**Трансформація фразеологічних одиниць**

**у публіцистичних текстах при їх перекладі**

На сьогоднішній день англомовна преса займає особливе місце у світовому інформаційному просторі. Активний вплив засобів масової інформації на формування, зміну і розвиток суспільної свідомості є очевидним фактом, тому вивчення лінгвістичних проблем (вживання та переклад фразеологічних одиниць, що знаходять своє місце в англійській пресі), пов'язаних із взаємодією людини і джерел інформації, викликає значний інтерес.

Обсяг текстів англомовних ЗМІ значно перевищує аналогічний обсяг іншими мовами. Тематика публікацій в англійській періодиці охоплює не лише внутрішні проблеми країни, а й область зовнішніх відносин і тому постійно перебуває в тісному контакті з іншими мовами. Це сприяє активній взаємодії слів і словосполучень, появі та поширенню нових фразеологізмів. На сторінках англомовних ЗМІ використовуються різні виразно-зображальні засоби, серед яких фразеологізми займають особливе місце. Фразеологічний фонд сучасної англійської мови відрізняється багатством і різноманіттям, і кожен аспект його дослідження заслуговує на особливу увагу.

Метою роботи є проаналізувати структурно-граматичні особливості фразеологічних виразів англійської мови, що застосовуються в газетно-публіцистичному стилі, та способи їх перекладу українською мовою.

Теоретична та практична цінність роботи полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані для подальших досліджень у перекладознавстві, а також у навчальному процесі під час підготовки лекцій з лексикології, теорії перекладу, стилістики та ін.

Матеріали газетно-інформаційного жанру складають основний зміст газетних текстів. Перекладачу суспільно-політичної літератури часто доводиться перекладати статті та замітки інформаційного характеру з англійських та американських газет і він має бути добре ознайомлений зі стилістичними особливостями таких матеріалів.

Газета – засіб інформації, а також засіб впливу на широку та неоднорідну аудиторію читачів. Так як газету зазвичай читають в умовах, коли важко зосередитись (у транспорті, за обідом, після роботи і т. п.), то існує необхідність подавати матеріал стисло, але повідомивши всю необхідну інформацію.

При перекладі фразеологізмів та ідіом рідною мовою, потрібно підбирати вислови та мовні кліше, які відповідають саме менталітету та культурі мови перекладу. Зокрема, в нашому випадку, потрібно в деяких моментах порівнювати особливості викладу тексту в публіцистичному стилі українською та англійською мовами.

Експресія у газетно-інформаційних текстах досягається в першу чергу використанням різних тропів та інших стилістичних засобів, сприйняття яких може іноді становити для читачів певні труднощі. Тому, залучаючи газету для вивчення мови, важливо розкривати функції експресивних засобів у газетно-публіцистичному тексті.

        Фразеологічні звороти, прислів'я, приказки та крилаті вирази є обов'язковим стилістичним компонентом мови газети, важливим джерелом експресивно-емоційної насиченості, істотним засобом реалізації конструктивно-стильових особливостей газетної мови. Вони надають газетному тексту певну силу впливу, допомагають створювати специфічну образність. Вони здатні не тільки висловити відповідну думку більш детально, а й передати ставлення та оцінку. Наприклад, приказка to come up to the chalk – «бити байдики» передає більшу експресивність, оцінку, ніж вільне словосполучення «займатися порожньою справою» [2].   
         Автор може вибрати з синонімічних засобів вираження те висловлювання, що найбільш відповідає змісту та меті тексту. Отже, фразеологічні засоби, активно втручаючись у мову газетної статті, доповнюють логічні вислови, додають коротку оцінку [8].

**Змістовність та лексичне наповнення заголовку та підзаголовку у періодичних виданнях**

Загальна картина англійської преси досить різноманітна, починаючи від серйозних видань і до «жовтої преси».

Заголовки матеріалів у періодиці - одні з найважливіших її елементів. Від їх характеру та оформлення багато в чому залежить «обличчя» видання. Ефективність газетного тексту багато в чому визначається його заголовком, тому що, «дослідження психологів доводить, що близько вісімдесяти відсотків читачів приділяють увагу тільки заголовкам» [6]. Заголовки допомагають читачеві ознайомитися з номером, швидко отримати уявлення про зміст його матеріалів, вибрати головне і цікаве, дати уявлення про тему. Перекладач має розуміти зміст газетного заголовку та вміти гарно та правильно його передати з мови оригіналу на мову перекладу.   
       Газетний заголовок являє собою важливий компонент газетної інформації. Його основною метою є залучення уваги читача до найбільш важливої і цікавої частини повідомлення: заголовок, як правило, не розкриває до кінця зміст статті, стимулюючи читача ознайомитися із запропонованим матеріалом. Таким чином, щоб виконати своє основне призначення, тобто зацікавити і навіть заінтригувати читача, заголовок повинен бути максимально помітним і таким, що запам'ятовується. В якості помітних, що звертають читацьку увагу газетних заголовків, широко використовуються фразеологічні звороти. [3].

**Приклади заголовків у британських газетах:**

1. ’It’s a great offer’ Boris Johnson criticizes EU for playing games over citizens' rights. *Daily Express, July, 16th,2017 – бути нещирим у відношенні до громадян.*
2. Editorial in *The Guardian, July, 16th,2017* : The Guardian view on the 1%: all gain, no pain *– багато праці, але все дарма.(зміна складу ФО* «no gain, no pain»*, яка веде за собою зміну значення)*
3. *Financial Times, July, 17th, 2017.* Employers keep an eye on social media *– Роботодавці* *спостерігають за новинами у ЗМІ.*
4. *The Times, Aug, 6th,2017.* [If it’s Tuesday evening, your train service is about to hit the buffers](https://www.thetimes.co.uk/edition/news/if-its-tuesday-evening-your-train-service-is-about-to-hit-the-buffers-z6vqg0ljf). (The article is about the rail journeys that are more likely to run late after work than in the morning peak, with one day particularly badly hit, official data shows) – *Зменшення кількості транспорту у вечірній час.*
5. Five heads are better than one: the school joining forces in tough times. *The Observer, Aug, 12th, 2017- П'ятеро вирішать проблему краще. (заміна слів-компонентів ФО* «two heads are better than one"*)*
6. US history is a Pandora's box. There has never been a better moment to open it. *The Observer, Aug, 8th, 2017- історія Сполучених Штатів – справжня скринька Пандори.*
7. Dressed up like a dog’s dinner. *The London Metro, Mar,16th,2016.* (у статті ідеться про проведення виставки собак у Бірмінгемі, з великою кількістю фотографій, де тварини одягнуті у модні вбрання*.* Стаття починається фразою: «Where are you going, all dressed up like a dog’s dinner? ») – *Причепуритися для вечірки.*
8. Opening quote in *The Observer, August, 12th, 2017*: Royal Mail finds election was not red letter day.(пам'ятний, знаменний день).
9. Trolley the sheep: Buster is on the move. *The London Metro, Mar,9th,2016.* Стаття про тварину, вівцю на ім'я Buster, яка народилася з деформованими передніми лапами. У ветеринарній клініці її оснастили спеціальною підставкою на кшталт інвалідного візка для вільного пересування. «Вона знову у русі. Вона не залишається на одному місці надовго. » *Trolley* у цьому тексті співзвучне ,по-перше, імені відомої клонованої вівці, а по-друге, називає візок у супермаркеті, який весь час переміщують у просторі. (приклад гри слів)

# UK 'sleepwalking' into food insecurity after Brexit, academics say in *The Guardian, July, 16th,2017* . The government is «sleepwalking» into a post-Brexit future of insecure, unsafe and increasingly expensive food supplies, and has little idea how it will replace decades of EU regulation on the issue, a report by influential academics has said – *Уряд не може гарантувати безпечність продуктів харчування.*

1. Your Agency Hates You and You Don’t Even Know It. *The Observer, May, 11th, 2015.* У статті автор аналізує ефективність роботи кадрових агенцій з емігрантами до центральних районів Англії.
2. Are we No. 1? It depends. *The Guardian, July, 16th,2017.* – *Про проблеми вугільних шахт Уельсу.*
3. Why would someone steal a streetcar? Um, because it’s there? *The Washington Post, Oct,21st,2015.* – *Справжня життєва історія про водія старовинного трамваю, який постраждав через пустощі.*
4. How to keep ads from getting the best of you (and your wallet). *The Observer, Mar, 18th, 2015.* – *Поради, як не вестися на рекламні пропозиції.*
5. MP’s rebuke falls on Watson’s deaf ears. *The Times, Aug, 6th,2016.* –Закиди депутата не привернули уваги.
6. Volcano emission just a drop in the ocean.  *Sunday Mirror, Nov, 30 th, 2010* – Виверження вулкану: обійшлося без жертв.
7. China growth: still up in the air*.*  *Financial Times, Feb. 22, 2010* – економічне зростання Китаю: все ще велике питання.
8. Netflix and chill: is the golden age of TV coming to an end? *The Guardian, Oct, 16 th , 2016 – рейтинг популярних телешоу.*
9. Trump: Bill Clinton opened ‘Pandora’s box’. *The Guardian, July, 1st, 2016 – з виступу Президента США.*
10. The blind leading the blind. *The Guardian, Apr, 22nd , 2015 – дискусія політичних груп у парламенті.*
11. Does your social enterprise contain a dead horse? *The Guardian, Jan, 23rd ,2013.* – *Хіба громадські підприємства пропонують роботу, за яку заплачено наперед?*
12. «…called the new, more moderate Iranian leader «a wolf in sheep’s clothing». *The Independent,* *Oct, 4 th ,2013*. – *Не варто* *довіряти врівноваженому лідеру держави.*
13. Looking to abandon the rat-race and move to a far and distant land? *The Independent, Aug, 18th, 2016.* – *… відмовитися від метушні*
14. I’ve tried to take the bull by the horns in terms of economic development within my town . *The Guardian», Mar, 28th, 2016.* – … *взяти справу у свої руки.*
15. «…Bar Syrian refugees from entering the country and kick out any who are already living here, as they might be «the ultimate Trojan horse». *The Independent,* *Nov, 29 th, 2016*. – *Автор застерігає «біженці можуть становити загрозу для країни».*

Взагалі, оскільки автори статей намагаються привернути увагу читача і зробити так, щоб він таки прочитав сам матеріал, то заголовки часто не передають зміст статті, а навпаки, бувають зовсім в незначній мірі пов'язані з нею. Тому основна інформація знаходиться у підзаголовку. Це значно полегшує роботу перекладача, адже не завжди вдається перекласти газетний заголовок з першого погляду, так як або бракує інформації, або заголовок можна перекласти декількома, абсолютно не поєднаними між собою за змістом, способами.

**Приклади підзаголовків у британських газетах:**

1. Analysis in *The Guardian, July, 16th,2017.* «Ethical and responsible investment. Green not the only colour for ethical bond investors»*. (не єдина пряма дорога для інвесторів).*
2. Greece to sell bonds for first time since 2014. Athens takes advantage of global investors` willingness to forgive in hunt for yield. *(сподіваючись на успіхи).*
3. *The Guardian, March, 9th,2016.* Each side has talked of scaremongering by the other. Cameron says leaving the EU is «a leap in the dark» (стрибок у невідоме). Boris Johnson replies by asserting that the Government is running Project Fair (не приховує жодних проблем).
4. «Home News Chris Green Article First: it was coals to Newcastle and tea to China». *The Independent, Dec, 10 th*, *2015* – непотрібна, марна робота.
5. «… peeping toms spying through bedroom windows…» *The Independent, Aug, 07 th*, *2016 – скандальні викриття роботи спецслужб.*
6. London Summer Cup: The sprints remain *the extreme razor edge* of all athletic competition. *The Guardian, Aug, 21st ,2016. – про найцікавіші змагання.*

**Трансформація фразеологічних зворотів при перекладі**

         Публіцисти звертаються до фразеологічного багатства рідної мови як до невичерпного джерела мовної експресії. Проте вживання фразеологізмів у звичайній формі з притаманним їм значенням не завжди дає потрібний ефект. З метою створення художнього ефекту публіцисти вдаються до трансформації фразеологізмів, використовуючи фразеологічні звороти як «сировину», що підлягає «творчій обробці». У результаті фразеологічного новаторства письменників і публіцистів виникають оригінальні словесні образи, в основі яких «обіграні» стійкі вирази.

Творча обробка фразеологізмів надає їм нове експресивне забарвлення, посилюючи їх виразність, за рахунок якісної зміни вихідних фразеологізмів, створюється висока образність. При цьому змінені фразеологізми зберігають художні загальнонародні якості – образність, афористичність, ритміко-мелодійну впорядкованість. Зміни фразеологізмів дозволяють журналістам уникати штампів, тому що у цих випадках «фразеологізм отримує, крім властивостей, закладених в ньому самому (а іноді і всупереч їм), нові експресивні властивості» [9].   Трансформований фразеологізм у заголовку виступає в ролі асоціативного елемента, за допомогою якого наша пам'ять знаходить потрібну інформацію, пов'язуючи змінений вираз з вихідним. При зміні фразеологізму створюється мовна гра, народжується якийсь новий зміст, але основний каркас залишається. Це значення являє собою раціональний стан фразеологізму, тобто об'єктивний, загальний характер висловлювання, журналісти прагнуть розширити експресивні можливості фразеологізму, посилити їх функціонально-стилістичну значимість, що нерідко призводить до тих чи інших трансформацій. В даний час можна віділити п'ять типів перетворень фразеологізмів [5]:

1) перестановка або заміна окремих слів;  
2) усічення або скорочення складу фразеологізму;  
3) зміна сенсу фразеологічного обороту;  
4) перетворення фразеологізму за метою висловлювання;  
5) вставка у відомий фразеологізм конкретизуючого визначення.

Наведемо приклади, які взяті з газет:

1. [That’s why the professions are becoming closed shops for the privately](https://www.theguardian.com/education/2016/feb/24/privately-educated-elite-continues-to-take-top-jobs-finds-survey)

[educated](https://www.theguardian.com/education/2016/feb/24/privately-educated-elite-continues-to-take-top-jobs-finds-survey). *The Guardian, July, 16th,2017.*  (В статті ідеться про зміну ставлення до випускників приватних навчальних закладів, про те що зараз для них набагато важче знайти роботу.) – приклад скорочення фразеологічного звороту *closed up shops.*

2. Kate Maltby. «My Tory party has gambled away its reputation. It needs more than a new leader. Tory powerbrokers have always been ambitious, but they haven’t always been gamblers. Now, it seems, they are. Call me mad, but I grew up thinking the Conservative party existed to put the brakes on revolutions.» *The Guardian, July, 16th,2017.* (Стаття робить наголос на докорінних змінах, які прихильники консервативної партії бачать у діях представників уряду і які вони не схвалюють.) – приклад вставки у фразеологізм конкретизуючого визначення.

3. *The Guardian, Feb, 24th,2017*. Deliberate ignorance helps explain why people don’t go to the doctor or check their bank balance, even though they’d be better off long-term; in the short-term, it’s more comfortable to stay in the dark. – приклад заміни слів-компонентів у фразі *to be in the dark.* (Стаття аналізує причини відсутності бажання багатьох людей цікавитися своєю фінансовою безпекою).

1. Lawn tennis came of age in the late 19th century, with the first Wimbledon Championships in 1877. The Royal Family made their debut there 30 years later, starting their long association with SW19. «Wimbledon and the Royal Family throughout history». *Daily Express, July, 4,2017.* (Розгорнута стаття про виникнення та популярність великого тенісу в англійському суспільстві, починаючи із перших матчів, які були зіграні королівськими особами) – приклад заміни слів-компонентів у фразі *to be of age – стати повнолітнім.*

# *The Observer, July, 29th, 2017.* «Secret Teacher: when did I become a social worker for vulnerable parents? Those working in the education profession, or associated with it, know that teachers have always had to wear many hats. It’s not uncommon for us to be surrogate parents, [social workers](https://www.theguardian.com/teacher-network/2015/jan/10/secret-teacher-social-worker-emotional-students), [counsellors and advisers](https://www.theguardian.com/education/2016/may/31/teachers-natasha-devon-childrens-mental-health-tsar-schools) to those we teach». (Стаття розповідає про неординарного учителя державної школи в маленькому англійському містечку). – *to wear two hats –* виконувати сумісну роботу – приклад заміни слова-компонента у фразі.

1. *The London Metro, March,4th,2016. The shop’s “Take it From a Fish” campaign introduced two talking dead fish who comically attempt to educate unhealthy men on the nutritional value of triglycerides, starring in YouTube videos and offering interactive elements such as a “fish slap” that could be emailed to unhealthy friends.* *“The work we saw this year represents a substantial recognition that this show is coming of age,” said Pharma Jury President Rob Rogers. Mr. Rogers is co-CEO and chief creative officer at Sudler. “It's still probably in its teenage years, but certainly the work we saw was a substantial improvement on last year. It was work of greater variety, but also greater quality.”* (Автор статті хоче привернути увагу читачів до проблем харчування у сучасному швидкому темпі життя) – приклад вставки у фразеологізм конкретизуючого елементу – подорослішати.

**Особливості вживання часових форм**

Перекладач повинен постійно пам'ятати про особливості вживання часових форм в заголовках. Сучасні британські газети використовують неперфектні часи. Коли мова йдеться про дію, яка вже відбулась, але в недалекому минулому, то використовується теперішній час, така форма ніби наближує читача до певних подій:

1). *The Times, Aug, 6th ,2017*. Trump slips and slides; the real US tyrants strike. With every passing week, those who predicted the tyranny of Donald Trump look sillier. Blocked by the courts, frustrated by Congress, assailed by the press, under mounting pressure from a special counsel, and reduced to re-enacting . The Apprentice within the White House, the president has passed from tyranny to trumpery to tomfoolery with the speed of a fat man stepping on a banana skin.

При перекладі українською мовою таких заголовків, якщо дія на момент публікації закінчилась, то переклад робиться у минулому часі, за виключенням тих заголовків, де необхідно зберегти дієслівну форму. Past Simple використовується в заголовках, якщо в самому заголовку є обставина часу, або читачу добре відомо, що дія відбулась в минулому.

2). *The Times, Aug, 6th , 2017*. Chinese buyer eyes Manchester United. A stake in the Premier League giant Manchester United could soon change hands after a mystery ­Chinese buyer expressed an ­interest in buying out some of the club’s shareholders.

Для позначення майбутнього часу в заголовках часто використовується інфінітив.

3). *The Guardian, July, 16th,2017.* Students to sue LSE over «mashed up flats». A group of students are preparing to take legal action against a top university after alleging they became unwell by living in mouldy and mice-infested accommodation.

**Особливості перекладу скорочень**

Ще однією проблемою при перекладі газетних заголовків є різні скорочення. Скорочення, що їх можна зустріти в пресі, можна розділити на кілька груп [4].

Перша і найбільш чисельна група включає в собі скорочення назв партій, організацій, різних посад: FBI-Federal Bureau of Investigation = ФБР, NAM = National Association of Manufacturers – Національная асоціація підприємців = НАП. Gov = Governor – губернатор; D. A. = District Attorney – прокурор округа у США; Sen. = Senator – сенатор; Rep. = Representative – представник.

Також дуже часто зустрічаються скорочення назв міжнародних організацій: U.N. = United Nations; NATO = North Atlantic Treaty Organization та багато інших.

При перекладі таких скорочень перекладач має дотримуватись таких правил: по-перше, багато скорочень назв міжнародних організацій мають свій еквівалент в українській мові, а якщо назва організації не відома реципієнту, то перекладач може подати скорочення перекладу назви, але в дужках подати повний варіант. Також перекладач має враховувати і те, що деякі скорочення можуть писатись однаково, але в повному варіанті будуть стосуватись різних організацій:

M.P. – а) член парламенту (Member of Parliament), б) Лондонська поліція (Metropolitan Police), в) військова поліція (Military Police) [10].

В газетно-інформаційних матеріалах часто зустрічаються багатозначні терміни, терміни-синоніми, скорочені терміни. Один і той же термін може бути перекладений різними способами, в залежності від ідейної направленості тексту, в якому його було вжито. Терміни, що зустрічаються в газетно-інформаційному матеріалі, відносяться, в першу чергу, до політичної номенклатури, економіки та міжнародних відносин, а обсяг речення направлений на те, щоб не ускладнювати сприйняття читача, тобто зазвичай довгі та розгорнуті складнопідрядні конструкції уникаються [7].

Дослідники відмічають, що в газетній лексиці є велика кількість власних назв: назв організацій, закладів, топонімічних назв.

Downing Street, Fleet Street, Wall Street, White House, Pentagon – це не лише адреси чи конкретні споруди. Такі назви дають уявлення про людей чи справи, які відбуваються у цих місцях.

Широко використовуються газетні кліше [1]. Це «готові формули», які або вказують на джерело інформації: according to well-informed sources, або є просто політичними штампами: generation gap; vested interests.

**Використання образної фразеології**

Ще однією особливістю, яка притаманна англійському газетно-інформаційному стилю – це переплетення книжної лексики та розмовної мови, особливо у тих випадках, коли автор публікації не приховує свого ставлення до зображених подій.

1. Italian economist Carlo Cipolla. In 1976 he published [*a tongue-in-cheek essay*](http://harmful.cat-v.org/people/basic-laws-of-human-stupidity/) (глузливе есе) that’s been gaining new attention in the age of Trump. The Basic Laws Of Human Stupidity makes the alarming case that stupid people are by far the most dangerous. We assume that certain kinds of people – educated people, powerful people, suit-wearing professionals, people we agree with politically – can’t be stupid. (Італійський економіст Карло Чіполла багато років назад у своєму глузливому есе називає нерозумних людей з їх дурними вчинками найбільш небезпечними для суспільства. Цьогорічна *The Guardian, Feb, 24th,2017* згадує цю статтю, аналізуючи виступи президента США).
2. ***Face to face with dinosaurs* (article about** the world’s largest indoor theme park located in Dubai offers adrenaline-pumping rides and sumptuous restaurants with special activities laid out for Eid), *The Guardian, June, 25,2017 – Віч-на-віч з динозаврами (рекламна стаття про найбільший у світі тематичний парк, який розташований у Дубаї).*
3. First, he found himself *cut down by* a serious flu bug that left him without the energy necessary to play tennis at the very highest level. Andy Murray Uncovered: Wimbledon injury *is as much in his head as his hip*. *Daily Express, July, 4,2017.(Автор статті не приховує свого співчуття австралійському тенісисту з приводу невдалих виступів на змаганнях.)*
4. *The Times, July, 27,2017.* «Help when your holiday collapses». News this week of the «out of the blue» (*несподівано*) closure of the Sandals Grande Antigua resort for three months sent shock waves through the holiday business, but it also highlighted that, when it comes to travel, you can take nothing for granted. The holiday season is rife with threats, dangers and delays. Ideally, then, we should all go on vacation accompanied by a lawyer savvy enough to steer us through the vicissitudes of contemporary tourism. («Допоможіть, коли відпустка під загрозою». Автор ділиться враженнями під час подорожі до популярного курорту, коли перебування було зіпсованим через закриття курорту: «Не можна довіряти турагенціям. Сезон відпочинку наповнений загрозами, небезпекою та частими відкладеними справами»).
5. *The Times, July, 27,2017*. *Dunkirk* is a reminder of our duty to soldiers. Sir Mark Rylance’s character in the film says of a soldier who has shell shock, «he’s not himself, he may never be himself again». (медичний термін). У анотації до відомого фільму один з героїв стрічки порівнюється із равликом, що замкнувся в собі.
6. *The Times, July, 27,2017.* Avocado or charcoal flavour? It’s ice cream, but not as you know it. The frozen dessert has been given the full Willy Wonka treatment — and the more Instagram-worthy, the better. (реклама кулінарної продукції, від якої автор статті у захваті, згадує Віллі Вонка та його вироби).
7. *The Times, July, 27,2017*. Barbara Sinatra. Former model who escaped a loveless marriage to become the fourth and final wife of Frank Sinatra and a leading philanthropist. Barbara Blakeley was a skinny, 15-year-old butcher’s daughter dreaming of an escape from a life of dull, Midwestern conformity when she first became «hooked» on Frank Sinatra. (Спогади про життя дружини відомого гітариста *–*«П'ятнадцятирічна дочка м'ясника мріє про втечу від нудного існування. Якось потрапляє на концерт Френка Сінатри» …«The tenderness in his voice melted my tomboy heart, » she recalled. *–* «Ніжність його голосу зачарувала дівчиську-шибенника ».
8. Часто зустрічаються приклади алітерації, коли слова з однаковим звуком на початку вживаються у певній послідовності, одне за одним. Такі приклади можна часто зустріти у таблоідах. «Around the ragged rocks the ragged rascal ran…» *–* шахраї у драному лахмітті. У іншому випадку «the sultry screen siren strutted her stuff at Cannes yesterday….» – пристрасна зірка кіно з важним виглядом на прогулянці. Або «A right royal rumpus (disturbance) as Wills seeks ban on Kate pics. » – справжня королівська турбота прагне заборонити... Звучить смішно, чи не так?

Серед усіх текстів газетно-публіцистичного стилю найбільш сухими та діловими по стилю є повідомлення та статті інформаційного характеру. Точність при перекладі таких статей досягається шляхом синтаксичної перебудови речень.

**Висновки**

Фразеологізм – це самостійна мовна одиниця, яка характеризується відповідними диференційними ознаками. Такими ознаками для фразеологічних одиниць є: 1) фразеологічне значення; 2) компонентний склад; 3) граматичні категорії. ФО в контексті висловлювання виражають сукупність емоційно−оцінного, комунікативного і прагматичного аспектів змісту.

Отже, на підставі вищевикладеного можна зробити наступні висновки:

1. Вміле використання ФО в текстах сучасної англійської періодики робить мову більш яскравою, виразною, емоційно забарвленою і викликає у читача певні асоціації.

2. При перекладі фразеологізмів у текстах англійських ЗМІ необхідно бути особливо уважним.

3. Остаточне рішення про використання того чи іншого способу перекладу англійської ФО залежить від контексту. Правильне застосування будь-якого перекладацького прийому та методу передбачає творчий підхід до вирішення кожної конкретної задачі.

4.При перекладі фразеологізмів у текстах англійських засобів масової інформації повинні враховуватися різноманітні екстралінгвістичні фактори. Необхідно більш регулярно оновлювати словники, довідники та навчально-методичні посібники з фразеології, так як мова преси постійно збагачується новими фразеологізмами.

5.Повноцінний переклад англійських фразеологізмів, які використовуються у текстах сучасної англійської преси, – це справжнє мистецтво.

Ідіомам властива приналежність до певного мовного рівня, і, отже, перекладач повинен прагнути зберегти стильове забарвлення ідіоми, а також враховувати загальну інформацію пропозиції або більшого відрізка тексту, яка проливає додаткове світло на характер ідіоматичного виразу. Вирішальну роль у перекладі подібних фраз відіграє контекст й фактор поєднання слів.

Ми з'ясували, що авторське перетворення фразеологізмів активно використовується в публіцистиці. В основному журналісти застосовують трансформацію фразеологізмів для конструювання газетних заголовків. Це надає вихідному вислову додаткову образність та експресивність. У такому разі фразеологізм часто отримує новий сенс, що слугує засобом залучення уваги читачів.

Виділені п'ять типів трансформації фразеологізмів (перестановка або заміна слів-компонентів; усічення або скорочення, зміна змісту; перетворення за метою висловлювання; вставка конкретизуючого визначення) систематично використовуються на сторінках газет, стали, можна сказати, улюбленим засобом журналістів для створення виразності й емоційності. Необхідність комунікації, прагнення зобразити реальну ситуацію в потрібному ракурсі, висловити думки не «штампованими», а іншими, зрозумілими читачам, формами змушують журналістів шукати і знаходити відповідні мовні засоби.

Таким чином, доцільне й доречне використання фразеологічних одиниць в їх первинному вигляді оживляє мову публікації, робить її емоційною, а трансформація фразеологізмів повертає тим з них, які стали вже звичними, їх образність.

**Список використаних джерел:**

1. Арнольд І.В. Стилістика. Сучасна англійська мова. Підручник для ВНЗ-4-е изд., випр. та доп. – М.: Флінта: Наука, 2002.
2. Горлов В.В. Фразеологизмы как средство выразительности на страницах газеты – М.: Русский язык в школе.№5, 1992.
3. Дорошенко С. І. Загальне мовознавство: навч. посібник / С. І. Дорошенко - К.: ЦНЛ, 2006.
4. Емельянова Н.А, Фразеологизм как конституирующий элемент публицистического текста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://philarts.spbu.ru/structure/sub-faculties/engl-filolog/anglistika articles/fraseologism-kak/](http://philarts.spbu.ru/structure/sub-faculties/engl-filolog/anglistika%20articles/fraseologism-kak/)
5. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. - М., Высшая школа, 1996.
6. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. – М.: Международные отношения, 1972.
7. Лазарева Э.А. Заголовок в газете. Свердловск, изд-во Урал. Ун-та, 1989.
8. Паршин А. Теория и практика перевода. – М.: Русский язык, 2000. – 161 с.
9. 9. Цветова Н. С. Фразеологизмы в современном публицистическом тексте [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
10. [http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1026712-0.html](http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1026712-0.html )
11. Kunin A.V. English-Russian dictionary of idioms. – M., Русский язык, 1977.

ІНТЕРНЕТ - РЕСУРСИ:

1. <https://www.economist.com/>
2. <https://www.theguardian.com/media/financialtimes>
3. <https://www.theguardian.com/observer>
4. <https://www.thetimes.co.uk/>
5. <https://www.timeslive.co.za/sunday-times/>
6. [www.dailymail.co.uk/ushome/index.html](http://www.dailymail.co.uk/ushome/index.html)
7. [www.dailytelegraph.com.au/](http://www.dailytelegraph.com.au/)
8. [www.express.co.uk](http://www.express.co.uk)
9. [www.independent.co.uk/](http://www.independent.co.uk/)
10. [www.independent.co.uk/topic/independent-on-sunday](http://www.independent.co.uk/topic/independent-on-sunday)
11. [www.metronews.ca/winnipeg.html](http://www.metronews.ca/winnipeg.html)