де компоненти зберігають свої прямі значення, але,

поєднуючись, вони утворюють переносне, мотивоване, але цілісне значення. *“To strike a chord”* за структурно-семантичними характеристиками належить до номінативно-комунікативних фразеологічних одиниць. Цей тип фразеологізмів охоплює дієслівні фразеологічні одиниці, які містять дієслова та володіють сталою семантичною єдністю. *“To strike a chord”* є дієслівним зворотом, що передає дію, яка викликає емоційний або інтелектуальний відгук у когось. з точки зору перекладу на українську мову належить до фразеологічних одиниць, що мають еквіваленти в мові. До таких еквівалентів належать: «зачепити за живе», «резонувати». У статті єдність виконує насамперед семантичну функцію, позначаючи емоційний або інтелектуальний відгук. Водночас, вона несе емоційно-експресивне та естетично-оформлювальне забарвлення, роблячи виклад більш образним та глибоким. Використання фразеологізму “*to strike a chord”* дозволяє читачеві глибше зрозуміти емоційний та ціннісний аспект обговорюваної теми (права на аборти), підкреслюючи, що вона викликає сильний особистий відгук у виборців, і таким чином додає переконливості аргументації та посилює емоційний зв'язок читача з проблемою.

Фразеологізм *“in its tracks»*, ужитий у контексті *“some Republican members could stop the bill* ***in its tracks****”* [House Republicans], належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти зберігають своє лексичне значення, але разом створюють образне, стале значення - «зупинити щось раптово, повністю, одразу». За структурно-семантичними характеристиками він є адвербіальною номінативною фразеологічною одиницею, оскільки виконує роль обставини способу дії, описуючи, як саме щось може бути зупинене. В українській мові не має фразеологічного еквіваленту, дослівно перекладається як «на місці». У цьому контексті виконує семантичну функцію, вказуючи на категоричність і рішучість дії, а також функцію привернення уваги, підкреслюючи драматичний характер політичного протистояння. На читача фразеологізм справляє ефект напруги

та драматизму, створюючи враження раптовості та значущості можливої зупинки законодавчого процесу.

Вираз *“a turning point»* у заголовку новини *“Syria **at a turning point** in its history”* [Syria] є фразеологічною єдністю за ступенем семантичної єдності, оскільки його складові зберігають первісне значення, але у сполученні набувають переносного смислу - моменту кардинальної зміни або перелому в історії країни. Цей стійкий вираз не містить некротизмів чи архаїзмів, компоненти синтаксично пов’язані, але не є нероздільними, отже це не зрощення. За структурно-семантичними характеристиками *“a turning point”* належить до номінативних фразеологічних одиниць, оскільки позначає явище чи подію (переломний момент), виконує функцію найменування і виступає в ролі субстантивного словосполучення, яке в тексті несе як номінативну, так і комунікативну функцію, акцентуючи увагу на важливості моменту. З погляду перекладу цей вираз має прямі українські відповідники - «переломний момент», «точка перелому», що повністю передають його семантику, отже він є фразеологічною одиницею з еквівалентами в мові. За змістом та функцією *“a turning point”* виконує семантичну функцію, позначаючи ключову зміну, а також естетично-оформлювальну і функцію привернення уваги, підкреслюючи важливість події у розвитку країни. Для читача використання цього виразу створює відчуття значущості моменту та очікування змін, що робить текст більш вагомим і надихає на сприйняття подій як визначальних у подальшій історії Сирії.

Ідіома *“to be out of the question”* у реченні *“Other European governments have ruled out complying with the US demands, with French minister for social equality Aurore Bergé saying it was **«out of the question»**, while Belgian deputy prime minister Jan Jambon said: We have no lessons to learn from the boss of America”* [Klever concerned] за ступенем семантичної єдності є стійким фразеологічним зрощенням, яке має фіксовану структуру та переносне значення. За структурно-семантичною характеристикою ця ідіома відноситься до номінативно-комунікативних, оскільки вона позначає

категоричність відмови і виконує комунікативну функцію вираження рішучої позиції. З погляду перекладу, ця ідіома має відповідник в українській мові - наприклад, «не може йти й мови» або «це виключено», отже, є фразеологічною одиницею з еквівалентом. За змістом та функцією вона виконує емоційно-експресивну роль, підкреслюючи сильне заперечення, маніпулятивну функцію - відхилення пропозиції, а також семантичну функцію позначення неможливості дії. Вплив на читача полягає у підсиленні відчуття непохитності і категоричності позиції політиків, що допомагає глибше усвідомити важливість і суворість відмови.

Фразеологізм *"at the helm"* у статті [Why it's time] використовується в реченні: *"One study found that, as of 2020, 43 women* ***have been at the helm*** *of UN agencies"* . Цей вираз є фразеологічною єдністю, оскільки він складається зі стійкого словосполучення, в якому компоненти мають переносне значення, але при цьому зберігають власні семантичні особливості. Компоненти *"at"* і *"helm"* не можуть бути замінені або переставлені, що свідчить про їхню стійкість. За структурно-семантичною характеристикою *"at the helm"* належить до прийменникових фразеологізмів, які мають фіксоване значення і виконують роль опису позиції керівництва чи контролю. З точки зору перекладу цей вираз цей вираз можна перекласти фразеологічним еквівалентом на українську мову - «бути за кермом/на чолі. У тексті фразеологізм виконує емоційно-експресивну та семантичну функції, додаючи виразності і підкреслюючи роль жінок на керівних посадах у структурі ООН. Використання цього ідіоматичного виразу також виконує культурно-ідентифікаційну функцію, адже походить з морської термінології і є частиною англомовної політичної та ділової культури. Таким чином, фразеологізм *"at the helm»* є важливим мовним засобом для передачі значення керівництва і підкреслення змісту тексту щодо участі жінок у високих посадах управління.

Фразеологізм *"in crosshairs"* з заголовку *"Canadians* ***in crosshairs*** *of trade war call Trump's tariffs a 'bad dream'"* [Canadians in crosshairs] є фразеологічним зрощенням, оскільки це стійкий вираз, який складається з

кількох слів, повністю фіксований у своїй структурі та значенні. Він має переносний сенс, що походить із військової або стрілецької термінології, де "*crosshairs*" - це приціл, а фраза в цілому означає перебування під прицілом, у центрі уваги або під загрозою. Компоненти виразу втрачають своє буквальне значення, а весь вираз набуває цілісного смислу, що характеризує його як типове фразеологічне зрощення. За структурно-семантичними характеристиками *"in crosshairs"* є номінативним фразеологізмом, що виконує функцію найменування стану або ситуації - перебування в центрі уваги або під загрозою. Це підкреслюється тим, що він часто використовується для опису осіб, об'єктів чи явищ, які опинилися під інтенсивним контролем, ризиком чи нападом. З точки зору перекладу цей фразеологізм має еквіваленти в українській мові, наприклад «під прицілом», «в центрі уваги», що дозволяє передати основне значення без втрат. Щодо функцій, *"in crosshairs"* виконує насамперед семантичну функцію, чітко позначаючи стан ризику або небезпеки для суб'єкта, а також функцію привернення уваги, оскільки вжиток цього виразу в тексті одразу акцентує на важливості або складності ситуації, що описується. Емоційно-експресивна функція також присутня, адже вираз викликає відчуття тривоги, небезпеки або критичності положення, що підсилює емоційне сприйняття тексту читачем. Оцінка ефекту на читача полягає в тому, що використання фразеологізму допомагає зосередити увагу на об'єкті критики або загрози, викликаючи у читача усвідомлення серйозності ситуації, а також формує образ жертви чи цілі агресії, що в контексті новини про торговельні тарифи Трампа підсилює критичне ставлення до політичних рішень і їхніх наслідків для канадських підприємств та громадян. Таким чином, цей вираз не лише конкретизує ситуацію, але й стимулює емоційний резонанс, допомагаючи читачеві краще зрозуміти масштаби проблеми.

Ідіома "*to up the ante*" використовується у тексті для опису дій президента Трампа, який поступово збільшував тарифи на китайські товари, починаючи з 20% і доходячи до 54%, а потім і до 145%: "*The American*

president quickly ***upped the ante*** *with China, raising the levy to 54% to offset what he said were China's unfair trade practices*" [Trump's]. Даний фразеологізм - стійке висловлення, що має переносне значення і не перекладається буквально. Отже, за ступенем семантичної єдності, *"to up the ante"* - це фразеологічне зрощення (ідіома), яке утворене дієслівною конструкцією з прислівником іменником, має цілісне значення, що не виводиться із суми значень окремих слів. Структурно ідіома є фразовим дієсловом і виконує номінативну функцію, оскільки позначає певну дію - підвищення ставок або загострення конфлікту. Щодо перекладу, ідіома має усталені еквіваленти українською: «підвищувати ставки», «загострювати ситуацію», «посилювати, загострювати конфлікт». Семантично ідіома служить для передачі посилення протистояння, підняття рівня напруженості, що робить конфлікт більш складним і значущим. Вона виражає динаміку подій, наголошуючи на тому, що дії Трампа не просто поступові, а радикальні, що загрожують бізнесам і економіці в цілому. Ефект для читача полягає у створенні відчуття наростаючої напруги та безпрецедентності ситуації - "*to up the ante*" підсилює драматизм розповіді і змушує аудиторію усвідомити масштаб проблеми. Завдяки цій ідіомі текст звучить більш живо і образно, що сприяє кращому розумінню та залученню читача до теми.

Загалом, автори знову переважно використовують фразеологічні єдності та зрощення з метою полегшення сприйняття інформації. У більшості новин використані дієслівні фразеологізми. Вони виконують моційно-експресивну та маніпулятивну функції, що допомагає коригувати реакцію читачів. Значна частина фразеологізмів має українські еквіваленти. У підсумку, ідіоми в новинах про політику збільшують емоційний вплив на читачів, можуть виконувати маніпулятивну функцію.

2.4 Функціонування фразеологічних одиниць у суспільному новинному дискурсі

Суспільний новинний дискурс охоплює тексти, що стосуються соціальних відносин, культурних подій, проблем морального, емоційного та побутового характеру, а також висвітлення тем, безпосередньо пов'язаних із життям людей. Він характеризується доступністю викладу та значною емоційною насиченістю, адже суспільні новини орієнтовані на широкий читацький загал. Для дослідження було відібрано новинні тексти, у яких зафіксовано 10 фразеологічних одиниць. Їхнє використання сприяє не лише точнішому відображенню суспільних процесів, але й емоційному залученню читача, створюючи ефект співпереживання. Далі розглянемо приклади їхнього функціонування.

У новині [What went] вираз *"to pave the way"* використано у реченні *"The environmentalist Chris Packham has won a landmark legal battle with the UK government, forcing authorities to concede that axing carbon-reducing green policies was unlawful - and* ***paving the way for*** *a rethink".* Фразеологізм *"to pave the way"* за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти зберігають свою первісну семантику, але разом утворюють переносне, мотивоване, але цілісне значення. За структурно-семантичними характеристиками віе належить до номінативно-комунікативних фразеологічних одиниць. Цей тип фразеологізмів охоплює дієслівні фразеологічні одиниці, які містять дієслова та володіють сталою семантичною єдністю. *"To pave the way"* є дієслівним зворотом, що передає дію створення умов або сприяння чомусь (у даному випадку, «переосмисленню»). Таким чином, він виконує як номінативну (означувальну) функцію, називаючи дію, так і комунікативну функцію у реченні, доповнюючи його дієслівну частину. Фразеологізм *"to pave the way"* з точки зору перекладу на українську мову належить до фразеологічних

одиниць, що мають еквіваленти в мові. В українській мові існують стійкі та функціонально відповідні фразеологічні відповідники, які повністю передають його суть: «прокладати шлях», «відкривати шлях», «створювати умови». Дана єдність у новині насамперед виконує семантичну функцію, позначаючи створення передумов. Водночас, він сприяє привернення уваги до важливості події та виконує естетично-оформлювальну функцію, збагачуючи виклад. Використання фразеологізму *"to pave the way"* створює у читача відчуття важливості та незворотності змін, підкреслюючи, що подія (перемога в суді) відкрила нові можливості для майбутнього перегляду політики.

Фразеологізм *"to scratch one's head"*, вжитий у реченні *"Redditors were left* ***scratching their heads*** *while working out the pronunciation of some names"* [People slam], належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти мають збережене буквальне значення, але разом передають образне значення - вираження здивування, замішання або розгубленості. За структурно-семантичними характеристиками ця одиниця є номінативно-комунікативною, оскільки вона містить дієслово та позначає дію з вираженою емоційною реакцією, функціонуючи як частина висловлення з повним змістом. З погляду перекладу фразеологізм має еквівалент в українській мові - «ламати голову», «чесати потилицю» або «почухати голову», що передають ту ж емоційно-смислову реакцію. У цьому контексті він виконує семантичну функцію, конкретизуючи реакцію людей на складні або незрозумілі імена, та емоційно-експресивну функцію, оскільки передає іронію й подив. Для читача такий вираз посилює ефект співпереживання й гумору, даючи змогу емоційно відчути абсурдність ситуації та поділити подив із героями новини.

Фразеологізм *"too good to be true"*, ужитий у реченні "*«If something feels off or* ***too good to be true****, Veterans must trust their instincts and use these tips to stay safe"* [Protecting Veterans], є фразеологічною єдністю, оскільки його складові слова зберігають свої первинні значення, проте в сполученні набувають переносного, образного значення - «занадто добре, щоб бути

правдою», тобто викликає сумнів у реальності або чесності ситуації. За структурно-семантичними характеристиками ця єдність належить до адвербіальних фразеологічних одиниць, що виконують роль обставин способу дії, описуючи якість явища або ситуації. З точки зору перекладу на українську мову, *"too good to be true"* має повноцінний еквівалент: «занадто добре, щоб бути правдою». У тексті фразеологізм виконує семантичну функцію, сигналізуючи про підозрілість і небезпеку, а також функцію привернення уваги до необхідності обережності. Використання даного виразу створює у читача ефект настороженості та критичного ставлення до надмірно позитивних обставин, підкреслюючи важливість довіри власним інстинктам для захисту від шахрайства.

Ідіома *"break the bank",* вжита у реченні *"More than 64,000 romance scams were reported in 2023, according to the FTC, totaling $1.14 billion in losses. By remaining vigilant and following these tips, Veterans can protect themselves and others from romance scams that can lead to heartbreak and* ***breaking the bank****"* [Protecting Veterans], є фразеологічною єдністю, оскільки її складові зберігають свої лексичні значення, але разом набувають переносного смислу - «спровокувати великі фінансові втрати», «розорити когось». За структурно-семантичними характеристиками це номінативно-комунікативна дієслівна фразеологічна одиниця, що позначає дію завдати значної шкоди фінансам. В українській мові існують відповідні еквіваленти: «розорити», «вибити з кишені всі гроші», «спустошити гаманець». У тексті ідіома виконує семантичну функцію, підкреслюючи масштаби можливих фінансових втрат через шахрайство, а також функцію привернення уваги, акцентуючи серйозність наслідків. Вона спричиняє у читача відчуття загрози та усвідомлення необхідності обережності, оскільки позначає можливість руйнівних фінансових наслідків.

Фразеологізм *"to make a difference"*, вжитий у реченні *"This is the only place I can* ***make a difference****"* [Stark Hill], є фразеологічною єдністю, оскільки його компоненти зберігають свої початкові лексичні значення, але в

поєднанні набувають переносного значення - «мати позитивний вплив», «вносити значущі зміни». За структурно-семантичними характеристиками ця єдність належить до номінативно-комунікативних дієслівних фразеологізмів, які виражають дію з постійним переносним значенням. З точки зору перекладу, *"to make a difference"* має функціональні еквіваленти в українській мові, наприклад, «мати значення», «вносити зміни», «робити різницю». У контексті новини цей фразеологізм виконує семантичну функцію, підкреслюючи важливість діяльності головної героїні, а також естетично-оформлювальну функцію, додаючи емоційну глибину висловлюванню. Використання ідіоми створює у читача відчуття значущості роботи медичної сестри та її впливу на життя ветеранів, акцентуючи увагу на гуманістичному аспекті професії.

Вираз *"to lend a helping hand",* використаний у реченні *"When we see that someone needs help, we may* ***lend a helping hand****"* [Listening], є фразеологічною єдністю, оскільки його складові зберігають власне лексичне значення, проте разом утворюють переносне значення - «надати допомогу, підтримку». За структурно-семантичними характеристиками це номінативно-комунікативний дієслівний фразеологізм, що передає дію допомоги або підтримки. З точки зору перекладу на українську мову має функціональні еквіваленти, такі як «протягнути руку допомоги», «надавати підтримку», що повністю відтворюють його зміст. У наведеному контексті фразеологізм виконує семантичну функцію, підкреслюючи важливість соціальної взаємодії та підтримки, а також естетично-оформлювальну функцію, додаючи виразності тексту. Використання цієї єдності справляє на читача позитивний емоційний вплив, формує уявлення про необхідність уважності й доброти у взаєминах між людьми, стимулюючи до активної допомоги ближнім.

Фразеологізм *"to be sick and tired"* у новині *"Veteran feeling positive after heart surgery"* [Veteran feeling] вжито у реченні: *"I came to Houston VA feeling* ***sick and tired*** *of being sick and tired"*. Цей вираз за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей, оскільки його

компоненти зберігають власне лексичне значення, але в поєднанні утворюють переносне значення вираження глибокої втоми й розчарування. За структурно-семантичними характеристиками це номінативно-комунікативний фразеологізм, адже він має називну функцію (описує стан особи) та виконує комунікативну функцію, передаючи емоційний стан і посилюючи зміст висловлення. З точки зору перекладу, вираз має еквівалент в українській мові - «бути ситим по горло», «бути знесиленим і втомленим», що повністю передають його суть. Фразеологізм виконує в тексті насамперед семантичну функцію, відображаючи психологічний стан героя, а також емоційно-експресивну, допомагаючи читачеві співпереживати. Використання цього виразу створює у читача відчуття глибокої втоми та безнадії, з якою звертався ветеран, що підсилює важливість подальшого позитивного результату лікування.

Фразеологізм *"to cross the line"* використано у новині [German Catholic] у реченні: *"If one assumes that the Son of God is partly responsible for the terrible acts of abuse that have also and especially occurred in the Catholic Church,* ***a line has been crossed*** *that cannot be justified for any reason in the world"*. За ступенем семантичної єдності цей вираз належить до фразеологічних єдностей, оскільки його складові зберігають базове лексичне значення, але разом створюють переносне, мотивоване значення виходу за допустимі межі поведінки чи допустимих дій. За структурно-семантичними характеристиками це номінативно-комунікативний фразеологізм, який поєднує в собі називну функцію (позначення факту переходу межі) та комунікативну функцію - підкреслення неприйнятності та критики дії. З погляду перекладу, він має чіткі еквіваленти в українській мові - «перейти межу», «переступити межу», які повністю передають зміст фразеологізму. Виконуючи семантичну функцію, фразеологізм підкреслює серйозність та неприйнятність дії, водночас він має функцію привернення уваги, акцентуючи на моральних та етичних нормах. Використання *"to cross the line"* у тексті викликає у читача відчуття порушення важливих моральних

меж, підсилюючи негативне ставлення до ситуації і допомагаючи зрозуміти масштаб образи, завданої представленою карикатурою.

У статті [Men who] ("*Over time, though, these behaviors can* ***take a toll*** *on their relationships, work, and overall well-being*") ідіома *"to take a toll"* є фразеологічною одиницею з частково буквальним значенням - *"take"* та *"toll"* зберігають індивідуальні значення, але разом утворюють стійкий вираз. Це номінативно-комунікативна одиниця, оскільки вона передає як дію, так і її наслідки. Вона має переносне значення та фіксовану структуру, що робить її ідіомою. Український переклад - шкодити, мати негативні наслідки, але фразеологічного еквіваленту і українській мові не існує. Ідіома додає емоційної глибини, наголошує на прихованій шкоді, спричиненій тривалим нещастям. Використання такого виразу значно допомагає візуалізувати наслідки емоційного пригнічення, підсилюючи послання статті щодо психічного здоров'я.

У тексті новини про благополуччя молоді і взаємодію з природою [Free wellbeing] підкреслюється важливість усвідомлення природного середовища: *"Its tenets include: connect,* ***take notice****, be active, keep learning and give*». Фразеологізм *"to take notice (of something)"* за ступенем семантичної єдності належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти зберігають власне буквальне значення, але в поєднанні набувають переносного значення. Структурно цей вираз є номінативно-комунікативним фразеологізмом, оскільки позначає дію і водночас виконує комунікативну функцію, закликаючи або інформуючи про необхідність приділяти увагу чомусь. У перекладі фразеологізм має прямі відповідники українською мовою «звертати увагу (на щось)», що свідчить про наявність еквівалентів. Функціонально *"take notice (of something)"* виконує семантичну функцію виділення, привернення уваги, а також має емоційно-експресивний відтінок, оскільки часто застосовується для підкреслення важливості певного явища або повідомлення. Фразеологізм *"take notice"* використовується для акцентування

на необхідності звертати увагу на природу як частину підтримки психічного здоров'я.

Фразеологізм *"a drop in the ocean"* (брит. варіант; амер. англ. - *"a drop in the bucket"*) є стійким виразом з частковою семантичною єдністю, тобто відноситься до типу фразеологічних єдностей. Він складається зі слів, що зберігають свої основні значення, але разом набувають переносного сенсу - дуже незначної частки чогось великого. Цей вираз є синтаксично нероздільним, не допускає перестановки складових і не містить некротизмів чи архаїзмів. За структурно-семантичною характеристикою фразеологізм належить до номінативних - стійких словосполучень із номінативним значенням, що позначають незначну частину цілого. Фразеологізм має номінативно-комунікативну функцію, оскільки позначає явище і передає оцінку його масштабів у контексті висловлювання. У тексті новини BBC він підкреслює незначний вплив перебування з віддаленими племенами в порівнянні з глобальними проблемами: *"To some degree, we are doing that, but our impact on those people was* ***a drop in the ocean*** *compared to all the other forces of change, the globalisation, the miners, the loggers and the missionaries"* [Bruce Parry]. З точки зору перекладу, вираз має український еквівалент - «крапля в океані». За функціями фразеологізм виконує семантичну, культурно-ідентифікаційну та маніпулятивну роль, оскільки допомагає оцінити масштаб події та акцентує увагу читача на глобальних викликах. Використання *"a drop in the ocean"* створює у читача уявлення про мізерність окремої дії у порівнянні з масштабними процесами, підкреслюючи важливість глобального контексту і допомагаючи краще усвідомити проблему.

Проаналізувавши ідіоми з суспільних новин, можна сказати, що використання фразеологічних єдностей знову переважає. Більшість з них мають номінативно-комунікативний характер та є дієслівними. За допомогою них автори акцентували увагу на суспільних проблемах: моральних, емоційних, фінансових. Залучення ідіом знову привертає увагу, виконує

емоційно-експресивну та семантичну функції. В результаті читачі мають змогу зануритися в суспільні проблеми. Майже всі фразеологізми мають відповідними в українській мові, адже суспільна тематика зазвичай є універсальною для будь-якого мовного оточення.

2.5 Функціонування фразеологічних одиниць в науковому та технологічному новинному дискурсі

Науковий та технологічний новинний дискурс охоплює публікації, присвячені новітнім відкриттям, досягненням у сфері науки та інновацій, розвитку інформаційних технологій, штучного інтелекту та цифрових медіа. Для аналізу було відібрано новини, у яких зафіксовано 8 фразеологічних одиниць. Їхнє використання сприяє підвищенню експресивності викладу, актуалізації ключових ідей та залученню читача до осмислення складних науково-технологічних процесів.

Фразеологізм *“to move the dial”* використовується в статті в реченні: *“The anniversary of the conference, undoubtedly a landmark event for science and society, offers an opportunity to think about what it might take* ***to move the dial*** *on analogous issues today”* [Asilomar conference]. Цей вираз є фразеологічною єдністю, оскільки складається зі стійкого словосполучення, у якому слова зберігають власні значення, проте разом набувають переносного значення. За структурно-семантичною характеристикою “to move the dial” є дієслівним фразеологізмом, що має сталу семантичну єдність та позначає дію, спрямовану на зміну або покращення певного стану. З точки зору перекладу цей вираз має еквівалент в українській мові - «зрушити з місця», «зробити крок уперед», що робить його зрозумілим і адаптованим для цільової аудиторії. У контексті тексту фразеологізм виконує семантичну та емоційно-експресивну функції, підкреслюючи необхідність активних дій для

вирішення сучасних проблем науки і суспільства. Використання цієї фразеологічної єдності додає тексту динамічності і акцентує увагу на важливості поступу у складних питаннях, що пов'язано з тематикою конференції.

Новина [What to know] містить речення *"Mazon **came under fire** over his decision last year to eliminate the Valencia Emergency Unit (UVE), created by a left-leaning predecessor to respond to emergencies like floods and wildfires"*. Фразеологізм *"to come under fire"* з даного речення є фразеологічною єдністю. За структурно-семантичними характеристиками вона належить до номінативно-комунікативних фразеологічних одиниць. Цей тип включає дієслівні фразеологічні одиниці, які містять дієслова та володіють сталою семантичною єдністю. *"To come under fire"* є саме таким дієслівним зворотом, що передає дію (бути критикованим, піддаватися нападам) і виконує як номінативну (означувальну) функцію, так і комунікативну функцію в реченні. Фразеологізм *"to come under fire"* з точки зору перекладу на українську мову належить до фразеологічних одиниць, що мають еквіваленти в мові. Незважаючи на те, що дослівний переклад («прийти під вогонь») не передає повного значення, в українській мові існують стійкі та функціонально відповідні фразеологічні відповідники, які точно передають його значення «бути під критикою», «піддаватися нападам», «бути мішенню для нападів/звинувачень». Єдність у новині виконує насамперед семантичну функцію, чітко позначаючи факт критики. Водночас, він несе емоційно-експресивне забарвлення, підкреслюючи інтенсивність осуду, та привертає увагу до гостроти ситуації. Використання фразеологізму *"to come under fire"* емоційно впливає на читача, створюючи образ інтенсивного й агресивного публічного осуду щодо Мазона та його рішення, що посилює драматизм ситуації.

Фразеологізм *"to be the beating heart of something"*, ужитий у реченні з новини: *"...we can deliver the growth which **is the beating heart of** our Plan for Change"* [UK forms], належить до фразеологічних єдностей, оскільки його

компоненти зберігають власне лексичне значення, але разом утворюють образний вислів. За структурно-семантичними характеристиками це номінативно-комунікативний фразеологізм - дієслівна конструкція, яка подає судження про значущість явища, у цьому випадку - економічного зростання в межах урядового плану. З точки зору перекладу, фразеологізм має еквівалент в українській мові - «бути серцем/ основою/ядром чогось». За функціями, вираз виконує емоційно-експресивну, семантичну та функцію привернення уваги - посилює значення економічного зростання, подаючи його як центр усієї стратегії. Фразеологізм має вплив на читачів через метафоричність і надає урядовому дискурсу енергійності, емоційної ваги та позитивної образності.

Фразеологізм *"to take someone/something by storm"* у контексті *"AI innovations* ***have taken the world by storm****..."* [4 signals] належить до фразеологічних єдностей, оскільки його компоненти мають збережене лексичне значення, але разом створюють образне, метафоричне значення. За структурно-семантичними ознаками, це номінативно-комунікативна одиниця, оскільки включає дієслово й описує дію. Вона є стійкою, не допускає довільної заміни компонентів і має фіксовану структуру. *"To take someone/something by storm"* має еквіваленти в українській мові: «підкорити, завоювати (публіку, серця тощо); швидко уславитися, стати відомим; взяти штурмом». Фразеологізм виконує емоційно-експресивну та функцію привернення уваги, підкреслює масштаб і динаміку явища (ШІ), створюючи позитивний ефект на читача - враження стрімкого прориву та важливості теми.

Фразеологізм *"to beg the question",* що з'являється у реченні *"****It begs the question*** *of what does copyright even mean anymore*" [Meta may], є цікавим прикладом сучасного англомовного фразеологізму з переносним значенням. У цьому контексті він вживається у значенні «порушувати питання», тобто викликати сумнів або змушувати задуматися над чимось важливим - у даному випадку над актуальністю авторського права в умовах використання ШІ. За

класифікацією за ступенем семантичної злитості, цей фразеологізм належить до фразеологічних єдностей, оскільки окремі слова зберігають своє значення, але вся конструкція має новий, стійкий переносний зміст. Структурно це дієслівна фразеологічна одиниця, яка виконує номінативно-комунікативну функцію, адже висловлює судження й виконує роль логічного зв'язку між подіями (тобто фактом порушення авторського права і запитанням про його цінність у нових умовах). За способом перекладу - це фразеологізм з фразеологічним еквівалентом в українській мові. Відповідником є вирази «порушувати питання», «ставити під сумнів», або «змушувати задуматися». За функціональним навантаженням у тексті фразеологізм має когнітивно-смислову функцію, оскільки формує запитання, що спонукає читача до рефлексії. Він підкреслює сумнів автора щодо того, чи має авторське право таку саму вагу, як раніше, якщо його можна легко обійти через технології штучного інтелекту. Таким чином, фразеологізм *"to beg the question"* у цьому тексті виконує важливу роль у формуванні аналітичного настрою, акцентує увагу на ключовій етичній та правовій дилемі і сприяє глибшому розумінню позиції авторів, чиї права були порушені.

Фразеологізм *"to change one's tune»* у реченні *"But when Altman visited India again this year, he* ***had changed his tune****."* [Sam Altman's] вживається у значенні різко змінити свою думку або ставлення, зазвичай із натяком на нещирість чи вигоду. У цьому випадку йдеться про те, що Сем Альтман спочатку скептично оцінював потенціал індійських стартапів в галузі штучного інтелекту, а згодом почав активно їх хвалити, що викликало підозри серед користувачів. За ступенем семантичної злитості цей фразеологізм є фразеологічною єдністю, оскільки компоненти зберігають певну лексичну самостійність, але в сукупності утворюють переносне значення. За структурою це дієслівна фраза, яка виконує комунікативну функцію, передає певне судження про зміну поглядів. Що стосується перекладу, в українській мові можна вжити наступні відповідники: «заспівати по-іншому», «заговорити по-іншому», «різко змінити риторику». У тексті цей

фразеологізм виконує функцію характеристики героя, підкреслює його прагматизм і адаптивність, а також створює емоційне забарвлення, яке натякає на можливу нещирість змін у його позиції.

Фразеологізм *“down the line”*, що зустрічається в такому контексті: *“Even though I changed it all the same day, it shows* ***down the line*** *the internet can do it's own thing. It's just crazy”* [Google AI], належить до типу фразеологічних сполучень, оскільки це стійкий вираз, що складається з кількох слів, які зберігають власне значення, однак у сполученні набувають переносного смислу, що позначає майбутній час або подію, тобто те, що відбудеться «надалі», «згодом». За структурно-семантичними характеристиками *“down the line”* є адвербіальним номінативним фразеологізмом, який виконує функцію обставини часу, позначаючи часові межі або перспективу події, при цьому зберігаючи лексичне значення окремих компонентів, що відповідає класифікації як номінативного фразеологізму з адвербіальною структурою. З точки зору перекладу цей фразеологізм має еквіваленти в українській мові, такі як «у майбутньому», «згодом», що полегшує його адекватну трансформацію при перекладі, оскільки передається основне смислове навантаження без втрати контексту. За змістом і функцією *“down the line”* виконує переважно семантичну функцію, оскільки передає часову характеристику подій, водночас має емоційно-експресивне забарвлення в залежності від контексту використання (наприклад, у новині про поширення фейкової інформації, що з часом набуває несподіваних наслідків). Крім того, ця фраза має функцію привернення уваги, оскільки вводить у текст елемент майбутнього розвитку подій, підсилюючи інтригу та залученість читача. Використання *“down the line”* додає тексту динамічності і допомагає підкреслити поступовий розвиток проблеми, що описується у новині, зокрема те, як через час інтернет може «робити своє», розповсюджуючи інформацію поза контролем автора. Це сприяє більш глибокому розумінню читачем загроз, пов’язаних із сучасними технологіями

та медіа, викликає емоційний відгук і підсилює усвідомлення актуальності проблеми фейкових новин і їхніх довготривалих наслідків.

Отже, як і в попередніх дискурсах, найпопулярнішими залишаються фразеологічні єдності номінативно-комунікативного характеру, дієслівні вирази. Однак також зустрічаються адвербіальні, які збагачують повідомлення автора. Слід зазначити наступні функції фразеологізмів в науковому та технологічному новинному дискурсі: семантична, емоційно-експресивна, когнітивна, привернення уваги. Частіше зустрічалися ідіоми, що мають повні відповідники в українській мові, але в деяких випадках треба використовувати контекстуальний підхід. Отже, автори залучають увагу, створюють динамічні тексти та посилюють емоції читачів за допомогою використання ідіом в новинах про науку.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що за ступенем семантичної єдності у новинних текстах переважають фразеологічні зрощення (ідіоми) та фразеологічні єдності. Це свідчить про прагнення авторів зробити повідомлення більш виразними та емоційно насиченими. Використання таких одиниць допомагає не лише пожвавити виклад, а й донести до читача складні явища через знайомі та образні структури.

За структурно-семантичними характеристиками найбільш поширеними виявилися номінативні та номінативно-комунікативні фразеологізми. Їхнє домінування пояснюється тим, що саме ці типи поєднують інформативність із експресивністю, забезпечуючи як змістову точність, так і комунікативну привабливість. Такий вибір мовних засобів демонструє орієнтацію сучасного медіа-дискурсу на поєднання інформативної функції з естетичною.

З точки зору перекладу більшість фразеологічних одиниць мали фразеологічні відповідники в українській мові. Це свідчить про високий ступінь міжмовної еквівалентності, що значно полегшує процес інтерпретації тексту перекладачем та сприяє адекватному сприйняттю інформації реципієнтом. У той же час наявність відповідників дозволяє зберегти емоційно-експресивний потенціал оригіналу.

За своїм змістом і функціями фразеологізми у новинному дискурсі виконують насамперед емоційно-експресивну, естетично-оформлювальну, маніпулятивну та функцію привернення уваги. Вони виступають інструментом впливу на аудиторію, дозволяючи журналістам формувати необхідну інтерпретацію подій, підкреслювати певні оцінки та емоційні акценти.

Щодо впливу на читача, встановлено, що фразеологізми підсилюють емоційне залучення, допомагають сформувати чітку позицію або враження, а

також активізують когнітивну діяльність шляхом асоціативних зв’язків і культурних відсилань. Завдяки цьому новинний текст набуває більшої виразності та запам’ятовуваності, а сприйняття інформації стає не лише інформативним, а й емоційно значущим.

За результатами даного аналізу зрозуміло, що ідіоми в новинному дискурсі мають великий потенціал. По-перше, за допомогою їх використання автор здатен забезпечити мовне різноманіття. По-друге, ідіоми виконують функцію впливу та маніпулювання на реципієнта, отже автори можуть мати вплив та контроль над реакцією аудиторії.

Підсумовуючи все вище сказане, проведений аналіз підтвердив, що фразеологія є важливим інструментом в сучасному інформаційному просторі. В результаті дослідження було також реалізовано всі завдання. Практичні результати роботи можуть бути використані у викладанні курсу фразеології, стилістики та медіалінгвістики.

Отже, аналіз показав, що фразеологізми в різних дискурсах виконують спільну функцію емоційного впливу та привернення уваги, однак відрізняються за своєю прагматичною спрямованістю: у художньому чи публіцистичному вони переважно створюють образність та естетичність, тоді як у новинному дискурсі поєднують інформативність із маніпулятивним потенціалом, перетворюючись на важливий інструмент впливу на аудиторію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абабілова Н. М. Класифікація фразеологічних одиниць у вітчизняних та зарубіжних лінгвістичних дослідженнях. *Наукові записки. Серія "Філологічна*". Ужгород, 2014. Вип. 44. С. 23-25.
2. Авксентьєв Л. Г. Сучасна українська мова. Фразеологія : навч. посібник для філол. факультетів ун-тів. 2-ге вид. Харків : Вид-во при ХДУ, 1988. 134 с.
3. Артеменко С. Б. Особливості вживання та перекладу фразеологічних одиниць у висвітленні російсько-української війни у сучасному англомовному медіа-дискурсі (на прикладі аналізу американського видання «The New York Times»). *Вісник науки та освіти*, 2024. Вип. 9. С. 71–84.
4. Бабій О. І. Роль і місце фразеологічної семантики у відтворенні мовної картини світу (на прикладі англійської мови). *Ужгородський науковий вісник. Серія Філологія*. Ужгород, 2005. Вип. 9. С. 229–234.
5. Баран Я. А., Зимомря М. І. Теоретичні основи фразеології. Ужгород : Ужгородський державний університет, 1999. 176 с.
6. Бодик О. П., Рудакова Т. М. Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія / ред. І. Білодід. Київ : Наукова думка, 1973. 439 с.
7. Венжинович Н. Ф. Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології : монографія. Ужгород : ФОП Сабов А.М., 2018. 452 с.
8. Винник В. О., Горобець В. Й., Карпова В. Л. Історія української мови. Лексика і фразеологія : монографія. Київ : Наукова думка, 1983. 742 с.
9. Волошкина І. О. Паремії: семантика, структура, функції. Київ : Перемена, 2011. 180 с.

10. Гаврилова І. М. Особливості перекладу фразеологізмів та ідіом. *Мовознавство. Літературознавство.* Київ, 2021. Вип. 41. С. 124–130.
11. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа, 1985. 320 с.
12. Демський М. Т. Деривація фразем на базі слів та вільних синтаксичних конструкцій. *Мовознавство*. Київ, 1999. Вип. 3. С. 45–52.
13. Денисова А. С. Проблема класифікації фразеологічних одиниць у лінгвістиці. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету.* Київ, 2015. Вип. 3. С. 13–21.
14. Дроботенко В. Ю. Використання фразеологізмів у новинному медіадискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Київ, 2023. Вип. 1 : 61. С. 170–174.
15. Камінська В. С. Теоретичні дослідження фразеологічних одиниць у сучасній лінгвістиці. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова.* Київ, 2011. Вип. 5. С. 122–128.
16. Князь Т. М. Когнітивний аспект дослідження фразеологізмів української мови в медійному дискурсі. *Лінгвостилістичні студії.* Харків, 2020. Вип. 13. С. 62–71.
17. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов : навчальний посібник. Вінниця : Нова книга, 2003. 280 с.
18. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ : Академія, 2010. 464 с.
19. Кравцова І. І. Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. Одеса, 2016. Вип. 20. С. 280.
20. Краснобаєва-Чорна Ж. В. Лінгвофраземна аксіологія : структурно-семантичний та функціональний аспекти : дис. … канд. філол. наук / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2012. 312 с.
21. Кулигіна Н. Семантична структура ченюй та їх місце у фразеологічній системі китайської мови. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна.* Львів, 2008. Вип. 45. С. 198–205.

22. Кущ Е. О., Волков В. Ю. Англомовний медіадискурс як контекст функціонування фразеологізмів. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки.* Запоріжжя, 2018. Вип. 2. С. 112–118.

23. Кущ Е. О., Волков В. Ю. Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці. Запоріжжя : Запорізький національний технічний університет, 2018. 160 с.

24. Лакомська І. В. Фразеологізми у складі медіаповідомлень: функційна специфіка. *Інтегровані комунікації.* Харків, 2021. Вип. 1. С. 59–62.

25. Литвин О. В., Гнатковська Т. В. Трансформовані фразеологічні одиниці у текстах ЗМІ. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки.* Кіровоград, 2012. Вип. 104. С. 224–227.

26. Мухін С. В. Продуктивність фразеологічного калькування англійською мовою. *Культура народів Причорномор'я.* Одеса, 2008. Вип. 149. С. 102–106.

27. Пономарів О. Д., Різун В. В., Шевченко Л. Ю. Сучасна українська мова : підручник / ред. О. Д. Пономарів. Київ : Либідь, 2008. 488 с.

28. Прадід Ю. Ф. Значення фразеологізму та його тлумачення в словнику (на матеріалі іменникових фразеологізмів). *Культура народов Причерноморья.* 2001. Вип. 23. С. 157–161.

29. Ременяк С. В. Етимологічні особливості фразеологізмів з компонентом-антропонімом в англійській мові. *Young Scientist*. Вінниця, 2024. Вип. 1. С. 69–72.

30. Сціра М. А. Фразеологічні засоби вираження градуальності в українській мові (семантика, структура, прагматика) : дис. … д-р філос. з філ. : 035. Львів, 2022. 371 с.

31. Сизонов Д. Ю. Медійна фразеологія та категорія експресивності: стилістичні взаємозалежності. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика.* Харків, 2019. Вип. 38. С. 94–108.

32. Сизонов Д. Ю. Фразеологізм-заголовок як маніпулятивна домінанта медіатексту. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика.* Харків, 2020. Вип. 40. С. 58–70.

33. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови. Київ : Знання, 2007. 494 с.
34. Фіголь Н. М., Файчук Т. Г. Модифіковані фрази у заголовках сучасних медіа. *Наукові записки Інституту журналістики.* Київ, 2020. Т. 1, Вип. 74. С. 148–156.
35. Crowther J. Oxford Guide to British and American Culture. 2nd ed. Oxford : Oxford University Press España, S.A., 2005. 542 c.
36. Fernando C. Idioms and Idiomaticity. Oxford : Oxford University Press, 1996. 265 c.
37. Makkai A. Idiom Structure in English. University of Illinois at Chicago Circle. The Hague : Mouton, 1972. 380 c.
38. Mullins W., Banker L. Britannia in Brief: The Scoop on All Things British. New York : Ballantine Books, 2009. 256 c.
39. Wolfgang F., Irmhild B. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Berlin–Boston : De Gruyter, 2012. 480 c.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

40) 300-year-old Polish beech voted Tree of the Year. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c20dd6yk55yo (accessed: 03.02.2025)
41) 4 signals AI will continue to be a narrative in 2025. URL: https://www.artificialintelligence-news.com/news/4-signals-ai-will-continue-to-be-a-narrative-in-2025/ (accessed: 12.02.2025)
42) Asilomar conference took courage and foresight - today, inclusivity would also be crucial. URL: https://www.nature.com/articles/d41586-025-01009-y (accessed: 18.02.2025)
43) Bank of England CUTS interest rates to 4.5% in bid to revive economy - as it HALVES growth prediction for this year after Labour's disastrous Budget. URL:

https://www.dailymail.co.uk/news/article-14367771/Bank-England-CUTS-rates-4-5-boost-Brits-amid-fears-Labours-stalling-economy-Trumps-tariffs-thwart-hopes-falls.html (accessed: 01.02.2025)

44) Bruce Parry on life among tribal communities. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c20d0zx1d13o (accessed: 05.02.2025)

45) Canadians in crosshairs of trade war call Trump's tariffs a 'bad dream'. URL: https://edition.cnn.com/2025/03/06/politics/canada-trump-tariffs-impact/index.html (accessed: 22.02.2025)

46) Cells are swapping their mitochondria. What does this mean for our health? URL: https://www.nature.com/articles/d41586-025-01064-5 (accessed: 24.02.2025)

47) Free wellbeing workshops for young people. URL: https://www.bbc.com/news/articles/cy5n50x1vxvo (accessed: 07.02.2025)

48) German Catholic Church condemns provocative carnival float linking Jesus to church sex abuse. URL: https://www.yahoo.com/news/german-catholic-church-condemns-provocative-110401756.html?guccounter=1 (accessed: 16.02.2025)

49) How Accurate is Groundhog Punxsutawney Phil's Prediction? URL: https://www.newsweek.com/groundhog-day-2025-punxsutawney-phil-accuracy-prediction-2023698 (accessed: 02.02.2025)

50) How a puffin patrol in Iceland is saving the iconic seabirds. URL: https://www.sciencenews.org/article/puffin-patrol-iceland-conservation-bird (accessed: 08.02.2025)

51) House Republicans speaking out against Trump-backed budget bill. URL: https://apnews.com/video/house-republicans-speaking-out-against-trump-backed-budget-bill-2e194280e2104beca598337fd16a5e4e (accessed: 13.02.2025)

52) Klever concerned at impact of Trump ban on diversity policies. URL: https://www.dutchnews.nl/2025/04/klever-concerned-at-impact-of-trump-ban-on-diversity-policies/ (accessed: 28.02.2025)

53) Listening to your life. URL: https://news.va.gov/138619/live-whole-health-262-listening-your-life/ (accessed: 10.02.2025)

54) Man Goes to Adopt Kitten but Ends Up Bringing Home Another Cat too, Turns Out It's the Best Decision. URL: https://www.lovemeow.com/man-kitten-bringing-home-cat-2671203200.html (accessed: 04.02.2025)

55) Meta may have used books by Gerry Adams to train AI. URL: https://www.bbc.com/news/articles/cn911vqng9zo (accessed: 21.02.2025)

56) Men who are unhappy in life but never talk about it usually act out in these 10 ways, says psychology. URL: https://geediting.com/dan-men-who-are-unhappy-in-life-but-never-talk-about-it-usually-act-out-in-these-ways-says-psychology/ (accessed: 20.02.2025)

57) People slam 'illiterate millennial parents' after teacher reveals list of 'unique' pupils' names on classroom register. URL: https://www.dailymail.co.uk/femail/article-14364217/People-slam-illiterate-millennial-parents-teacher-reveals-list-unique-pupils-names-classroom-register.html (accessed: 06.02.2025)

58) Protecting Veterans from Romance Scams. URL: https://news.va.gov/138505/protecting-veterans-from-romance-scams/ (accessed: 11.02.2025)

59) Stark Hill provides care to Veterans in person and online. URL: https://news.va.gov/138447/stark-hill-care-veterans-in-person-online/ (accessed: 03.02.2025)

60) Syria at a turning point in its history. URL: https://www.vaticannews.va/en/world/news/2025-02/syria-at-a-turning-point-in-its-history.html (accessed: 14.02.2025)

61) The great brain clearance and dementia debate. URL: https://www.nature.com/articles/d41586-025-00962-y (accessed: 23.02.2025)

62) Trees planted as part of £3m city park revamp. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c0r58xr2jwjo (accessed: 09.02.2025)

63) Trump's China tariff shocks US importers. One CEO calls it 'end of days'. URL: https://finance.yahoo.com/news/trumps-china-tariffs-swing-sledgehammer-101237568.html (accessed: 15.02.2025)

64) UK forms AI Energy Council to align growth and sustainability goals. URL: https://www.artificialintelligence-news.com/news/uk-forms-ai-energy-council-align-growth-sustainability-goals/ (accessed: 17.02.2025)
65) What Is a Recession? URL: https://finance.yahoo.com/?err=404 (accessed: 19.02.2025)
66) What to know about flash floods that killed over 200 people in Spain. URL: https://www.aljazeera.com/news/2024/11/3/what-to-know-about-flash-floods-that-killed-over-200-people-in-spain (accessed: 26.02.2025)
67) What went right this week: wins for nature-lovers, plus more. URL: https://www.positive.news/society/good-news-stories-from-week-44-of-2024/ (accessed: 25.02.2025)
68) What went right this week: wins for nature-lovers, plus more. URL: https://www.positive.news/society/good-news-stories-from-week-44-of-2024/ (accessed: 27.02.2025)
69) Why are 10,000 giant spiders on the loose in the UK? URL: https://www.aljazeera.com/news/2024/11/4/why-are-10000-giant-spiders-on-the-loose-in-the-uk (accessed: 29.02.2025)
70) Why is Kamala Harris losing Indian American voters? URL: https://www.aljazeera.com/news/2024/11/1/us-election-why-is-kamala-harris-losing-indian-american-voters (accessed: 13.02.2025)
71) Why it’s time the United Nations is led by a woman. URL: https://www.nature.com/articles/d41586-025-01008-z (accessed: 02.02.2025)
72) 'Google AI presented my April Fools' story as real news'. URL: https://www.bbc.com/news/articles/cly12egqq5ko (accessed: 30.02.2025)
73) Sam Altman's AI-generated cricket jersey image gets Indians talking. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c2lz9r7n15do (accessed: 16.02.2025)
74) Man Goes to Adopt Kitten but Ends Up Bringing Home Another Cat too, Turns Out It's the Best Decision. URL: https://www.lovemeow.com/man-kitten-bringing-home-cat-2671203200.html (accessed: 04.02.2025)

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of the peculiarities of the use of phraseological units in English-language news texts.

The object of the work is phraseological units as an integral part of the lexical-semantic system within the discourse of English news media.

The main aim of the paper consists in identifying the types, classification, and functional role of phraseological units in news texts. To achieve this aim, the following objectives were accomplished:

– comprehensive review and systematization of theoretical sources on phraseology and media linguistics;

– identification and classification of phraseological units found in authentic English news texts according to semantic unity, structural-semantic characteristics, translation specifics, content, and communicative function;

– analysis of the effect of phraseological units on the reader within the context of news discourse.

The research reveals that phraseological units in English news media perform important expressive and pragmatic functions, enhancing the emotional impact and vividness of the texts. The study also shows the prevalence of certain types of phraseological units depending on the thematic and stylistic features of news reports.

The scientific novelty of the work lies in the comprehensive typological and functional analysis of phraseological units in English news texts, combining linguistic and translation perspectives to better understand their role in modern media communication.

Key-words*: phraseological units, English news texts, idioms, lexical-semantic classification, communicative function*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Демянкова Єлизавета Олександрівна, студентка 2 курсу магістратури, форми навчання заочна, факультету іноземної філології, спеціальність 035 «Філологія», освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти lizademiankova@gmail.com,

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Особливості використання фразеологізмів в текстах англомовних новин» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 06.12.2025 _____ Є. О. Демянкова