

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин і права
Кафедра германської філології та перекладознавства

КВАЛІФІКАЦІЙНА ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

Освітній рівень


Галузь знань 03 Гуманітарні науки
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 035 Філологія
Шифр і назва спеціальності

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська

на тему: **Прийоми перекладу лексики сфери економіки
(на матеріалі газети "Financial Times")**

Шифр 23257

Виконала:
студентка 2 курсу, групи ФПАмз-23-1  М. В. Масловська
Підпис

Керівник:
к. філол. н., доцент  Ю.Б. Давидюк
Підпис


Нормоконтроль: к. пед. н., доцент  О.О. Мацюк
Підпис

До захисту допускаю:
Зав. кафедри проф. Бойко Ю.П.
«27» грудня 2024 р.

Хмельницький, 2024

Хмельницький національний університет

Факультет	<u>міжнародних відносин і права</u>
Кафедра	<u>германської філології та перекладознавства</u>
Освітній рівень	<u>магістр</u>
Галузь знань	<u>03 Гуманітарні науки</u>
Спеціальність	<u>035 Філологія. Переклад (англійська)</u>
Освітня програма	<u>Германська філологія та перекладознавство: англійська мова та друга іноземна мова</u>

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
 Юлія БОЙКО
« 02 » лютого 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ
МАГІСТРА**

Марини МАСЛОВСЬКОЇ

1. Тема роботи: Прийоми перекладу лексики сфери економіки (на матеріалі газети "Financial Times")

Керівник роботи Юлія ДАВИДЮК, кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології та перекладознавства

Тему затверджено наказом ректора університету від «26» серпня 2024 р. № 60

2. Термін подання студентом роботи на кафедру 2 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи:

Об'єкт дослідження лексика сфери економіки.

Предмет дослідження способи перекладу економічної лексики у статтях Британської щоденної газети "Financial Times".

Матеріалом дослідження є англійські статті британської щоденної газети "Financial Times" присвячені поточним подіям бізнесу та економіки, з яких було виокремлено 122 речення зі спеціальною лексикою.

4. Перелік питань, які потрібно розробити: 1) визначити теоретичні засади економічного дискурсу та його ключові характеристики; проаналізувати періодичний економічний щотижневик "Financial Times" як представника економічного дискурсу; 2) описати труднощі перекладу економічної лексики, зокрема виклики, зумовлені швидким розвитком економіки, культурно-маркованою лексикою, метафоризацією економічних подій та використанням ідіом в економічному дискурсі; 3) дослідити лінгвістичні особливості економічної лексики в текстах англійського економічного періодичного видання "Financial Times"; 4) визначити стратегії перекладу економічних текстів; 5) застосувати на практиці стратегії перекладу економічних текстів на матеріалі періодичного видання "Financial Times".

5. Дата видачі завдання 5 лютого 2024 року

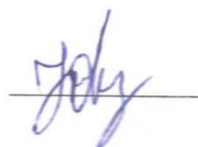
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Назва етапів виконання кваліфікаційної дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
Опрацювання літератури за темою дослідження	<i>5 лютого – 5 березня 2024 року</i>	виконано
Написання теоретичного розділу дослідження	<i>5 березня – 12 квітня 2024 року</i>	виконано
Презентація теоретичного розділу на науковому семінарі /конференції	<i>16-17 квітня 2024 року</i>	виконано
Підбір фактичного матеріалу за темою дослідження для практичного розділу	<i>15 квітня – 10 травня 2024 року</i>	виконано
Написання практичного розділу	<i>До 5 червня 2024 року</i>	виконано
Подання чорнового варіанту дипломної роботи керівнику	<i>10 червня 2024 року</i>	виконано
Захист переддипломної практики	<i>8 листопада 2024 року</i>	виконано
Попередній захист кваліфікаційної роботи	<i>14 листопада 2024 року</i>	виконано
Подання кінцевого варіанту дипломної роботи на кафедрі	<i>2 грудня 2024 року</i>	виконано
Перевірка на плагіат	<i>3 10 по 13 грудня 2024 року</i>	виконано
Захист дипломних робіт магістра	<i>26-30 грудня 2024 року</i>	виконано

Здобувач


Марина МАСЛОВСЬКА

Керівник роботи


Юлія ДАВИДЮК

Анотація

Масловська М. В. Прийоми перекладу лексики сфери економіки (на матеріалі газети "Financial Times")

У роботі розглянуто особливості перекладу економічної лексики на матеріалі періодичної економічної газети "Financial Times". Описано лексико-семантичні характеристики текстів економічного дискурсу. Запропоновано адекватні методи перекладу економічної термінології з урахуванням культурно-маркованих аспектів та сучасних тенденцій вживання лексики.

Ключові слова: економічний дискурс, економічна лексика, англomовні періодичні видання, перекладацькі трансформації, неологізми, реалії, фразеологізми, метафори.

Summary

Maslovska M. V. Translation techniques for economics vocabulary (based on the newspaper "Financial Times")

The master's thesis explores the peculiarities of translating economic vocabulary based on the material from the periodical economic newspaper "Financial Times". The lexical and semantic features of economic discourse texts are described. Adequate ways of rendering economic terminology into Ukrainian are proposed, taking into account culturally marked aspects and modern lexical trends.

Keywords: economic discourse, economic terminology, English-language periodicals, translation transformations, neologisms, realia, metaphors, phraseology.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ	10
1.1. Теоретичні характеристики економічного дискурсу.....	10
1.2. Роль щотижневика "Financial Times" у формуванні економічного дискурсу	18
1.3. Стратегії перекладу економічної лексики періодичних видань.....	21
1.4. Особливості перекладу економічної лексики	24
1.4.1. Вплив швидкого розвитку економіки на термінологію.....	24
1.4.2. Роль культурно-маркованої лексики в економічних текстах.....	28
1.4.3. Метафоризація економічних подій в економічному дискурсі.	34
1.4.4. Аналіз використання ідіом та фразеологізмів в економічних текстах.....	36
Висновки до Розділу 1	39
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНІЙ ГАЗЕТІ "FINANCIAL TIMES"	41
2.1. Специфіка перекладу економічних статей на матеріалі видання "Financial Times"	41
2.2. Труднощі перекладу економічної лексики в англomовному періодичному виданні "Financial Times"	45
2.3. Способи відтворення економічної лексики у перекладі	46
2.3.1. Переклад реалій в економічних публіцистичних статтях.	47
2.3.2. Переклад неологізмів в економічних публіцистичних статтях.	60
2.3.3. Переклад метафор в економічних публіцистичних статтях.....	78
2.3.4. Переклад ідіоматичних виразів в економічних публіцистичних статтях.	92
Висновки до Розділу 2	104
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	107
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	110
ДОДАТКИ	123

ВСТУП

У сучасному світі, на фоні швидкого розвитку економіки та зростаючого впливу глобалізації, переклад економічної лексики стає дедалі важливішим аспектом міжкультурної комунікації. Періодичні видання та статті економічної тематики є ключовими джерелами інформації для фахівців різних галузей, а також для широкого кола читачів, зацікавлених у фінансових питаннях.

Процес перекладу економічної лексики супроводжується численними труднощами, зокрема пов'язаними з адаптацією термінології до мовних та культурних особливостей цільової аудиторії. Зокрема, економічні тексти часто включають спеціалізовану термінологію, культурно-марковані елементи, а також новітні запозичення, що виникають унаслідок технічного прогресу та цифровізації.

Актуальність дослідження особливостей перекладу економічної лексики зумовлена недостатнім вивченням цієї проблематики у сучасному перекладознавстві, а також необхідністю забезпечення точності, зрозумілості та доступності таких текстів для української аудиторії. Вивчення підходів до перекладу економічної лексики є важливим кроком у розвитку міжкультурної комунікації та сприяє збагаченню мовного простору.

У перекладознавстві дослідження специфіки економічної лексики здійснювали такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як В. Жамардїй, Н. Іщук, В. Борисевич, а також низка інших дослідників, які аналізували як термінологічні трансформації, так і культурно-марковані аспекти економічних текстів. Це підкреслює значущість систематичного аналізу сучасної економічної лексики та її перекладацьких стратегій.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Магістерська робота пов'язана з проблематикою наукової теми кафедри германської філології та перекладознавства "Проблеми лексико-граматичної семантики, прагматики та стилістики в когнітивно-дискурсивній парадигмі".

Об'єкт дослідження – лексика сфери економіки.

Предмет дослідження – способи перекладу економічної лексики у статтях Британської щоденної газети "Financial Times".

Мета дослідження – вивчення особливостей відтворення економічних термінів та лексичних одиниць з урахуванням стилістичних та прагматичних аспектів при перекладі англійських текстів українською мовою.

Для досягнення поставленої мети визначені такі **завдання**:

1. Визначити теоретичні засади економічного дискурсу та його ключові характеристики; проаналізувати періодичний економічний щотижневик "Financial Times" як представника економічного дискурсу.
2. Описати труднощі перекладу економічної лексики, зокрема виклики, зумовлені швидким розвитком економіки, культурно-маркованою лексикою, метафоризацією економічних подій та використанням ідіом в економічному дискурсі.
3. Дослідити лінгвістичні особливості економічної лексики в текстах англійського економічного періодичного видання "Financial Times".
4. Визначити стратегії перекладу економічних текстів.
5. Застосувати на практиці стратегії перекладу економічних текстів на матеріалі періодичного видання "Financial Times".

Матеріалом дослідження є англійські статті британської щоденної газети "Financial Times" присвячені поточним подіям бізнесу та економіки, з яких було виокремлено 122 речення зі спеціальною лексикою.

Методи дослідження включають дефінітивний метод для визначення економічного дискурсу та економічної лексики; описовий метод для встановлення особливостей економічного дискурсу; метод контекстуального аналізу для вивчення соціокультурних факторів тексту; метод зіставного аналізу оригінальних текстів і їх перекладів; метод перекладацького аналізу та елементи кількісного аналізу для ідентифікації тенденцій використання економічної лексики.

Положення, що виносяться на захист:

1. Економічний дискурс є багатовимірною когнітивно-комунікативною системою, яка поєднує науковий, публіцистичний та професійний стилі мовлення,

створюючи унікальну комунікативну платформу для обміну економічною інформацією.

2. Економічна лексика в англomовному економічному дискурсі складається як із усталеної термінології, так і новітніх неологізмів, а також реалій, метафор і фразеологізмів, які з'являються внаслідок глобалізаційних процесів та технологічного розвитку.

3. Стратегії перекладу економічної лексики визначаються контекстом, жанровими характеристиками тексту та цільовою аудиторією, із застосуванням методів транскодування, калькування, адаптації, генералізації та описового перекладу.

4. У процесі перекладу економічної лексики важливим є врахування культурної маркованості та правових аспектів, що забезпечує адекватність перекладу та його відповідність потребам українського професійного дискурсу.

5. Інтеграція англomовної економічної термінології у професійний український дискурс сприяє розвитку міжкультурної комунікації та збагаченню мовного простору, що є важливим для глобальної інтеграції економіки.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі англomовної економічної лексики, зокрема лексичних одиниць, представлених у матеріалах періодичного видання "Financial Times", з метою виявлення ключових особливостей їх перекладу українською мовою, включаючи адаптацію новітньої термінології та вирішення проблем міжкультурної комунікації.

Теоретичне значення дослідження полягає у внеску в розвиток перекладознавчого аналізу економічного дискурсу, зокрема у вивченні методів передачі економічної термінології та культурно маркованих лексем, а також у розширенні наукових підходів до проблем адаптації професійної лексики в умовах глобалізації.

Практична цінність дослідження визначається можливістю використання його результатів у курсах таких дисциплін, як теорія та практика перекладу, міжкультурна комунікація, порівняльна лексикологія, а також у практиці перекладу економічних текстів для створення професійно орієнтованих матеріалів.

Апробація дослідження. Апробація здійснена у статті "Специфіка роботи перекладача з економічними текстами в англо-українському перекладі", яку опубліковано у збірнику наукових праць "Переяславські студії з лінгвістики та лінгводидактики: зб. наук. праць. Випуск 2. Методика навчання іноземних мов і перекладу", Переяслав, 2024 (С. 60–65), а також написано та опубліковано тези "Особливості перекладу економічного дискурсу (на основі публікацій Financial Times)" у збірнику матеріалів II науково-практичної конференції "Концептуальні шляхи розвитку освіти та педагогічної науки", Запоріжжя, 22-23 листопада 2024 (С. 32–34).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів і висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дослідження – 122 с.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та завдання дослідження, визначено об'єкт та предмет дослідження, наукову новизну, теоретичне значення й практичну цінність, матеріал і методи дослідження.

У **першому розділі** представлено теоретико-методологічні засади дослідження економічного дискурсу, зокрема його теоретичні характеристики, особливості англійської газети "Financial Times" як репрезентанта економічного дискурсу, а також стратегії перекладу економічної лексики періодичних видань.

Другий розділ присвячений аналізу особливостей перекладу економічної лексики газети "Financial Times". Описано лінгвістичні особливості текстів економічного дискурсу, труднощі перекладу англійських економічних текстів, способи відтворення економічної лексики, а також застосовані трансформації, що використовуються під час перекладу.

У **загальних висновках** підсумовано результати дослідження та окреслено перспективи подальших наукових розвідок у цій сфері.

Перелік використаних джерел нараховує 60 праць зарубіжних та 51 праць українських вчених, а також 11 джерел ілюстративного матеріалу.

У **додатки** винесено глосарій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ

Економічний дискурс є важливим аспектом соціального життя. У даному розділі здійснюється комплексний аналіз теоретичних основ та методологічних засад, які лежать в основі дослідження економічного дискурсу та ролі економічних періодичних видань в цьому контексті та розрахований на висвітлення сучасного стану досліджень та систематизація наукових знань у галузі економічного дискурсу та видань сфери економіки.

1.1. Теоретичні характеристики економічного дискурсу

Поняття дискурсу займає одне з ключових місць у сучасній лінгвістиці. Це складне і багатоаспектне явище, яке перебуває в центрі уваги дослідників різних наукових дисциплін. У численних дослідженнях акцент робиться на різних аспектах дискурсу: його будові, функціонуванні, взаємозв'язку з контекстом та іншими факторами [22, с. 14].

Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених дискурсу, досі не існує єдиного, загальноприйнятого визначення цього терміна. Різноманітність підходів спостерігається як між різними науками, так і всередині самої лінгвістики.

Теоретичні засади розуміння дискурсу знаходять своє відображення у працях Т.А. ван Дейка. Він розширює традиційне розуміння дискурсу, виходячи за межі суто текстового аналізу. На думку вченого, дискурс – це не просто набір слів, а складний комунікативний процес, що відбувається в конкретному часі та просторі, між певними учасниками. Важливу роль у цьому процесі відіграють різноманітні контекстуальні фактори, які впливають на створення та інтерпретацію повідомлень. Таким чином, дискурс розглядається як динамічна подія, що постійно розвивається та змінюється [105, с. 41].

Погляди Т. ван Дейка на дискурс знайшли своє продовження в роботах І. С. Шевченко. Вона запропонувала всеосяжне визначення: "Дискурс – це інтегральний феномен, когнітивно-комунікативна діяльність, що виступає як сукупність процесу та результату, яка охоплює як екстралінгвістичний, так і лінгвістичний аспект; в останньому, окрім тексту, виділяється пресупозиція і контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), які зумовлюють вибір мовних засобів" [46; 47; 48]. Саме це розуміння дискурсу ми обрали для нашого дослідження, оскільки воно дозволяє нам розглядати дискурс як складну систему, а не як сукупність окремих характеристик.

Багатогранність функцій дискурсу зумовлює величезну різноманітність його форм. Ця різноманітність ставить перед лінгвістами складне завдання класифікації. Адже кожна дискурсивна форма має власні особливості, свої правила використання, які потребують детального дослідження та пояснення. Усі типи дискурсу формуються і функціонують у межах певних соціальних умов, які були узгоджені шляхом "соціального консенсусу". Ефективність будь-якого спілкування безпосередньо залежить від того, наскільки вірно учасники комунікативного акту застосовують мовні засоби, характерні для певного типу дискурсу, задля успішної передачі інформації [58, с. 65].

Серед різноманіття дискурсів, що формують нашу реальність, особливе місце посідає **економічний дискурс**. Його виокремлюють чіткі ознаки, що відповідають сучасним уявленням про мовну комунікацію. Насамперед, це домінування науково-економічних понять, які слугують основою для побудови повідомлень. Мета такого дискурсу багатогранна: не лише передача інформації про економічні процеси, а й формування думок, переконань, аргументація певних поглядів. Комунікація відбувається в широкому колі учасників – від професійних економістів до звичайних громадян, зацікавлених у розумінні складних економічних явищ. Контекст такого спілкування завжди пов'язаний з економічними аспектами життя суспільства [69, с. 24].

Дослідження економічного дискурсу в українській лінгвістиці поки що не досягло широкого охоплення. Незважаючи на окремі роботи, присвячені аналізу

специфічних рис економічного дискурсу [35, с. 48] та ділового дискурсу як його складової [31; 32; 45], багато аспектів цієї теми залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, важливою є необхідність глибокого аналізу мовних засобів, які використовуються для опису економічних понять і явищ, дослідження семантичного поля економічних текстів, а також вивчення механізмів впливу на широку аудиторію та ефективних комунікативних стратегій в економічній сфері.

Ключовим елементом і невід'ємною частиною сучасного економічного дискурсу виступають текстові матеріали, що відображають погляди та аналітику експертів у галузі економіки та бізнесу [10, с. 6].

У науковій літературі (Гумовська І.М [10]., Науменко Л.П. [31] та ін.) часто спостерігається тенденція до ототожнення економічного дискурсу з діловим. На наш погляд, такий підхід не є цілком коректним, оскільки економічний дискурс є більш широким поняттям, що включає в себе не лише ділову комунікацію, але й наукову, публіцистичну та інші види мовленнєвої діяльності, пов'язані з економічними проблемами.

Згідно з визначенням Н.Г. Наумової, діловий дискурс являє собою "...процес комунікації в економічній галузі з урахуванням його інтер- та екстралінгвістичного контекстів..." [32, с. 256]. Головною відмінністю ділового дискурсу є його адресат – це конкретна особа або група осіб, з якими встановлюються прямі ділові контакти. На противагу діловому, економічний дискурс має більш розмиту аудиторію, оскільки охоплює як професійне співтовариство, так і широкі верстви населення. Ця тенденція до розширення аудиторії пояснюється загальною тенденцією до популяризації економічних знань та їх інтеграції в повсякденне життя [13, с. 122].

Поняття "економічний дискурс" є відносно новим явищем в лінгвістиці, проте швидко набуває популярності серед дослідників. Завдяки когнітивно-прагматичному підходу вдалося відмежувати економічний дискурс від спорідненого ділового дискурсу. Основою цього дискурсу є різноманітні тексти економічної тематики, які розглядаються в контексті соціальних, культурних та історичних умов їхнього створення та сприйняття. Оскільки економіка є

динамічною системою, що постійно розвивається, економічний дискурс також перебуває в стані безперервних змін, відображаючи актуальні тенденції та виклики сучасного світу. Його особливості зумовлені тісним взаємозв'язком з економічною наукою та соціокультурним контекстом, а також його інтеграцією з іншими сферами людської комунікації [23, с. 71].

Наше припущення полягає в тому, що економічний дискурс бере свій початок з наукового дискурсу. Щоб це довести, розглумачимо визначення "економіка". Як відомо, це поняття має безліч трактувань: "...народне господарство, що охоплює галузі матеріального виробництва та невиробничі сфери; сукупність продуктивних сил та виробничих відносин у їхній взаємозалежності; повсякденна діяльність людини, метою якої є здобуття, нагромадження, розподіл та різні засоби використання матеріальних й нематеріальних засобів тощо..." [35, с. 24]. Хоча існують різні підходи до тлумачення цього явища, одним із ключових і найбільш поширених є наступний: "науки, які вивчають специфіку виробничих відносин у певній галузі або сфері суспільного виробництва (є. транспорту, є. праці та ін.)" [34, с. 79]; "суспільна наука, що займається значною мірою описом та аналізом виробництва, розподілу та споживання товарів і послуг" [108]. "Економіка – це наука, що має свій предмет, розвинену методологію дослідження, змістовний теоретичний інструментарій тощо" [17, с. 132]. Основна думка всіх поданих визначень зводиться до того, що економіка є невід'ємною частиною наукового знання.

Економічна наука в ХХ-ХХІ століттях використовує здебільшого науковий підхід. Її тісна інтеграція з математикою, інженерією та іншими науками помітна у явищі широкого використання математичних моделей, статистичних методів та інших методологічних інструментів, ідей та концептів, що стало характерною рисою сучасної економічної науки [66, с. 15].

Оскільки економічні знання повністю відповідають науковим критеріям, то цілком логічно вважати економічний дискурс одним із різновидів наукового. Адже він має всі характерні риси, притаманні науковому дискурсу. Проте, багато вчених помилково вважають, що наукові тексти позбавлені будь-якої виразності.

На їхню думку, головне завдання наукового тексту – чітко та зрозуміло передати інформацію, без зайвих емоцій та художніх засобів [69, с. 12].

Протягом минулого століття наукове співтовариство все частіше стало звертати увагу на те, що навіть у суворих рамках наукової комунікації можуть існувати елементи емоційності та творчості. Особливо яскраво це явище проявляється в гуманітарних науках. Тут емоції не просто допустимі, а й часто є невід'ємною частиною наукового дискурсу. Вони слугують потужним інструментом впливу на реципієнта, спонукаючи його до певних думок чи дій. Це може бути все, від закликів до соціальних змін до рекомендацій щодо фінансових інвестицій.

Завдяки працям таких відомих науковців як Ф. Кітчер (Kitcher [78]), Д. Локе (Locke [84]), Г. Маєрс (Myers [93]), Л. Преллі (Prelli [99]), У. Дж. Семюелс (Samuels [100]), С. Таулмін (Toulmin [105]) та фундаментальним дослідженням Д. МакКлоскі (McCloskey [88; 89]), які ґрунтуються на ретельному аналізі реальних наукових текстів, як класичних, так і сучасних, за останні десятиліття сформувалося нове бачення процесів створення та сприйняття наукових текстів. Застосування риторичного аналізу в цих дослідженнях дозволяє нам по-новому осмислити природу економічної науки [53, с. 145]. Переосмислення наукового дискурсу як виключно інформативного типу є необхідним кроком у сучасному світі. Адже наукова інформація, окрім своєї логічної структури, має також значний естетичний потенціал. Естетичний підхід до наукового дискурсу, який являється результатом глибокого осмислення явищ, відповідає природному бажанню людини отримувати знання не лише в форматі фактів, а й у комфортній зацікавлюючій формі.

Останні тенденції в науковій комунікації демонструють зростаючу роль емоцій у передачі наукової інформації. Наука і "створюваний нею дискурс (попри поширені міфи) далеко не байдужі ні до власне форм саморепрезентації, ні до суспільного, і навіть естетичного резонансу, який вони мають чи потенційно можуть мати" [16, с. 21]. Мета наукового тексту – не просто представити нові знання, а й сформувані у читача певне світобачення, вплинути

на його розуміння досліджуваної проблеми. Автор прагне не лише передати інформацію, а й викликати у читача інтелектуальний інтерес та емоційний відгук, спонукаючи його до подальших роздумів [28, с. 62].

Отже, концепт "дискурс" широко застосовується у сучасних гуманітарних дослідженнях. Однак, незважаючи на його популярність, наукова спільнота не дійшла консенсусу щодо його змістового наповнення. Багатозначність цього терміна зумовлена різноманітністю теоретичних парадигм та методологічних підходів.

Економіка є сферою знань, у якій відображаються основні інтереси соціуму, мовна динаміка та зміни суспільної свідомості. Економічний дискурс є багатоплановим явищем, значущість якого визначається його соціальною природою. Він розуміється як мовленнєве творення, що відображає економічні реалії суспільства у зв'язку з екстралінгвальними, соціокультурними та когнітивними чинниками [16, с. 19–27].

Матеріальним об'єктом економічного дискурсу є текст, який має особливу лексику, граматику та семантику, створюючи "можливий світ" економічного дискурсу [40, с. 46]. Виокремлення економічної спрямованості дискурсу серед інших сфер (медицини, політики, мистецтва) вказує на його унікальність як частини мас-медійного простору.

Домінантною рисою є використання економічної лексики та термінів, а також інших номінацій, включно з неспеціалізованими засобами. Зміни в структурі та функціях лексики зумовлені економічними процесами, що спричиняють появу нових термінів, розширення значень, запозичення тощо [57, с. 157–178; 71, с. 256].

Об'єктом дослідження економічного дискурсу можуть бути тексти різних стилів і жанрів, особливо важливі для аналізу тексти засобів масової інформації (ЗМІ). Дискурс — це тексти, занурені в життя, що є ключовою ознакою для розуміння економічного дискурсу та дискурсу ЗМІ загалом [40, с. 177–192].

Масова комунікація, за Гарольдом Лассвелом, включає учасників, перспективи, ситуації, реакції реципієнтів та ефекти, що створюють основу для

вивчення текстів ЗМІ [82, с. 117]. Інформація, передана через ЗМІ, є важливим засобом інтелектуальної комунікації, яка здійснюється за рахунок мови як основного інструмента. Мова ЗМІ характеризується динамічністю, яскравістю та стилістичною варіативністю.

Стилістика текстів ЗМІ, як зазначає Т. ван Дейк, залежить від соціальних і контекстуальних факторів. У текстах преси використовують складні речення, номіналізації, офіційні жаргони, структурування за принципом релевантності [11, с. 308]. Переконалівість текстів забезпечується прийомами фонологічного (асонанс, рима), синтаксичного (паралелізми), семантичного рівня (метафори, порівняння) та використанням числових даних для підвищення точності й достовірності [11, с. 308].

Статті з економічної тематики в українській пресі вирізняються низьким рівнем емотивності, використанням метафор, кліше та професійної термінології, зокрема запозичень. Інтернаціоналізми англійського походження часто використовуються як евфемізми, що завуальовують суть явищ і сприймаються як більш нейтральні та благородні [40, с. 177–192].

Дискурс ЗМІ, зокрема економічний, поєднує кілька функціональних стилів, наближаючись до розмовного мовлення. Він не лише відображає реальність, а й інтерпретує її крізь призму ідеології, впливаючи на суспільну думку та ціннісні орієнтири [11, с. 178].

Газетні статті насичені фактичною інформацією та орієнтовані на експрес-інформування широкої аудиторії, тоді як журнальні статті мають аналітичний характер, узагальнюють інформацію, пов'язують її з іншими подіями й проблемами, акцентуючи на освітній функції. Мова газет більш невимушена та загальнодоступна, на відміну від "сухого" й стандартизованого стилю журналів [40, с. 177].

Фактологічність у викладі матеріалу досягається покликаннями на джерела інформації, що забезпечує аудиторії можливість оцінити її достовірність. Це виражається за допомогою пасивних конструкцій, дейктичної лексики,

прислівників та інших мовних засобів, що підкреслюють точність або сумнівність інформації [40, с. 182].

Газетні статті поділяються на інформаційні (короткі новини, репортажі, інтерв'ю) та аналітичні (коментарі, рецензії, тематичні статті). Інформаційні тексти характеризуються нейтральністю викладу та фактологічністю, тоді як аналітичні тексти відзначаються авторською модальністю та обмеженим використанням експресивних засобів [68, с. 12].

Поділ британської преси на якісну та популярну зумовлений соціальними, ідеологічними та лінгвістичними факторами. Якісні газети вирізняються аналітичністю, надійністю фактів і детальним висвітленням новин, тоді як популярна преса орієнтована на сенсаційність і скандальність [40, с. 180].

Адресованість як текстова категорія визначає вибір теми, мовних засобів і організацію тексту, зважаючи на рівень освіченості та ціннісні уподобання читачів. Для успішної комунікації автор має враховувати тип адресата, використовуючи відповідні сигнали адресованості, такі як ремарки, парантези чи цитати [40, с. 185].

Учасники створення та споживання продуктів ЗМІ є представниками соціуму, які формують та інтерпретують ці тексти в загальному комунікативному контексті. Соціокультурна активність, організація, спільність переконань та ідеології визначають зв'язок текстів ЗМІ із процесами їх інституціонального та соціального виробництва. Ці фактори зумовлюють історичну значущість таких текстів, їхню роль у вираженні ідеології та вплив на встановлення або зміну статус-кво в глобальній системі комунікації [11, с. 192].

Економічний дискурс є тематичним різновидом дискурсу ЗМІ, що відображає значущість економіки як соціального феномену. ЗМІ виступають основним засобом поширення інформації про події та явища навколишнього світу. Соціальна природа є спільною ознакою економічного дискурсу та дискурсу ЗМІ, які функціонують у рамках статусно-орієнтованого дискурсу [6, с. 64].

Характерними рисами дискурсу ЗМІ є достовірність, адресованість, тематична спрямованість, а також використання мовних і стилістичних засобів для взаєморозуміння з аудиторією. Британська преса поділяється на якісну та популярну, а газетні статті – на інформаційні та аналітичні жанри. Тексти економічного дискурсу динамічні, сучасні та орієнтовані на контекст подій [40, с. 179].

Основними параметрами економічного дискурсу є мовні риси, тематична специфіка, ситуаційні умови породження, відповідність освітнім стандартам та комунікативна мета продуцента, що поєднує стилістичну специфіку та ідеологію [40, с. 185].

1.2. Роль щотижневика "Financial Times" у формуванні економічного дискурсу

"Financial Times" – відома щоденна міжнародна англійська газета, присвячена діловим та економічним новинам. Цільова аудиторія газети складається з читачів, які, можливо, не є фінансовими спеціалістами, але потребують доступу до ключової інформації, пов'язаної з фінансами та бізнесом [67, с. 68].

"Financial Times" містить посібник для ефективної навігації вмістом. Структура змісту складається з двох розділів: 1) загальні політичні новини – що охоплює ширші політичні питання, які можуть вплинути на фінансову обстановку; 2) компанії та ринки – у цьому розділі основна увага приділяється фінансовим ринкам, надаючи детальну інформацію про ціни акцій, ринкові тенденції та економічні показники [67, с. 69]. Видання включає різні додатки, які надають інформацію про конкретні галузі та країни. Ці додатки корисні для довідкової інформації, статистики та рекламних можливостей. Також, у газеті регулярно публікуються ключові таблиці та дані, зокрема: 1) економічні показники Великобританії: публікуються щочетверга та охоплюють економічну діяльність, виробництво, торгівлю та інфляцію; 2) міжнародні економічні

показники: виходять у вівторок, зосереджуючись на провідних країнах ОЕСР і різних економічних показниках; 3) щотижневі підсумки: газета пропонує щотижневий огляд по суботах, підсумовуючи фінансові новини попереднього тижня, включно з результатами діяльності компаній, ринковими рухами та економічними прогнозами [67, с. 72].

Окрім фінансових даних, "Financial Times" відомий широким висвітленням політичних та економічних новин у всьому світі. Видання також містить високо оцінені сторінки про мистецтво, що робить його багатогранним виданням [54, с. 95]. Щотижневик доступний у різних форматах, включаючи електронні версії та розміщення матеріалів на онлайн-платформах, що робить його доступним для ширшої аудиторії [54, с. 96]. Таким чином, "Financial Times" – це не просто фінансова газета; це повне джерело інформації, яке охоплює широкий спектр тем, пов'язаних з бізнесом та економікою, що робить його важливим для дослідників і професіоналів у цій галузі [55, с. 10].

"Financial Times" приваблює різноманітну читацьку аудиторію, в основному професіоналів бізнесу, науковців і політиків. Щоденна аудиторія становить 10 мільйонів у всьому світі, тому він є важливим ресурсом для тих, хто шукає детальні фінансові новини й аналіз [54, с. 97]. Ділова газета користується широким попитом у керівників та осіб, які приймають рішення в різних галузях, які покладаються на його дані для стратегічного планування та аналізу ринку [67, с. 70]. Середній вік читача газети становить 48 років, а 38% її аудиторії є директорами на рівні ради директорів [55, с. 12].

"Financial Times" часто цитується в наукових публікаціях, особливо в галузі бізнесу та соціальних наук, що вказує на важливе місце видання в академічному дискурсі [55, с. 14]. Висвітлення в газеті економічних показників і фінансових ринків робить її цінним ресурсом для урядовців і політиків [54, с. 99].

Газету "Financial Times" можна охарактеризувати як спеціалізовану фінансову газету, яка використовує окремий дискурс і жанр, об'єднуючи мультимодальні елементи для передачі складних фінансових наративів. Ця характеристика підтверджується різними дослідженнями, які аналізують його

лінгвістичні та структурні особливості, журналістські практики та жанрові конвенції [63, с. 291]. "Financial Times" використовує комбінацію вербальних і візуальних елементів, таких як графіки та таблиці, щоб інформувати, розповідати та переконувати свою аудиторію, ефективно поєднуючи спеціалізовану фінансову інформацію з розумінням широкої громадськості [54, с. 95].

"Financial Times" займає унікальну позицію в дискурсі популярної науки, зокрема у сфері фінансових нарративів. Хоча в першу чергу він слугує як фінансовий інформаційний канал, його підхід до поширення складної фінансової інформації узгоджується з науково-популярною комунікацією. Статті газети часто інформують, оцінюють і прогнозують економічні тенденції, що є важливими функціями як у фінансовій, так і в науково-популярній комунікації [63, с. 291–292]. Газетний дискурс відображає баланс між технічною фінансовою мовою та доступною звітністю з метою популяризації складних концепцій для неспеціалістів [67, с. 68]. "Financial Times" є прикладом унікального жанру фінансової звітності, відзначеного умовностями, які включають інтертекстуальність та залучену спільноту дискурсу, що сприяє його складності [107, с. 200]. Газета є прикладом унікального реєстру новин, який розвивався разом із розвитком цифрових медіа, включаючи такі жанри, як редакційні статті та аналітичні статті, які відображають як письмений, так і усний стилі [54, с. 96].

"Financial Times" часто цитується в академічній літературі, особливо в соціальних науках, що свідчить про його вплив на науковий дискурс. Його цитували у 87,77% дослідницьких статей, підкреслюючи його роль у подоланні розриву між спеціальними знаннями та доступністю для громадськості [55, с. 2].

Висвітлення газетою фінансових криз і питань прав людини також відображає її взаємодію з ширшими проблемами суспільства, узгоджуючи її з науково-популярною метою інформування громадськості про критичні питання [86, с. 779].

Фінансова журналістика в "Financial Times" часто використовує оціночну мову для інтерпретації корпоративних результатів, впливаючи на сприйняття інвесторів, зберігаючи видимість нейтральності [107, с. 210]. Мовний стиль

характеризується специфічною лексикою, синтаксичними структурами та риторичними стратегіями, які відрізняють його від інших жанрів новин, підкреслюючи його роль у поширенні фінансової інформації [63, с. 294].

Журналісти відіграють вирішальну роль у формуванні сприйняття ринку за допомогою оціночної мови, балансуючи між об'єктивністю та можливістю впливати на настрої інвесторів [63, с. 296]. Незважаючи на те, що "Financial Times" визнана як авторитетна фінансова звітність, деякі критики припускають, що практика надання оцінки явищам, яка широко використовується в виданні, може спричинити упередженість, кидаючи виклик ідеалу об'єктивності у фінансовій журналістиці [107, с. 218].

1.3. Стратегії перекладу економічної лексики періодичних видань

Переклад економічного дискурсу є багатовимірним процесом, який передбачає вирішення низки викликів, пов'язаних зі збереженням точності, адекватності та логічної структури вихідного тексту. Основна складність полягає в тому, що економічна термінологія, як і вся сфера економіки, є динамічною, глибоко контекстуалізованою та тісно пов'язаною з національними й культурними особливостями. Це зумовлює необхідність використання низки перекладацьких трансформацій, які сприяють адаптації тексту до мовної системи та очікувань цільової аудиторії. Серед таких трансформацій особливе місце посідає транскодування [9, с. 85].

Транскодування, яке охоплює транслітерацію та транскрипцію, є ключовим інструментом у перекладі економічних текстів, дозволяючи зберігати графічну або фонетичну форму іншомовного терміна. Воно ефективно для передачі власних назв, торгових марок та специфічних термінів, які не мають усталених еквівалентів у мові перекладу [1].

Цей підхід забезпечує збереження культурної та економічної ідентичності термінів, сприяючи їх інтеграції у національний лексикон без втрати семантики

[46, с. 9]. Транскодування також сприяє уніфікації термінології, що критично важливо для наукової та бізнес-комунікації [111, с. 84].

Однак метод має обмеження, оскільки без додаткових пояснень деякі терміни можуть бути складними для сприйняття. Тому транскодування часто поєднують із описовим перекладом або адаптацією для забезпечення доступності тексту для аудиторії [3].

Еквівалентний переклад є важливим методом відтворення англійської економічної термінології українською мовою, базуючись на усталених відповідниках, закріплених у професійній та науковій літературі. Це забезпечує точність, однозначність і зрозумілість перекладу, що спрощує комунікацію між учасниками економічного дискурсу [18, с. 100].

Однак метод має свої виклики, зокрема при перекладі термінів із кількома можливими відповідниками, де вибір залежить від контексту [111, с. 81]. Крім того, переклад термінів, які відображають специфіку правових систем, потребує адаптації до українських реалій [3].

Англійські запозичення, такі як *outsourcing* чи *cash flow*, поступово інтегруються в українську мову, полегшуючи сприйняття фахівцями, але іноді потребують адаптації для ширшої аудиторії [8]. Переклад безеквівалентної лексики вимагає створення нових відповідників, що пояснюють концепцію, як, наприклад, у випадку терміна *gig economy* [77, с. 94].

Калькування є одним із ключових методів перекладу економічної термінології, який забезпечує передачу нових термінів через дослівний переклад їх складових. Цей метод дозволяє зберегти структурну і семантичну точність терміна та сприяє його інтеграції в професійний дискурс [9, с. 85–90].

Калькування ефективно адаптує багатокomпонентні терміни до норм цільової мови, сприяючи їх швидкому засвоєнню у професійній сфері [18, с. 100]. Проте цей метод має обмеження, оскільки не завжди підходить для термінів із культурними чи концептуальними відмінностями, які можуть потребувати додаткових пояснень [77, с. 94–99]. Калькування також відіграє важливу роль у

процесі адаптації нових запозичень, допомагаючи зберегти їх міжнародну впізнаваність [8].

У перекладі економічних текстів **генералізація** та **конкретизація** є трансформаціями, які дозволяють коригувати рівень деталізації змісту відповідно до контексту та цільової аудиторії. Генералізація передбачає використання загальнішого терміна, забезпечуючи зрозумілість для ширшої аудиторії, тоді як конкретизація спрямована на звуження значення для точного відображення суті [19, с. 224].

Ці методи забезпечують адаптацію економічних термінів до професійного чи публіцистичного дискурсу, уникнення неоднозначності та ефективну передачу змісту. Вибір між генералізацією та конкретизацією залежить від мети тексту та аудиторії, що підтверджується у дослідженнях перекладу фінансової та публіцистичної термінології [111, с. 80–86].

Описовий переклад є важливим інструментом у роботі перекладача, особливо при передачі термінів, що не мають прямих еквівалентів у цільовій мові. Цей метод полягає у роз'ясненні значення іншомовного терміна, забезпечуючи його зрозумілість для аудиторії. Він є актуальним у перекладі економічної термінології, що часто містить складні вузькоспеціалізовані поняття [18, с. 100–111].

Описовий переклад дозволяє уникати труднощів, пов'язаних із невідповідністю мовних систем або відсутністю усталених відповідників, та інтегрує нову лексику в професійний дискурс. Його застосування є особливо важливим для термінів із культурним або правовим навантаженням, що потребують додаткового пояснення для уникнення неоднозначності [19, с. 224; 75, с. 35–46]. Цей метод забезпечує точність передачі змісту і адаптацію термінів до цільової аудиторії, що робить його незамінним у сучасному перекладацькому процесі [77, с. 94–99].

Адаптація та **компенсація** є важливими методами перекладу економічної термінології, оскільки враховують культурні, правові та мовні особливості

цільової аудиторії. Вони забезпечують зрозумілість і точність перекладу, дозволяючи зберегти зміст оригінального тексту [19, с. 45].

Адаптація використовується для передачі культурно та правово специфічних термінів, забезпечуючи їх відповідність контексту та стандартам цільової аудиторії. Компенсація застосовується, коли неможливо прямо передати певний аспект тексту, дозволяючи зберегти ключове змістове навантаження через інші мовні засоби [18, с. 105]. Ці методи є необхідними для перекладу юридичних та економічних текстів, де важливо враховувати специфіку локальної правової системи та забезпечувати точну адаптацію термінології [3, с. 15].

1.4. Особливості перекладу економічної лексики

Переклад економічної лексики є складним завданням, яке супроводжується низкою специфічних труднощів. Основними викликами у цій сфері є передача новітніх термінів, відсутність еквівалентів у цільовій мові, культурно-маркована лексика та швидке оновлення термінології під впливом динамічного розвитку економіки. Ці аспекти вимагають від перекладачів використання широкого спектра методів і трансформацій, зокрема адаптації, калькування, транскодування та описового перекладу.

1.4.1. Вплив швидкого розвитку економіки на термінологію.

Стрімкий розвиток економіки, який супроводжується глобалізацією, цифровізацією та впровадженням новітніх технологій, значно впливає на створення та використання нової термінології. Цей процес зумовлює постійне оновлення економічної лексики, яка має не лише відобразити зміни у глобальному дискурсі, але й бути зрозумілою для цільової аудиторії. Як зазначає Е. Мусеану, нові концепції, такі як *blockchain* або *fintech*, інтегруються у мови різних культур здебільшого без змін [92, с. 50]. Проте в міру їх поширення терміни адаптуються до фонетичних та граматичних норм кожної мови, включаючи українську. Це підтверджується дослідженнями С. Христиука, який

наголошує, що на початкових етапах нові терміни зазвичай калькуються, а згодом отримують більш зрозумілі описові переклади [77, с. 95].

Адаптація економічної термінології до української лексичної системи є особливо важливим завданням для перекладачів. Згідно з Карабаном В. І. у його роботі "Переклад англійської наукової і технічної літератури", терміни часто залишаються транскрибованими, як-от *біткоїн* [19, с. 15]. Проте для текстів, орієнтованих на широку аудиторію, важливо додавати пояснення, наприклад, *криптовалюта, створена за технологією блокчейн*. Це дозволяє зберігати точність перекладу та водночас робити текст доступнішим для читача.

Глобалізація сприяє появі складних економічних термінів, які часто калькуються, але можуть також отримувати адаптовані варіанти. Наприклад, як зазначають Н. Іщук та Ю. Неголюк, термін *smart contract* перекладається як *розумний контракт* [74, с. 36]. У той же час у спеціалізованих юридичних текстах використовується термін *автоматизований контракт*, який точніше передає суть поняття [18, с. 101]. Це підкреслює необхідність врахування контексту під час перекладу, що є критичним для роботи з економічними текстами.

Крім того, особливості англійської економічної термінології, зокрема її лаконічність, часто ускладнюють переклад. Як зауважують В. Жамардїй та співавтори, багато англійських економічних термінів мають стислу форму, яка в українській мові потребує розширеного перекладу [111, с. 80]. Наприклад, *cash flow* перекладається як *грошовий потік*, але в деяких випадках зустрічається калька *кеш-флоу*, що свідчить про вплив англійської мови на економічний дискурс в Україні.

Окрему увагу слід приділити запозиченням, які активно інтегруються в українську економічну лексику. Як зазначає Н. Гудкова, англійські терміни, такі як *startup (стартап)*, часто залишаються в оригінальній формі [8]. Однак їх адаптація вимагає встановлення чітких правил вживання, щоб уникнути неоднозначності. Для нових термінів, які не мають усталених еквівалентів у цільовій мові, часто застосовують калькування або описовий переклад.

Наприклад, як зазначає Дж. Матео, термін *crowdfunding* іноді перекладається як *спільне фінансування*, що забезпечує зрозумілість концепції для української аудиторії [87, с. 405].

Використання описового перекладу є ефективним інструментом для пояснення складних фінансових концептів. Наприклад, термін *quantitative easing* (*кількісне пом'якшення*) пояснюється як *збільшення грошової маси через викуп цінних паперів* [19, с. 562]. Цей підхід дозволяє не лише передати зміст терміна, але й зробити текст доступним навіть для непідготовленої аудиторії.

Поява нової економічної термінології має суттєвий вплив на професійну лексику, зокрема на стилістичні та структурні особливості текстів. Як зазначають В. Жамардїй та ін., багато англійських економічних термінів через свою компактність і специфічність не мають прямих еквівалентів в українській мові, що викликає необхідність їх адаптації залежно від контексту [111, с. 81]. Наприклад, в текстах фінансового характеру часто використовуються терміни, що поєднують кілька ключових понять, як-от *financial risk management* (*управління фінансовими ризиками*). У таких випадках точний переклад потребує ретельного аналізу для збереження оригінального змісту.

Окрім складності термінів, розвиток економіки стимулює появу лексичних конструкцій, які поєднують технічні та ділові аспекти. Наприклад, цифровізація економіки створює терміни, що базуються на інноваційних технологіях, такі як *machine learning algorithms for trading* (*алгоритми машинного навчання для торгівлі*). Їх переклад вимагає збереження точності термінів із одночасним забезпеченням зрозумілості для професійної спільноти [62, с. 85]. У цьому контексті стає очевидною необхідність балансу між адаптацією термінології до локальної мови та збереженням її впізнаваності в міжнародному дискурсі.

Переклад складних багатокомпонентних термінів є одним із найбільш трудомістких завдань у роботі перекладача. Як наголошують Н. Ішук та Ю. Неголюк, подібні терміни часто включають у себе кілька значень, які можуть змінюватися залежно від контексту. Це вимагає створення таких еквівалентів, які б відповідали обом вимогам – лексичній точності та функціональності

[18, с. 100–111]. Наприклад, термін *data-driven marketing* може бути перекладений як *маркетинг, що базується на аналізі даних*, але у вузькоспеціалізованих текстах може вимагати більш розширеного пояснення, щоб уникнути неточностей.

Ще одним важливим аспектом є необхідність стандартизації термінології, яка дозволяє забезпечити узгодженість у використанні нових понять. Це особливо важливо в галузях, де швидкий розвиток технологій спричиняє появу великої кількості неологізмів. Як зазначає С. Христиук, у перекладацькій практиці важливо не лише забезпечувати відповідність термінів в оригіналі й перекладі, але й створювати єдині стандарти їх вживання у професійних текстах [77, с. 94–99].

Сучасний переклад економічної термінології все більше залежить від використання технологій, таких як автоматизовані системи перекладу, термінологічні бази даних та інструменти машинного навчання. Ці технології полегшують процес пошуку еквівалентів і сприяють стандартизації термінології. Як зауважує Е. Мусеану, автоматизація перекладу економічних текстів є важливим інструментом для оптимізації часу, однак вона потребує ретельного постредагування з боку фахівця [92, с. 50–56]. Це зумовлено тим, що автоматизовані системи не завжди можуть врахувати контекстуальні та стилістичні нюанси.

Досвід перекладачів показує, що найефективнішим є поєднання технологій із людським аналізом. Наприклад, при перекладі нових термінів на зразок *open banking* технології можуть запропонувати прямий переклад, але саме фахівець додає контекстуальне пояснення або адаптує термін для відповідного тексту. Це підкреслює значення синергії між технологіями та професійною експертизою перекладача [30, с. 69–74].

Найновішу класифікацію методів перекладу неологізмів запропонував український дослідник Т.В. Бігун у 2022 році. Дослідження було опубліковане у форматі наукової роботи під назвою "Сучасні англійські неологізми та популярні слова в соціальних мережах та способи їх перекладу українською мовою"

[4, с. 120]. У цій праці дослідник аналізує як формування нових термінів, так і підходи до їх адекватного відтворення українською мовою.

Основна увага в класифікації Бігуна приділяється адаптації нових термінів у контексті їх застосування в соціальних мережах і професійній термінології. Дослідник виділяє наступні методи перекладу:

- Пряме запозичення, яке дозволяє інтегрувати іншомовні терміни без змін. Цей підхід доцільний у випадках, коли неологізм уже зрозумілий цільовій аудиторії або не має відповідника у мові перекладу.
- Калькування, що передбачає створення нових українських термінів шляхом дослівного перекладу морфемного складу іншомовного слова.
- Транслітерація та транскрибування, які є особливо ефективними для передачі термінів, що не мають однозначного семантичного еквівалента в українській мові [9, с. 85–90].
- Контекстуальна адаптація, що враховує стилістичні й культурні особливості української мови. Цей метод акцентує увагу на значенні терміна у певному соціокультурному контексті [74, с. 35–46].
- Описовий переклад, що пропонує використовувати розгорнуті пояснення для передачі змісту нових термінів, особливо коли калькування або транслітерація не забезпечують зрозумілості.

Важливим аспектом дослідження є наголос на тому, що переклад неологізмів має не лише зберігати зміст і форму, але й відповідати функціональним вимогам мови-цілі. Це забезпечує їх органічну інтеграцію у мовний простір [19, с. 562].

1.4.2. Роль культурно-маркованої лексики в економічних текстах.

Культурно-маркована лексика є ключовим елементом економічних текстів, оскільки вона не лише передає конкретний зміст, але й відображає соціокультурні реалії, що формують економічне мислення в різних країнах. Така лексика охоплює акроніми, неологізми, назви програм, законів, а також специфічні терміни, що виникають у рамках певних економічних систем. За словами Карабана В. І. у праці "Практичний курс перекладу" [19, с. 45],

перекладачі повинні не лише знайти відповідники для таких термінів, але й забезпечити їх зрозумілість для цільової аудиторії. Наприклад, переклад акроніма *IPO (Initial Public Offering)* як *перше публічне розміщення акцій* демонструє ефективність калькування, яке дає змогу передати значення нового терміна. Однак, як зауважують В. Жамардїй та ін. [111, с. 82], у таких випадках часто потрібне супровідне пояснення, щоб уникнути неоднозначності та розкрити суть терміна.

Особливу складність перекладу становлять терміни, що відображають унікальні національні реалії, зокрема правові або економічні поняття, які не мають еквівалентів в інших культурах. Наприклад, американський термін *Chapter 11 bankruptcy* перекладається як *процедура банкрутства за главою 11*. Цей підхід об'єднує транскодування з адаптацією, що дозволяє зберегти як оригінальну специфіку терміна, так і його функціональну придатність в українському правовому контексті. Як підкреслює В.В. Борисевич [3, с. 53], такі адаптації особливо важливі для юридичних текстів, де будь-яке неточне тлумачення може призвести до серйозних наслідків.

У багатьох випадках економічні тексти містять терміни, які навіть у межах однієї мови можуть бути складними для розуміння через їхню вузькоспеціалізовану природу. Як відзначають Н. Іщук та Ю. Неголюк [18, с. 107], терміни на кшталт *hedge fund (хедж-фонд)* або *securitization (сек'юритизація)* вимагають детального пояснення при перекладі, адже їх значення може бути незрозумілим для частини української аудиторії. Наприклад, *securitization* часто доповнюють фразою *процес перетворення активів у цінні папери* [92, с. 52], що забезпечує краще розуміння цього фінансового механізму.

Окрему категорію культурно-маркованої лексики становлять назви програм, ініціатив і законів, які відображають специфічні політичні та соціальні умови. Наприклад, американська програма *Affordable Care Act* перекладається як *Закон про доступну медичну допомогу*. Цей переклад поєднує калькування з адаптацією, що дозволяє зробити текст зрозумілим у контексті української аудиторії. Як зазначають Л.О. Шевчук та Й.О. Мозгова [50, с. 15], такі

трансформації є необхідними для забезпечення як точності, так і культурної релевантності тексту.

Реалії також відіграють значну роль у створенні нової термінології, особливо в умовах глобалізації. За словами Е. Мусеану [92, с. 54], такі терміни, як *Fintech* (фінансові технології) або *Cryptocurrency* (криптовалюта), часто залишаються в оригінальній формі, але вимагають супровідного пояснення чи адаптації залежно від цільової аудиторії. Це дозволяє зберегти функціональність тексту та водночас зробити його доступним для розуміння.

Культурно-маркована лексика в економічних текстах також включає поняття, що мають як глобальний, так і локальний характер, що ускладнює процес перекладу. Наприклад, терміни *due diligence* та *golden parachute* відображають практики, поширені в англосаксонській правовій і бізнесовій культурах, але менш знайомі українським читачам. Як зазначає Д. Джемеліті, переклад таких термінів потребує як точності, так і пояснення [76, с. 15]. Для *due diligence* часто додають роз'яснення *комплексна перевірка перед укладенням угоди*, що забезпечує зрозумілість, зберігаючи професійний тон.

Інший виклик полягає в адаптації економічних текстів для освітніх цілей. Як відзначає О.В. Мельник, перекладачі, які працюють із навчальними матеріалами для студентів економічних спеціальностей, повинні враховувати рівень підготовки аудиторії та локальний економічний контекст [30, с. 72]. Наприклад, термін *stock options* зазвичай перекладають як *опціони на акції*, але для навчальних текстів додається пояснення: *цінні папери, які дають право придбати акції в майбутньому за фіксованою ціною*.

Важливу роль у перекладі відіграють терміни, пов'язані з фінансовими інноваціями. Як зауважує С. Іфен, глобалізація сприяє поширенню нових фінансових концептів, таких як *crowdfunding* чи *peer-to-peer lending* [18, с. 100]. Переклад цих термінів вимагає гібридного підходу: *краудфандинг* часто залишається без змін у професійних текстах, тоді як для широкої аудиторії додається описовий варіант *колективне фінансування*. Це дозволяє врахувати різні рівні підготовки читачів.

Крім того, в економічних текстах часто використовуються символи культурної ідентичності, які мають високий рівень впізнаваності в певних культурах. Наприклад, термін *Big Mac Index*, який використовують для оцінки паритету купівельної спроможності, є прикладом культурно-залежного поняття. Як зазначає І.П. Армасар, такі терміни необхідно перекладати із збереженням їхнього культурного та економічного контексту [13, с. 27], адже вони є не лише термінами, але й концептами, які передають специфіку певної економічної системи.

У межах міжкультурної комунікації важливим є дотримання балансу між точністю та зрозумілістю тексту. Економічні терміни часто мають ширше значення у цільовій аудиторії, ніж у мові оригіналу [83, с. 20]. Наприклад, термін *green bonds* може бути перекладений як *зелені облігації*, проте для широкої аудиторії доцільно додати уточнення: *облігації, кошти від випуску яких спрямовуються на екологічні проєкти*. Це дозволяє досягти адекватності тексту та забезпечити його культурну релевантність.

Загалом, реалії є важливим аспектом економічних текстів, що вимагає від перекладача не лише глибоких знань термінології, але й розуміння культурного контексту, у якому функціонують ці терміни. Врахування особливостей локальних реалій, поєднане з точним відтворенням змісту, сприяє створенню перекладів, які є одночасно точними та зрозумілими для різних аудиторій [2, с. 34].

Культурно-маркована лексика також відіграє ключову роль у відтворенні соціально-економічних явищ, що виникають у процесі глобалізації та інтернаціоналізації бізнесу. Як зазначає Дж. Л. Кардозо, адаптація економічних ідей у текстах, пов'язаних із бізнесом, не обмежується лише перекладом термінів, але й передбачає впровадження нових концептів у цільову культуру [60]. Наприклад, концепт *sharing economy* (економіка спільного використання) має культурні конотації, що виходять за межі буквального перекладу, і часто потребує додаткового контекстуального пояснення, такого як *економічна*

модель, заснована на спільному використанні ресурсів через цифрові платформи [14, с. 79].

Крім того, економічні тексти часто вимагають комплексного підходу до перекладу термінів, які містять культурні або історичні відсилання. Як зауважує В. В. Борисевич, терміни, що відображають економічні явища в певному часовому або географічному контексті, потребують особливого підходу [3]. Наприклад, термін *Great Depression* перекладається як *Велика депресія*, але в деяких текстах додаються історичні пояснення, щоб підкреслити її вплив на глобальну економіку в першій половині ХХ століття [17, с. 128]. Такий підхід допомагає не лише зберегти точність терміна, але й зробити текст більш інформативним для читача.

У сфері міжкультурної бізнес-комунікації важливим є також питання відтворення стилістики та тональності текстів. Д. Джеміеліті говорить, що адаптація економічних текстів для різних аудиторій часто вимагає зміни стилю, щоб текст був зрозумілим і відповідним до культурних норм цільової аудиторії [76]. Наприклад, англійські економічні тексти мають тенденцію до лаконічності, тоді як українські читачі очікують більш деталізованих пояснень. Це вимагає від перекладача не лише точного розуміння змісту, але й здатності передати його у стилі, який є прийнятним для локальної культури [12, с. 215].

Окрему увагу слід приділяти запозиченням, які все частіше інтегруються в українську економічну термінологію. Як зазначає Е. Мусеану, такі терміни, як *outsourcing* (аутсорсинг) або *benchmarking* (бенчмаркінг), часто залишаються у своїй оригінальній формі [92]. Однак їх ефективне використання залежить від здатності перекладача пояснити суть цих понять, особливо в текстах для широкої аудиторії. Наприклад, *benchmarking* іноді потребує супровідного пояснення, такого як *процес порівняння показників компанії з лідерами ринку* [33, с. 74].

Важливим інструментом для перекладачів економічних текстів є описовий переклад, особливо у випадках, коли оригінальний термін не має точного відповідника в цільовій мові. Як відзначають Н. Іщук та Ю. Неголюк, описовий переклад забезпечує зрозумілість і точність, але потребує вміння зберігати

баланс між інформативністю і стислим викладом [18, с. 105]. Наприклад, термін *quantitative easing* (кількісне пом'якшення) може бути пояснений як збільшення грошової маси через викуп цінних паперів, що дозволяє розкрити сутність явища для читача [12, с. 134].

У підсумку, культурно-маркована лексика є не лише мовним, але й концептуальним мостом між різними економічними культурами. Як зазначає І. П. Армасар, правильна адаптація таких термінів сприяє не лише точності перекладу, але й розширенню взаєморозуміння між різними країнами та економічними системами [73, с. 109]. Це робить культурно-марковану лексику важливим інструментом міжкультурної економічної комунікації.

У статті Юлії Грон "Проблеми перекладу реалій як одиниць безеквівалентної лексики у детективному жанрі" наведено класифікацію перекладу реалій, яка базується на багаторічних дослідженнях у галузі перекладознавства та культурології [33, с. 75]. Основні способи перекладу реалій включають:

1. **Транслітерація та транскрипція:** Цей спосіб передбачає графічне або фонетичне відтворення слова реалії в іншій мові. Вважається доречним у випадках, коли денотат добре відомий у культурі реципієнта.

2. **Калькування:** Полягає в буквальному перекладі структурних компонентів слова чи словосполучення. Метод використовується для новоутворень, які можуть бути зрозумілими у контексті.

3. **Описовий переклад:** Цей метод використовується, коли інші підходи є непридатними, і реалія пояснюється шляхом розкриття її значення у тексті перекладу.

4. **Експлікативний переклад:** Передбачає уточнення значення реалії за допомогою додаткових пояснень, які можуть бути подані у тексті або примітках.

5. **Гіпо-гіперонімічний переклад:** Передбачає заміну реалії на більш загальне або більш конкретне поняття, що дозволяє адаптувати її до культурного контексту реципієнта.

б. **Добір аналогу:** Використовується, коли в культурі мови перекладу є поняття, яке функціонально відповідає реалії оригіналу [33, с. 56].

Дослідники наголошують, що вибір конкретного способу залежить від характеру тексту, ролі реалії у контексті, культурних та граматичних особливостей мов, а також орієнтованості на читача.

1.4.3. Метафоризація економічних подій в економічному дискурсі.

Метафора є одним із ключових засобів вираження складних економічних процесів у зрозумілій формі. Її застосування в економічному дискурсі дозволяє створити образність, що сприяє кращому сприйняттю інформації, особливо у складних темах [14, с. 79]. У науковій літературі виділяються кілька основних типів метафор, що широко використовуються в економічних текстах.

Метафори, що базуються на природних явищах, підкреслюють масштаб і силу економічних процесів. Наприклад, такі вирази, як *economic storm* (економічна буря) або *tidal wave of debt* (хвиля боргів), відображають динамічний і непередбачуваний характер економічної діяльності [5, с. 121]. Ці метафори часто створюють емоційний ефект, допомагаючи читачеві уявити складні економічні події у знайомих і зрозумілих образах.

Воєнні метафори, такі як *price war* (цінова війна) чи *targeted measures* (цільові заходи), є популярними у висвітленні конкурентних процесів або державної економічної політики [41, с. 83]. Їх використання підкреслює стратегічний характер економічних дій, їхню агресивність та цілеспрямованість. Це відображає прагнення представити економічні процеси як боротьбу або конфлікт.

Біологічні метафори, наприклад, *economic health* (економічне здоров'я) або *inflationary pressure* (інфляційний тиск), акцентують увагу на "живому" аспекті економіки. Такі метафори дозволяють представити економічні системи як організми, що розвиваються або страждають від зовнішніх впливів [14, с. 80]. Їх часто використовують у макроекономічних дослідженнях для пояснення загального стану економіки.

Процес перекладу економічних метафор має свої специфічні виклики, зокрема потребу в адаптації для українського контексту. За результатами дослідження [41, с. 84], вибір способу перекладу залежить від характеру метафори та її зрозумілості для цільової аудиторії.

Дослівний переклад є прийнятним, якщо метафора є універсальною і зрозумілою. Наприклад, метафору *economic bubble* можна перекласти як *економічна бульбашка*, оскільки вона зрозуміла і зберігає оригінальне значення [5, с. 120].

Описовий переклад застосовується у випадках, коли оригінальна метафора є незрозумілою для українського читача. Наприклад, вираз *financial meltdown* доцільно перекласти як *фінансовий колапс*, пояснюючи емоційний аспект ситуації через знайомі аналоги [14, с. 79].

Метафори в економічних текстах виконують важливу роль у створенні образності та спрощенні складних понять [5, с. 121]. Наприклад, метафори, такі як *economic bubble* чи *financial meltdown*, допомагають читачам краще зрозуміти складні процеси через асоціативне мислення.

Водночас, метафори вимагають адаптації до цільової аудиторії, щоб зберегти емоційне забарвлення та уникнути спотворення змісту. Це підтверджує дослідження Ткачука-Мірошніченка, де акцентується увага на важливості вибору відповідних аналогій, особливо у міжкультурному контексті [14, с. 80].

Семантичний аналіз метафор в економічному дискурсі демонструє, як вони відображають позитивні чи негативні аспекти економічних подій [14, с. 82]. Прагматичний аспект метафор включає їхню здатність впливати на сприйняття аудиторії, підсилюючи певний наратив, наприклад, кризу або зростання. У роботах Висоцької наголошується, що такі метафори служать не лише для ілюстрації, а й для переконання читачів у важливості певних економічних явищ [5, с. 123]. Усі зазначені аспекти демонструють важливість метафоризації в економічних текстах як інструменту, що робить складні економічні явища більш доступними для розуміння.

Найновіша класифікація методів перекладу метафор, запропонована українським дослідником, розглядається в дослідженні М.О. Антонівської, опублікованому в журналі "Молодий вчений" [14, с. 79-82]. Авторка аналізує головні особливості функціонування та перекладу метафор у публіцистичному дискурсі, проте її висновки є релевантними для інших видів текстів, включаючи економічні.

У своїй класифікації методів перекладу метафор Антонівська враховує як традиційні теорії метафори, так і сучасні прагматичні та когнітивні підходи. Вона виділяє такі методи: "збереження вихідної метафори", "адаптація метафори до культурних особливостей мови-цілі", "заміна метафори на описовий вираз" і "заміна на аналогічну метафору, прийнятну в культурному контексті мови-цілі" [14, с. 81].

Дослідження акцентує увагу на тому, що вибір методу перекладу залежить від багатьох факторів, таких як функціональність метафори у тексті, культурні розбіжності між мовою-джерелом і мовою-ціллю, а також тип дискурсу. Наприклад, економічні тексти часто вимагають збереження точності й термінологічної коректності, що обмежує використання творчих методів адаптації метафор [14, с. 85].

1.4.4. Аналіз використання ідіом та фразеологізмів в економічних текстах.

Ідіоми та фразеологізми відіграють ключову роль у сучасному економічному дискурсі, зокрема в текстах, орієнтованих на масову аудиторію. Їх використання спрямоване на спрощення складних економічних концептів і водночас створення емоційного впливу на читача. Газета "Financial Times", як і багато інших англійських видань, активно застосовує ідіоми для ілюстрації економічних явищ, підсилення образності викладу та досягнення кращого розуміння тексту аудиторією [54, с. 95].

Наприклад, ідіома *to bail out* використовується для опису фінансової допомоги компаніям або банкам, що перебувають на межі банкрутства. Інша поширена ідіома, *cash cow*, означає джерело стабільного доходу. Водночас фраза

kick the can down the road символізує перенесення вирішення проблеми на майбутнє. Ці вирази сприяють глибшому розумінню економічних процесів через їхні аналогії зі знайомими життєвими ситуаціями [42, с. 184].

Фразеологізми та ідіоми виконують різні функції в економічних текстах. Як зазначають Сініцина та Капустіна, ці мовні одиниці не лише збагачують текст стилістично, але й впливають на сприйняття читачем складних економічних явищ. Вони допомагають автору тексту створювати емоційний зв'язок із аудиторією, роблячи текст більш динамічним і цікавим [42, с. 183].

З іншого боку, ідіоми відіграють важливу роль у формуванні структурної цілісності тексту. Згідно з дослідженням Стребуля, використання ідіом допомагає встановлювати тематичну зв'язність у тексті, водночас підкреслюючи ключові аспекти економічного аналізу [41, с. 32]. Наприклад, фразеологізми типу *the market took a nosedive* (*ринок різко впав*) підсилюють драматичність подій, що обговорюються [41, с. 45].

Переклад ідіоматичних виразів є складним завданням, особливо в економічному контексті, де точність і стилістична відповідність мають вирішальне значення. Як зазначають Пільгуй і Доля, однією з головних проблем є пошук еквівалентів, які передають як зміст, так і стилістичне забарвлення вихідної ідіоми. Наприклад, ідіома *to bail out* перекладається українською як *надати фінансову допомогу*, що зберігає суть оригінального виразу, але позбавляє його певного стилістичного відтінку [37, с. 64].

Описовий переклад часто є необхідним для ідіом, які не мають безпосереднього аналога в українській мові. Так, фраза *kick the can down the road* може бути перекладена як *перенести вирішення проблеми на майбутнє*. Такий підхід дозволяє зберегти зміст і контекст виразу, однак водночас вимагає від перекладача додаткового пояснення або адаптації для досягнення стилістичної відповідності [12, с. 75].

Адаптація ідіом до українського мовного контексту часто пов'язана з необхідністю врахування культурних та мовних особливостей. Як зазначає Журавель І., важливо зберегти образність та емоційність ідіоми, водночас

роблячи її зрозумілою для української аудиторії [13, с. 27]. Наприклад, ідіому *cash cow* можна перекласти як *золота жила* або *стабільне джерело доходу*, що адаптує фразеологізм до українського контексту, водночас зберігаючи його семантичну сутність.

Дослідження Кононенка демонструє, що адаптація німецьких економічних ідіом часто вимагає креативного підходу до перекладу. Це включає використання еквівалентів, що відображають не лише зміст, а й стилістичні та культурні особливості тексту [37, с. 64].

Ідіоми також використовуються для підсилення емоційного впливу тексту на аудиторію. Як зазначає Ісакова, використання таких фраз, як *to hit the ground running* (*розпочати з великим ентузіазмом*), дозволяє не лише передати зміст, але й створити відповідний настрій у читача [44, с. 82]. Це особливо важливо у медіадискурсі, де тексти мають бути як інформативними, так і емоційно залучати аудиторію.

Ідіоми та фразеологізми є важливими інструментами у створенні економічних текстів. Вони сприяють спрощенню складних концептів, створюють образність викладу та забезпечують зв'язність тексту [14, с. 79]. Разом із тим, їхній переклад і адаптація є складним завданням, яке вимагає уваги до культурного та мовного контексту [37, с. 63–66]. Дослідження в цій галузі підкреслюють необхідність розробки підходів, які дозволяють зберегти як зміст, так і стилістичну забарвленість ідіом у перекладі [41, с. 182–186].

Найновішу класифікацію методів перекладу англійських фразеологізмів запропонувала українська дослідниця Н.С. Береговенко у своєму дослідженні [44, с. 15]. Ця робота зосереджується на проблемах передачі фразеологічних одиниць із англійської мови на українську з урахуванням їхніх семантичних, стилістичних та функціональних особливостей.

Авторка пропонує кілька методів перекладу, кожен з яких залежить від контекстуального значення та структури фразеологізму. Один із основних методів — це **еквівалентний переклад**, який застосовується в тих випадках, коли в українській мові існує точний відповідник англійського фразеологізму.

Цей підхід дозволяє зберегти семантичну цілісність та стилістичне навантаження одиниці.

Коли ж еквівалент відсутній, використовується **функціональний аналог** – підбір українського виразу, який передає те саме значення, але за допомогою інших лексичних та граматичних засобів. У деяких випадках застосовується **описовий переклад**, коли значення англійського фразеологізму передається шляхом розгорнутого пояснення. Це особливо актуально для культурно специфічних одиниць, які не мають аналогів у мові перекладу.

Ще одним важливим методом є **калькування**, що передбачає дослівний переклад компонентів фразеологізму. Цей метод зберігає оригінальну структуру, проте може вимагати додаткової стилістичної адаптації. У ситуаціях, коли калькування не забезпечує зрозумілості, використовується **контекстуальна адаптація**, яка орієнтується на загальний зміст тексту та комунікативну мету.

Дослідження також акцентує увагу на комбінованих методах, коли різні підходи поєднуються для досягнення оптимального результату. Наприклад, калькування може поєднуватися з описовим перекладом для передачі складних фразеологізмів із багат шаровим значенням [44, с. 15].

Висновки до Розділу 1

У першому розділі було досліджено теоретико-методологічні основи вивчення економічного дискурсу, які є базовими для подальшого аналізу специфіки перекладу економічної лексики. З'ясовано, що економічний дискурс є складною комунікативною системою, яка інтегрує елементи наукової, публіцистичної та професійної сфер. Особливу увагу приділено його зв'язку з соціокультурним контекстом, що визначає мовні особливості, прагматичну спрямованість і структурну специфіку економічних текстів.

Детальний аналіз англійського видання "Financial Times" як репрезентанта економічного дискурсу дозволив виділити основні його характеристики, серед яких: поєднання інформаційної точності з аналітичним підходом, використання специфічної термінології та мультимодальних

елементів для підвищення ефективності комунікації. Газета служить важливим джерелом для розуміння сучасних економічних процесів, пропонуючи матеріали, орієнтовані як на професіоналів, так і на широку аудиторію.

Розгляд стратегій перекладу економічної лексики показав, що адаптація термінів до цільової мови залежить від їхньої лексико-семантичної природи, жанрових особливостей текстів і культурних відмінностей. Використання таких прийомів, як транскодування, калькування, описовий переклад та адаптація, забезпечує точність, зрозумілість і відповідність перекладу цільовій аудиторії. Водночас, у перекладацькому процесі важливе місце займає передача соціокультурної специфіки, яка є ключовою для збереження автентичності текстів.

Таким чином, теоретичні положення, висвітлені в цьому розділі, створюють основу для подальшого практичного аналізу перекладу економічної лексики, зокрема на матеріалі англомовних текстів, представлених у періодичному виданні "Financial Times".

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНІЙ ГАЗЕТІ "FINANCIAL TIMES"

Економічна лексика відіграє важливу роль у сучасному світі, сприяючи обміну інформацією між країнами, бізнес-спільнотами та фахівцями. Однак її переклад може поставити перекладача перед низкою унікальних викликів, особливо коли йдеться про специфічні терміни, культурно залежні поняття чи метафоричні вирази. У цьому розділі ми розглянемо приклади використання економічної лексики в статтях газети "Financial Times", запропонуємо власні варіанти перекладу таких термінів на українську мову та проаналізуємо трансформації, що виникають під час перекладу.

Особлива увага приділятиметься прийомам адаптації економічної лексики до українського контексту, переданню образності метафоричних виразів та пошуку адекватних еквівалентів для реалій, які не мають прямого аналога в українській мові. Цей розділ спрямований на визначення оптимальних стратегій перекладу економічної лексики, що дозволить не лише зберегти точність інформації, але й забезпечити її зрозумілість для цільової аудиторії.

2.1. Специфіка перекладу економічних статей на матеріалі видання "Financial Times"

Сучасний світ перебуває у стані постійних економічних змін, що, на нашу думку, вимагає точного обміну інформацією, особливо в економічній сфері. Економічна лексика, яка охоплює терміни, поняття та специфічні вирази, відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної комунікації між фахівцями різних країн. Ми вважаємо, що ця лексика також сприяє розумінню складних економічних процесів ширшою аудиторією. Однак, для перекладачів це становить особливий виклик, адже необхідно передати зміст лексики, що часто містить спеціалізовані терміни, метафори, культурні конотації та інші стилістичні елементи [91, с. 94].

Під час аналізу матеріалів газети "Financial Times" ми виявили, що вона є одним із найавторитетніших джерел економічної інформації у світі, пропонуючи аналітичні статті, звіти, інтерв'ю та прогнози. Мова газети часто включає сучасні економічні терміни, неологізми та технічні вирази, які, на нашу думку, відображають актуальні тренди економічної думки. Особливий інтерес для дослідників викликає те, що ці тексти поєднують економіку з політикою, соціологією та культурологією, створюючи міждисциплінарний підхід, який ускладнює процес перекладу [104, с. 112].

Ми вважаємо, що дослідження перекладу економічної лексики на прикладі текстів "Financial Times" є важливим через необхідність розробки прийомів, які дозволять ефективно передавати економічний зміст іншими мовами. У процесі аналізу текстів ми виявили, що найбільш ефективними прийомами перекладу є транслітерація, калькування, функціональний еквівалент та адаптація. Наприклад, передача термінів *quantitative easing* або *carbon trading* вимагає врахування як концептуальної новизни понять, так і культурних аспектів їх розуміння в іншій мовній системі [94, с. 96].

Також ми встановили, що тексти газети характеризуються високим рівнем метафоричності, що є типовим для англійської мови, але може викликати труднощі у перекладі на українську. Метафори, як-от *economic meltdown* чи *fiscal cliff*, на нашу думку, потребують не лише перекладу, але й інтерпретації для збереження оригінального змісту та емоційного забарвлення [56, с. 78]. Таким чином, наше дослідження спрямоване на виявлення оптимальних прийомів перекладу, які забезпечать точність і стилістичну відповідність текстів "Financial Times" в українському контексті.

Ми вважаємо, що дослідження перекладу економічної лексики з англійської мови, зокрема газети "Financial Times", є важливим завданням через складність адаптації термінології, багатозначності окремих слів і специфіку стилю та змісту текстів. У процесі аналізу ми виявили, що економічна лексика часто включає культурно специфічні елементи англійського світу, що

створює додаткові труднощі для адекватної передачі значень в інших мовах [95, с. 183].

На нашу думку, одним із ключових викликів є переклад спеціалізованих термінів, оскільки вони мають чіткі визначення та контекстуальне значення. Ми встановили, що такі терміни, як *quantitative easing* чи *market liquidity*, потребують контекстуального аналізу та врахування культурних особливостей, щоб уникнути спотворення сенсу [90, с. 310]. Для ефективної інтерпретації ми вважаємо необхідним використання глосаріїв та глибокого аналізу контексту.

Ми також виявили, що метафори та фразеологізми в текстах економічної тематики додають складності через їх культурну специфіку. Фрази на кшталт *bull market* або *bear market* мають не лише пряме, але й образне значення, яке, на нашу думку, є важливим для збереження у перекладі. Ми дійшли висновку, що калькування та адаптація є ефективними прийомами для забезпечення зрозумілості й точності таких виразів [80, с. 296; 62, с. 92].

Крім того, аналіз матеріалів показав, що неологізми та слова-реалії, пов'язані з фінансовими технологіями або макроекономічними тенденціями, становлять особливу проблему. Ми вважаємо, що переклад цих елементів вимагає не лише лінгвістичних знань, але й глибокого розуміння предметної області. Наприклад, термінологія, яка описує криптовалюти або інструменти *green finance*, потребує створення нових відповідників у мові перекладу, що ми вважаємо важливим завданням для забезпечення точності [97, с. 19].

Ми вважаємо, що лексичні та синтаксичні відмінності між англійською та українською мовами є одним із ключових аспектів, які впливають на якість перекладу текстів, зокрема матеріалів газети "Financial Times". У процесі аналізу ми виявили, що англійська мова характеризується перевагою складних іменникових конструкцій, які дозволяють стисло виражати зміст, наприклад, у термінах на кшталт *market-driven economy* чи *supply chain management*. Водночас українська мова тяжіє до використання описових конструкцій, що зазвичай вимагають додаткового пояснення чи трансформації для збереження компактності та стилістичної цілісності тексту [7, с. 191].

Ми також встановили, що синтаксичні відмінності проявляються у способах вираження предикативності. Англійська мова часто використовує допоміжні дієслова або інфінітивні конструкції, тоді як українська надає перевагу прямій формі дієслова. Наприклад, фраза *to increase market efficiency* зазвичай перекладається як *підвищення ефективності ринку*, що вимагає перетворення конструкції на іменниковий вираз [72, с. 192]. Ми вважаємо, що ці особливості потребують ретельного аналізу для забезпечення точності перекладу.

Наше дослідження також показало, що англійські пасивні конструкції, такі як *The policy was implemented successfully*, потребують активного переформулювання в українській мові, наприклад, *Політику успішно реалізували*, що додає складнощів у перекладі через необхідність збереження природності [36, с. 37].

Щодо лексичних відмінностей, ми виявили, що відсутність прямих еквівалентів для деяких англійських термінів, як-от *stakeholder*, вимагає використання описового перекладу чи калькування для забезпечення зрозумілості [73, с. 130]. Додатково, багатозначність слів, наприклад, *capital*, потребує глибокого контекстуального аналізу для уникнення неточностей у перекладі [96, с. 214].

На нашу думку, перекладачі повинні використовувати адаптацію тексту, синтаксичні трансформації та синонімічні варіанти, щоб зберігати зміст і стиль тексту. У випадках, коли лексичні та синтаксичні відмінності створюють ризик втрати значення, ми рекомендуємо застосовувати комбіновані техніки, такі як конкретизація або генералізація [38, с. 138].

Отже, переклад економічних текстів потребує гнучкого підходу до вибору методів і прийомів. Калькування, транскодування, описовий переклад та заміна на відповідники дозволяють передати зміст і стиль текстів сфери економіки, зберігаючи їхню функціональну специфіку. Правильне застосування цих методів сприяє створенню якісного перекладу, що відповідає потребам цільової аудиторії.

2.2. Труднощі перекладу економічної лексики в англomовному періодичному виданні "Financial Times"

Ми вважаємо, що серед численних викликів, які постають перед перекладачем економічних текстів, особливий інтерес для нашого дослідження становлять категорії реалій, неологізмів, фразеологізмів та метафор, представлених у матеріалах газети "Financial Times". На нашу думку, саме ці мовні елементи створюють найбільші труднощі в передачі змісту через їхню культурну специфіку, стилістичну насиченість і динамічний характер.

Ми свідомо обмежили сферу аналізу, оскільки проблеми перекладу інших аспектів, таких як термінологія, власні назви або синтаксичні конструкції, хоч і важливі, уже достатньо досліджені в існуючій літературі. Натомість реалії, неологізми, фразеологізми та метафори залишаються складними через їхню багатозначність, культурну залежність та особливу роль у створенні змісту й емоційного ефекту текстів.

Проведений нами аналіз показав, що реалії в економічних текстах є важливими елементами, що відображають культурно-економічні особливості англomовного світу. Вони потребують не лише перекладу, а й адаптації або пояснення, щоб бути зрозумілими українській аудиторії. На нашу думку, правильний підхід до перекладу реалій забезпечує точність і культурну відповідність тексту.

Неологізми є невід'ємною частиною сучасної економічної лексики, що динамічно розвивається. Ми виявили, що їхній переклад вимагає врахування контексту та інноваційного підходу, наприклад, шляхом адаптації або калькування. Ці терміни відображають сучасні тенденції в економіці, що робить їх дослідження особливо актуальним.

Фразеологізми, на нашу думку, є важливим стилістичним компонентом, який додає емоційності та глибини текстам. Ми вважаємо, що дослідження фразеологізмів дозволяє забезпечити стилістичну відповідність у перекладі економічних текстів.

Метафори в текстах газети "Financial Times" додають образності та допомагають пояснити складні економічні концепції. Ми встановили, що їхній переклад вимагає творчого підходу для збереження експресивності та точності. Наприклад, метафора *the engine of growth* може бути адаптована як *рушій економічного зростання*, але потребує контекстуального аналізу для збереження стилю оригіналу.

На нашу думку, вибір цих категорій як основних об'єктів дослідження є виправданим через їхню значущість у формуванні стилю та змісту текстів. Газета "Financial Times" надає багатий матеріал для аналізу цих мовних явищ, що дозволяє глибше дослідити специфіку перекладу економічної лексики та розробити ефективні підходи для її адаптації до українського контексту.

2.3. Способи відтворення економічної лексики у перекладі

Проаналізувавши у першому розділі нашої роботи основні теоретичні аспекти перекладу економічних текстів та специфіку економічної лексики, для проведення подальшого дослідження ми звертаємося до сучасних класифікацій перекладацьких методів, розроблених українськими та міжнародними дослідниками. Важливо зазначити, що ці класифікації базуються на переосмисленні та адаптації існуючих методів перекладу до нових умов. Переклад усіх ілюстративних речень здійснено автором роботи.

У своїй роботі ми спираємося на класифікацію методів перекладу неологізмів, запропоновану Т.В. Бігуном [4, с. 45], який, переосмисливши підходи своїх попередників, запропонував п'ять ключових методів, що найкраще відповідають цілям адекватного відтворення нових термінів українською мовою. Зокрема, це пряме запозичення, калькування, транскрипція та транслітерація, контекстуальна адаптація та описовий переклад. Бігун наголошує, що ці методи не лише забезпечують точність передачі значення, а й сприяють органічній інтеграції неологізмів у мовний простір цільової аудиторії.

Переклад реалій, які є культурно-маркованими одиницями, ми розглядаємо крізь призму підходів, запропонованих Юлією Грон [5, с. 122]. Її класифікація враховує такі методи, як транслітерація, калькування, описовий та експлікативний переклад, добір аналогів і гіпо-гіперонімічна заміна. Ці методи дозволяють зберігати баланс між національним колоритом оригінального тексту та зрозумілістю перекладу для української аудиторії.

Для перекладу метафор ми використовуємо класифікацію, розроблену М. О. Антонівською [14, с. 80], яка виділяє методи збереження вихідної метафори, адаптації до культурних особливостей мови-цілі, заміни на описовий вираз та добору аналогічної метафори, прийнятної для культурного контексту перекладу. Ці методи, згідно з авторкою, забезпечують передачу як семантичного, так і стилістичного навантаження метафор у публіцистичному та економічному дискурсах.

Переклад фразеологізмів здійснюється на основі класифікації Н. С. Береговенко [41, с. 62], яка враховує еквівалентний переклад, функціональні аналоги, описовий переклад, калькування та контекстуальну адаптацію. Береговенко акцентує увагу на важливості збереження стилістичного забарвлення фразеологізмів у перекладі та їхньої функціональної відповідності у цільовому тексті.

Для ілюстративного матеріалу нашого дослідження було обрано статті газети "Financial Times", що є одним із найавторитетніших видань у світі бізнесу та економіки. Газета охоплює широкий спектр тем, пов'язаних із глобальними фінансовими процесами, інвестиціями, ринками та політикою. Її тексти вирізняються використанням термінології, характерної для фінансового та економічного дискурсів, а також образних висловів, які додають стилістичної виразності.

2.3.1. Переклад реалій в економічних публіцистичних статтях.

У даному пункті дослідження виконано переклад реалій сучасних англomовних економічних текстів газети "Financial Times". Економічні тексти, зокрема статті в газеті "Financial Times", важко уявити без численних реалій, які

є невід'ємною частиною економічного дискурсу. Назви установ, компаній, фінансових інструментів, економічних показників, а також культурно-марковані терміни часто є ключовими для розуміння економічних процесів. Коректний переклад таких одиниць має вирішальне значення для адекватного сприйняття тексту цільовою аудиторією.

Як зазначалося раніше, найефективнішими способами перекладу реалій є транскодування (транслітерація та транскрипція), калькування (дослівний переклад), описовий переклад та добір функціонального аналога, що дозволяє зберігати зміст і функцію реалій у перекладі. Ці методи базуються на багаторічних дослідженнях у галузі перекладознавства та адаптовані до специфіки економічного дискурсу.

Вже у перших рядках статей "Financial Times" зустрічаються реалії, які яскраво відображають специфіку економіки англomовного світу. Їх переклад стає викликом для перекладача, адже потребує не лише знання мови, а й розуміння культурного контексту.

1) *The embassies in Beirut issued their warning as shelling intensified between northern Israel and southern Lebanon, the stronghold of Iran's ally Hizbollah* [112, с. 1].

Посольства у Бейруті оприлюднили попередження, оскільки обстріли між північним Ізраїлем і південним Ліваном, оплотом союзника Ірану – "Хезболли", посилюються.

У тексті газети "Financial Times" зустрічаємо реалію *Hizbollah*, яка позначає воєнізовану організацію, пов'язану з політичним і культурним контекстом Близького Сходу. Перекладено її методом транслітерації. Транслітерація є найбільш доцільним способом у цьому випадку, оскільки назва організації є загальновідомою і не потребує додаткових пояснень.

2) *The smell of rotting flesh permeated the air on Wednesday at Kibbutz Be'eri, a farming community near Israel's border with the Gaza Strip* [114, с. 5].

Запах гниючої плоти наповнив повітря в середу у кібуці Бе'ері, сільськогосподарській громаді біля ізраїльського кордону із Сектором Газа.

Окрему увагу привертає реалія *kibbutz*, (укр. *кібуц*) — це термін, який позначає типovu для Ізраїлю сільськогосподарську спільноту, організовану на принципах колективної власності та спільної праці. Кібуци виникли наприкінці XIX — початку XX століття в межах сіоністського руху і спочатку функціонували як автономні комуністичні господарства. З часом вони еволюціонували, але й досі залишаються важливим елементом соціально-економічного життя Ізраїлю, поєднуючи фермерське господарство та інші види діяльності. Для перекладу застосовано транслітерацію.

3) *Egypt pointed out that the Rafah border crossing, the only entry point to Gaza that Israel does not control, was open* [114, с. 19].

Єгипет зазначив, що пункт пропуску на кордоні Рафah, єдиний вхід до Гази, який не контролює Ізраїль, був відкритий.

У дослідженні перекладу географічних і культурних реалій особливу увагу привертає вираз *the Rafah border crossing*. У цьому прикладі мова йде про географічну реалію, яка позначає конкретний пункт пропуску на кордоні між Газою та Єгиптом. З огляду на те, що цей термін не має прямого українського еквівалента, у перекладі необхідно врахувати як географічний, так і політичний контекст. У цьому випадку застосовано метод гіпо-гіперонімічного перекладу, який передбачає використання загальнішого терміна — *пункт пропуску на кордоні* — для адаптації реалії до української мови.

4) *Israel's 'Start-up Nation' faces tough test in possible land offensive* [120, с. 12].

Ізраїль, відомий як "Нація стартапів", стикнеться з важкими випробуваннями у разі наземного наступу.

Ще однією цікавою реалією є вираз *Start-up Nation*, (укр. *Нація стартапів*) — це сталий вираз, який вказує на репутацію Ізраїлю як одного з провідних центрів інновацій та технологічних розробок. Термін походить від назви книги "Start-up Nation: The Story of Israel's Economic Miracle", що описує унікальну здатність країни створювати стартапи й успішно розвивати їх на

глобальному ринку, незважаючи на обмежені ресурси та постійні геополітичні виклики. У цьому випадку реалізовано метод калькування.

5) *US inflation was higher than forecast in September, raising the prospect that the Federal Reserve might increase interest rates [113, с. 4].*

Інфляція в США у вересні перевищила прогнози, що підвищило ймовірність того, що Федеральна резервна система може підвищити процентні ставки.

Розглянемо реалію *Federal Reserve (Fed)*, яка позначає центральний банк США, що відіграє ключову роль у регулюванні фінансової системи країни. У поданому прикладі реалія перекладена як *Федеральна резервна система*. Цей переклад можна класифікувати як еквівалент, оскільки термін є усталеним відповідником в українській мові для позначення центрального банку США. Він широко використовується у фінансових, економічних і медійних контекстах, що робить його зрозумілим для цільової аудиторії без потреби додаткових пояснень. Однак, варто зазначити, що у цьому контексті також присутній елемент описового перекладу, адже реалія *Federal Reserve* містить в собі більше значення, ніж просто назва — вона вказує на функцію та роль цього інституту як регулятора фінансової системи США.

6) *The jump in 10-year Treasury yields would force consumers to tighten their belts [116, с. 19].*

Різке зростання прибутковості 10-річних казначейських облігацій змусить споживачів затягнути паски.

10-year Treasury це специфічний економічний термін США, який позначає облігації казначейства з терміном погашення в 10 років. У перекладі використано метод калькування.

7) *The UK has introduced a 'start-up visa' aimed at attracting young entrepreneurs [116, с. 11].*

У Великій Британії запровадили "візу для стартапів", спрямовану на залучення молодих підприємців.

Наступна реалія, *a start-up visa*, відображає політико-економічну ініціативу Великої Британії, спрямовану на залучення молодих підприємців. У цьому

випадку застосовано метод калькування, оскільки структурні компоненти збережено.

8) *Short positions against the shekel, bets on the currency weakening, rose sharply* [112, с. 12].

Короткі позиції проти шекеля, ставки на послаблення валюти, різко зросли.

Реалія *the shekel*, позначає національну валюту Ізраїлю. Використано метод транслітерації, оскільки денотат добре відомий у культурі реципієнта і не потребує додаткового пояснення.

9) *The US, Britain and Germany urged their citizens to leave Lebanon amid rising fears that Israel's war with Hamas will erupt into a wider conflict* [120, с. 3].

США, Велика Британія та Німеччина закликали своїх громадян залишити Ліван через побоювання, що війна Ізраїлю з "ХАМАС" може перерости у ширший конфлікт.

У реченні реалія *Hamas* позначає політичну й воєнізовану організацію, діяльність якої є специфічною для конфліктного середовища Близького Сходу. Ця організація, заснована у 1987 році, є широко відомою через свою політичну та військову діяльність у регіоні. Назва *Hamas* походить від арабського акроніма, який перекладається як *Ісламський рух опору*. У перекладі використано метод транслітерації. Такий підхід зумовлений високою впізнаваністю цієї реалії серед української аудиторії та необхідністю збереження її автентичного звучання. Крім того, транслітерація дозволяє уникнути додаткових пояснень або спотворень, зберігаючи зв'язок із джерелом. Назва організації подана великими літерами, що відповідає стандартам передачі акронімів іншомовного походження.

10) *The Lex column provided additional insights into corporate strategies* [114, с. 2].

Рубрика Lex надала додаткові відомості про корпоративні стратегії.

У реченні реалія *Lex column* позначає специфічну рубрику у газеті "Financial Times", яка містить аналітичні матеріали з питань корпоративних стратегій. Ця рубрика, яка вперше з'явилася у 1930-х роках, відома своїм

грунтовним аналізом ринків, компаній і тенденцій у фінансовій сфері. Вона є важливим джерелом для професійних інвесторів і бізнес-спільноти. Термін *column* у контексті журналістики може позначати *колонку*, *рубрику* або *секцію*, однак у конкретному перекладі обрано більш вузький термін *рубрика*, який відповідає українській журналістській традиції. Це зменшує семантичний обсяг оригінального слова, що є характерним для гіпонімії. Назва *Lex* збережена шляхом транслітерації, оскільки це важливий елемент для розпізнавання реалії серед української аудиторії. Переклад *The Lex column* як *Рубрика Lex* — це приклад гіпо-гіперонімічного перекладу (гіпонімії).

11) *The Rafah crossing is a vital route for humanitarian aid into Gaza* [114, с. 1].

Пункт пропуску Рафах є важливим маршрутом для доставки гуманітарної допомоги в Газу.

Фраза *the Rafah crossing* позначає пункт пропуску між Єгиптом і сектором Газа. Пункт пропуску Рафах має ключове значення як єдиний офіційний маршрут, через який здійснюється доставка гуманітарної допомоги у сектор Газа, що не перебуває під контролем Ізраїлю. Географічна реалія *Rafah crossing* є невід’ємною частиною складної геополітичної ситуації в регіоні. У перекладі застосовано метод транслітерації з експлікативним уточненням. Назва *Rafah crossing* транслітерована для збереження географічної автентичності, а адаптація елемента *crossing* є звичним відповідником для поняття *пункт пропуску* у геополітичному контексті та забезпечує зрозумілість для української аудиторії.

12) *The Gaza Envelope, as Israelis call the kibbutzim and farming communities that sit alongside the Hamas-ruled Palestinian enclave, is now a closed military zone* [116, с. 6].

Пояс Гази, як називають цей регіон ізраїльтяни, включає кібуці (сільськогосподарські громади, організовані за кооперативним принципом) та фермерські господарства, що межують із сектором Газа, контрольованим ХАМАС, нині є закритою військовою зоною.

The Gaza Envelope — назва, яка відображає географічну реалію ізраїльського контексту, є географічним терміном, що позначає прикордонні райони Ізраїлю, прилеглі до сектора Газа. Ця реалія включає *кібуці* — ізраїльські сільськогосподарські спільноти, організовані за принципом кооперативів, а також фермерські господарства. Зрозуміти та перекласти цей термін недосвідченому перекладачеві може бути складно через його специфічність, тому використовуємо експлікативний метод. *Gaza Envelope* має не лише фізичне, але й соціально-політичне значення, пов'язане з безпековими умовами регіону. В цьому уривку — це географічна та соціально-політична реалія, яка описує ізраїльські території поруч із сектором Газа, де розташовані сільськогосподарські громади та ферми. Термін має метафоричний характер, адже *Envelope* (буквально *конверт* чи *обгортка*) символізує регіон, що ніби огортає або обмежує сектор Газа. *Пояс Гази* – метафоричний і стислий переклад, який зберігає образність *Envelope* як захисного або окреслюючого регіону.

13) *Blackstone Group reported weaker-than-expected third-quarter results, indicating a slowdown in fundraising* [116, с. 15].

Блекстоун Груп опублікувала результати за третій квартал, які виявилися слабшими за прогнози, свідчаючи про уповільнення темпів залучення коштів.

У поданому уривку зустрічаємо типову реалію для американського фінансового контексту — *Blackstone Group*. Це одна з найбільших інвестиційних компаній у світі, заснована у 1985 році, яка спеціалізується на приватному капіталі, нерухомості, кредитах і хедж-фондах. Назва компанії несе важливе смислове навантаження, оскільки є впізнаваним брендом у глобальному фінансовому середовищі. Назви компаній у подібних випадках, як правило, транскодуються, оскільки вони не мають еквівалентів в українській мові. Однак важливо забезпечити розуміння читачем контексту, додаючи пояснення або уточнення. *Blackstone Group* є міжнародним брендом, і для української аудиторії важливо передати його звучання, а не буквально написання. У цьому випадку транскрипція є оптимальним методом для передачі назви компанії. У текстах, де аудиторія може не знати про компанію, додається короткий опис, наприклад:

одна з найбільших у світі інвестиційних компаній. Але вважається, що газету "Financial Times" читають експерти в своїй діяльності, тому вони мають бути ознайомлені з цією компанією.

14) *Financial Times operates from Bracken House, London* [119, с. 4].

Браккен-Хаус — це відома будівля в Лондоні, названа на честь колишнього редактора "Financial Times", де зараз розташована редакція цієї газети.

Bracken House – це назва будівлі в Лондоні, яка виконує функцію штаб-квартири газети "Financial Times". Будівля є важливою культурною та історичною реалією Великої Британії. Назва походить від імені сера Брендана Браккена, колишнього редактора "Financial Times", на честь якого її було названо. Для передачі цієї реалії в українському перекладі доцільно використовувати транскрибування – *Браккен-Хаус*. Оскільки будівля має історичне значення, доцільно додати коротке пояснення, яке розкриває її важливість для аудиторії, не обізнаної з контекстом. Цей переклад поєднує транскрибування власної назви та адаптоване пояснення, яке розкриває значення реалії, зберігаючи її культурний контекст і історичну цінність.

15) *The prime minister addressed the nation from 10 Downing Street* [120, с. 4].

Прем'єр-міністр виступив із зверненням до нації з офіційної резиденції на Даунінг-стріт, 10.

У поданому прикладі зустрічаємо типово британську реалію – *10 Downing Street*, яка є не лише адресою, але й символом урядової влади Великої Британії. Ця назва позначає офіційну резиденцію прем'єр-міністра країни, що одночасно є робочим кабінетом глави уряду. У британській політичній культурі *Даунінг-стріт* часто використовується як синонім самого уряду, подібно до того, як Білий дім позначає адміністрацію президента США. Назва *10 Downing Street* не має точного українського еквівалента, оскільки прив'язана до географічного і політичного контексту Великої Британії. Перекладач має враховувати, що читачеві може бути незнайомим значення цієї адреси, тому в деяких випадках необхідно додати пояснення. Для перекладу цієї реалії використовуємо

транскодування (транслітерацію) з адаптацією до української мови, зберігаючи оригінальну форму адреси. Додатково може бути введено пояснення, яке розкриває значення цієї назви для читача.

16) *The shift away from the Libor rate has impacted global lending markets* [118, с. 19].

Відхід від міжбанківської ставки пропозиції в Лондоні "Libor" (London Interbank Offered Rate), яка була об'єктом звинувачень у недобросовісних маніпуляціях, суттєво вплинув на глобальні ринки кредитування.

У поданому прикладі зустрічаємо специфічну фінансову реалію, а саме *the Libor rate*. Цей термін позначає *London Interbank Offered Rate*, або міжбанківську ставку пропозиції в Лондоні, яка довгий час слугувала базовою ставкою для визначення відсоткових ставок за кредитами у всьому світі. Вона була важливим інструментом у фінансовій системі до 2021 року, коли через скандали та звинувачення у маніпуляціях її поступово замінили іншими референтними ставками. У цьому перекладі використано змішаний метод перекладу, а саме калькування та додаткове пояснення.

Калькування: Поняття *міжбанківська ставка пропозиції в Лондоні* є дослівним перекладом значення терміна, що дозволяє передати суть реалії для українського читача.

Додаткове пояснення: Уточнення *London Interbank Offered Rate* додає конкретики, щоб український читач міг співвіднести англійський термін із його розшифруванням. Крім того, додано інформацію про звинувачення у маніпуляціях, що дає важливий контекст для розуміння та допомагає зрозуміти вплив цього поняття на фінансові ринки.

17) *Netflix password crackdown appears to be paying off* [114, с. 7].

Політика Netflix щодо обмеження доступу до облікового запису почала приносити результати.

У поданому прикладі зустрічається реалія *Netflix password crackdown* (буквально: *припинення спільного використання паролів у Netflix*). Ця реалія відображає політику потокової платформи Netflix, спрямовану на боротьбу з

практикою спільного використання облікових записів між користувачами, які не проживають разом. Це явище характерне для сучасної цифрової культури, тому має специфічне значення в контексті розвитку стрімінгових платформ. Термін *a password crackdown* можна сприйняти як культурно обумовлене явище, яке має обмежений еквівалент у мові перекладу. Крім того, назва "Netflix" як бренд також є ключовою частиною цієї реалії. Використання слова *crackdown* додає негативного відтінку, вказуючи на жорсткі заходи. Для перекладу цієї реалії доцільно застосувати гіперонімічну заміну з додаванням пояснення. Такий переклад дозволяє уникнути прямого калькування, яке могло б сприйматися неприродно в українському тексті. Використання слова *обмеження* знімає емоційне забарвлення *crackdown*, яке не є типовим для української стилістики, але зберігає сутність реалії. Назва бренду "Netflix" не змінюється, оскільки є впізнаваною та транснаціональною. *Password crackdown* передано більш нейтральним виразом *обмеження доступу до облікового запису*, що краще відповідає українському стилю. Додано пояснення, яке уточнює, що мова йде саме про політику компанії.

18) *There are fears of a new Lehman moment in the banking sector* [115, с. 13].

Існують побоювання щодо повторення "моменту Леман" у банківському секторі (термін відсилає до краху інвестиційного банку Lehman Brothers у 2008 році, який став символом початку глобальної фінансової кризи).

У цьому прикладі зустрічаємо реалію *a Lehman moment*, яка є специфічним терміном, що відсилає до краху інвестиційного банку "Lehman Brothers" у 2008 році. Ця подія стала символом початку глобальної фінансової кризи. Термін використовується у фінансовому світі для опису потенційного колапсу в банківській чи фінансовій сфері, що може спричинити ланцюгову реакцію негативних наслідків. Реалія є культурно-історичною і тісно пов'язана з міжнародною фінансовою термінологією. При перекладі необхідно зберегти змістову й емоційну прив'язку до події 2008 року, адже ця реалія викликає специфічні асоціації у фінансовій спільноті. Термін *Lehman moment* відсилає до

того, що може повторитися ситуація подібної катастрофічної значущості. Слово *moment* підкреслює, що йдеться про певний *спусковий механізм (trigger)*, а не про тривалий процес. У фінансовій сфері часто використовуються терміни зі словом *moment* для опису подій, які мають переломний характер. Наприклад: *a Minsky moment* — ситуація, коли боргове навантаження досягає критичної точки, спричиняючи фінансовий крах. Для цієї реалії доцільно застосувати транслітерацію з експлікацією. Збереження оригінальної назви *Lehman moment* дозволяє уникнути втрати значущості, а пояснення розкриває історичний контекст для читача.

19) *The Big Four accounting firms face increased scrutiny from regulators* [115, с. 12].

Велика четвірка аудиторських компаній, до якої входять Deloitte, PwC, Ernst & Young (EY) та KPMG, стикається зі зростаючою увагою з боку регуляторів.

У поданому реченні зустрічаємо реалію *the Big Four*, що в перекладі буквально означає *Велика четвірка*. Цей термін є сталим виразом, який позначає чотири найбільші міжнародні аудиторські компанії: "Deloitte", "PricewaterhouseCoopers" (PwC), "Ernst & Young" (EY) та "KPMG". Термін широко використовується у фінансовій і бізнесовій сферах, де його розуміють без додаткових пояснень. Калькування (*Велика четвірка*) передає структуру терміну, але для цільової аудиторії, не обізнаної з фінансовими реаліями, це може бути недостатньо зрозумілим. *The Big Four* – це не лише термін для позначення чотирьох компаній, а й маркер їхнього глобального домінування у сфері аудиту, консультаційних і фінансових послуг. Для цієї реалії доцільно використовувати калькування з додатковим поясненням. Калька дозволяє зберегти структурну відповідність, а пояснення надає контекстуальну ясність.

20) *Eton College remains a hallmark of elite education in Britain* [117, с. 3].

Ітонський коледж – символ елітної освіти у Великій Британії, який з 1440 року готує представників політичної та культурної еліти країни.

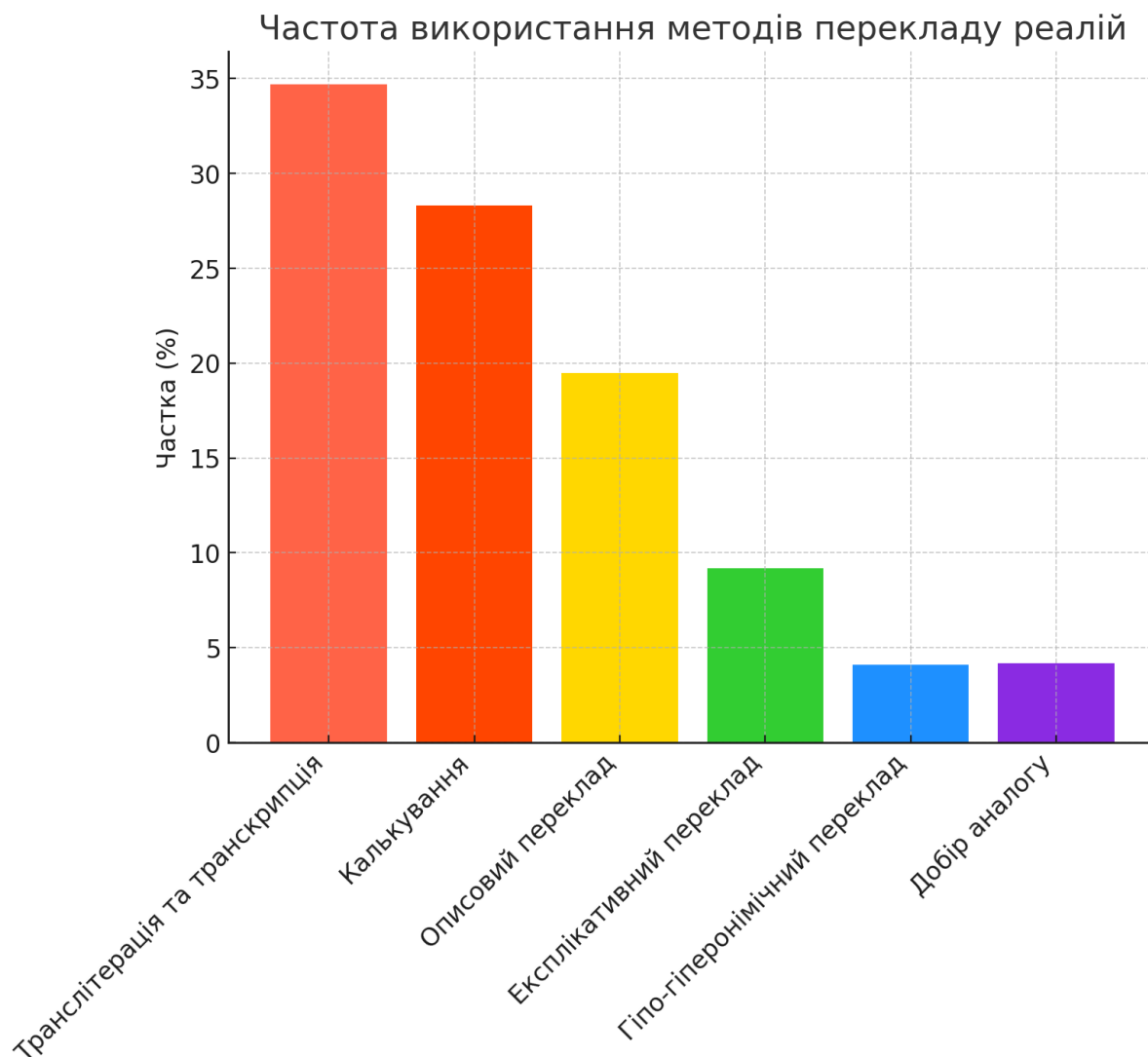
Eton College – це історична освітня реалія Великої Британії, яка позначає одну з найвідоміших і найпрестижніших приватних шкіл у країні. Заснований у 1440 році королем Генріхом VI, цей навчальний заклад став символом британської елітної освіти. У перекладі необхідно зберегти специфіку та унікальність цієї реалії, оскільки вона нерозривно пов'язана з британською культурою та історією. У поданому прикладі зустрічаємо типово британську реалію, яка для недосвідченого перекладача може викликати складнощі через свою унікальність та культурну специфіку. Зокрема, варто враховувати, що *Eton College* – це не просто навчальний заклад, а символ британської аристократії та майбутніх лідерів країни, адже серед його випускників чимало прем'єр-міністрів, членів королівської родини та видатних громадських діячів. Для передачі цієї реалії найбільш доречним є транскодування (транслітерація), яке дозволяє зберегти оригінальну назву, адаптувавши її до правил української мови: *Ітонський коледж*. Додатково можна застосувати експлікативний переклад (описовий метод), щоб розкрити значення реалії для аудиторії, яка може бути незнайомою з культурним контекстом.

21) *The FTSE 100 index dropped following the announcement* [117, с. 8].

Індекс Футсі 100 впав після оголошення нових економічних даних. Цей біржовий показник відображає стан акцій ста найбільших компаній, зареєстрованих на Лондонській фондовій біржі.

FTSE 100 (укр. *Футсі 100*) – це економічна реалія, яка позначає один із найважливіших біржових індексів Великої Британії. Назва індексу є аббревіатурою від *Financial Times Stock Exchange* і використовується для позначення показника акцій ста найбільших компаній, зареєстрованих на Лондонській фондовій біржі (LSE). У поданому прикладі зустрічаємо типово британську економічну реалію *FTSE 100*, яка для недосвідченого перекладача може стати викликом. Необхідно знати, що цей індекс є ключовим барометром стану британського ринку акцій і виконує подібну функцію до американського "Dow Jones" чи німецького "DAX". Назва *FTSE* є загальновизнаною аббревіатурою, що вимагає збереження оригінального вигляду, оскільки її повна

форма використовується рідко. *100* у назві вказує на кількість компаній, які входять до цього індексу, тому його слід залишити без змін. Для української аудиторії, яка може бути недостатньо знайома з цим індексом, доречним буде додавання пояснення. Для передачі реалії використовується транскодування (транскрипція назви) з дескриптивним поясненням.



Таблиця 2.1. Частота використання методів перекладу реалій (на матеріалі статей економічної газети "Financial Times").

У ході аналізу способів перекладу реалій було встановлено, що найбільш часто використовуваним методом є транслітерація та транскрипція, частка якого становить 34,7%. Цей спосіб застосовується для передачі назв установ, брендів, а також специфічних культурних реалій, що не мають усталених еквівалентів у мові перекладу, наприклад, *Bracken House* як *Браккен-Хаус*. На другому місці за

популярністю знаходиться калькування (28,3%), ефективно для передачі багатокomпонентних термінів, як-от *net-zero* – *чистий нульовий викид*. Описовий переклад, який використовується у 19,5% випадків, стає необхідним, коли інші методи не забезпечують зрозумілості тексту, наприклад, *quantitative easing* перекладається як *збільшення грошової маси через викуп цінних паперів*. Експлікативний переклад (9,2%) виконує допоміжну функцію, додаючи уточнення до реалій, як-от *Libor rate*. Гіпо-гіперонімічний переклад (4,1%) застосовується для адаптації реалій до культурного контексту реципієнта, тоді як добір аналогу (4,2%) використовується рідше і передбачає пошук функціонально еквівалентних понять у цільовій культурі.

2.3.2. Переклад неологізмів в економічних публіцистичних статтях.

Неологізми є однією з найхарактерніших рис сучасного економічного дискурсу, зокрема текстів, опублікованих у "Financial Times". Вони виникають у відповідь на стрімкий розвиток економіки, технологій і глобалізаційних процесів. До них належать нові терміни, які описують сучасні явища, поняття або інструменти, наприклад, *cryptocurrency*, *fintech*, *green bonds*. Неологізми часто є викликом для перекладача, оскільки вимагають не лише збереження змісту, але й адаптації до цільової аудиторії.

Як зазначалося раніше, найефективнішими способами перекладу неологізмів, на думку Т.В. Бігуна, є пряме запозичення, калькування, транскрипція та транслітерація, контекстуальна адаптація та описовий переклад. Ці підходи дозволяють передати як форму, так і функцію неологізмів у текстах, забезпечуючи їхню зрозумілість для української аудиторії [Бігун, 2022].

Варто зазначити, що у текстах газети "Financial Times" неологізми зустрічаються надзвичайно часто, оскільки це видання прагне відображати актуальні економічні тренди.

1) *The net-zero crunch facing Britain's farmers* [120, с. 13].

Труднощі, пов'язані із досягненням нульової емісії, постали перед британськими фермерами.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *a net-zero*, який є неологізмом і використовується для опису політики досягнення нульового рівня викидів вуглекислого газу. Ця концепція базується на балансі між кількістю викидів і процесами їх абсорбції, наприклад, шляхом посадки лісів або використання технологій для уловлювання вуглецю. Термін *a net-zero* став ключовим у сфері екології та стійкого розвитку, оскільки описує стратегії, які допомагають країнам і організаціям боротися зі зміною клімату. Його популярність зумовлена міжнародними зобов'язаннями щодо зменшення викидів парникових газів. Термін є двокомпонентним словосполученням: *net* – у значенні *чистий*, тобто залишковий після врахування компенсацій; *zero* – *нуль*, що вказує на прагнення досягти балансу, коли викиди дорівнюють їх компенсації. Для цього терміна доцільно застосувати калькування, створивши дослівний переклад *чистий нуль*. Альтернативний метод – пряме запозичення (*нет-зеро*) – менш доцільний, адже не адаптує термін до української мовної системи, яка вже має усталені поняття для подібних концепцій. Використання контекстуальної адаптації *нульова емісія* є найбільш зрозумілим для української аудиторії, адже таке формулювання підкреслює екологічну мету терміна. Прямий опис терміна (*баланс між викидами та абсорбцією вуглецю*) може бути доцільним у роз'яснювальних текстах, але не у формальних чи наукових перекладах.

2) *Bitcoin and Ethereum remain the leading cryptocurrencies* [118, с. 4].

Біткоїн та Ефіріум залишаються провідними криптовалютами.

Термін *cryptocurrency* є неологізмом, що позначає цифрові валюти, які функціонують на основі блокчейн-технології. Ці валюти децентралізовані, тобто не контролюються центральними банками чи іншими фінансовими установами. Лексема *cryptocurrency* складається з двох частин: *crypto-* – вказує на використання криптографії для забезпечення безпеки; *currency* – валюта. Для цього терміна доцільно застосувати транслітерацію як *криптовалюта*. Альтернативний метод – описовий переклад (*цифрова валюта на основі блокчейну*) — менш ефективний через довжину формулювання та втрату точності.

- 3) *The rise of fintech has disrupted traditional banking models* [113, с. 20].
Зростання фінтеху порушило традиційні банківські моделі.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *fintech*, який є скороченням від *financial technology* і позначає інноваційні технології у фінансовій сфері. Для цього терміна доцільно застосувати калькування із скороченням як *фінтех*. Калькування забезпечує точність перекладу та зберігає стислу форму. Альтернативний метод – контекстуальна адаптація (*інновації у фінансах*) – не передає термінологічної специфіки. Використання *фінтех* є доцільним, оскільки цей термін уже закріпився в українській професійній лексиці. Пряме запозичення (*фінтек*) може сприйматися як чужорідне й непотрібне в умовах наявності адаптованого варіанту.

- 4) *Critics accused the company of greenwashing in its latest sustainability report* [120, с. 9].

Критики звинуватили компанію у замилуванні очей показовою екологічністю у її останньому звіті про екологічну та соціальну відповідальність.

Термін *greenwashing* описує практику введення в оману щодо екологічної відповідальності компанії. Зазвичай це стосується маркетингових стратегій, які створюють ілюзію екологічності, тоді як реальні дії компанії суперечать таким твердженням. Лексема *greenwashing* складається з: *green* – зелений, що асоціюється з екологічністю; *washing* – метафора, що вказує на очищення або приховування правди. Для цього терміна доцільно застосувати контекстуальну адаптацію *замилування очей показовою екологічністю*, яка зберігає метафоричність. Альтернативний метод – пряме запозичення (*грінвошинг*) може бути менш зрозумілим для широкої аудиторії. Описовий переклад (*оманливе екологічне позиціювання*) є надто формальним і не зберігає метафоричне значення.

- 5) *Tech companies are investing billions into building the metaverse* [112, с. 3].

Технологічні компанії інвестують мільярди у створення метасвіту.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *the metaverse*, який є неологізмом і використовується для опису віртуального світу, що інтегрує реальність із цифровими технологіями. Цей термін охоплює концепцію тривимірного віртуального простору, де користувачі можуть взаємодіяти між собою та з цифровим середовищем за допомогою аватарів. Термін *metaverse* походить від грецького префікса *meta-* (поза, за межами) і слова *universe* (всесвіт), що символізує новий, ширший вимір реальності. Він активно використовується в технічних, інноваційних та бізнесових дискурсах. Для перекладу цього терміна доцільно застосувати калькування *метасвіт*.

6) *Investors are focusing on deleveraging their portfolios in response to rising interest rates* [120, с. 16].

Інвестори зосереджуються на делевериджингу своїх портфелів у відповідь на зростання відсоткових ставок.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *deleveraging*, який позначає процес зниження рівня боргового навантаження, що може здійснюватися як компаніями, так і індивідуальними інвесторами. Термін часто використовується в економіці та фінансах для опису ситуацій, коли боржники намагаються зменшити свою заборгованість шляхом продажу активів, рефінансування або обмеження нових запозичень. Для цього терміна доцільно застосувати транскрибування як *делеве́риджинг*. Пряме запозичення дозволяє зберегти автентичність і відповідність міжнародній фінансовій термінології. Альтернатива – описовий переклад (*зниження боргового навантаження*) – краще підходить для пояснювальних текстів, але не для термінологічного перекладу.

7) *The fintech start-up achieved unicorn status after a \$1bn valuation* [116, с. 9].

Фінтех-стартап досяг небувалого успіху, зрівняного з єдинорогом на подвір'ї у наші дні, після того, як його оцінка перевищила \$1 мільярд.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *unicorn status*, який використовується у фінансовій та стартап-культурі для позначення приватних компаній, ринкова вартість яких перевищує 1 мільярд доларів США. Цей термін підкреслює рідкість

таких компаній, адже вони, як і міфічний єдиноріг, є винятковим явищем. Контекстуальна заміна – *небувалою успіху, зрівняного з єдинорогом на подвір'ї у наші дні* – зберігає метафоричність, емоційну забарвленість та унікальність метафори.

8) *Nokia announced it will slash 14,000 jobs as part of its downsizing strategy* [117, с. 6].

Компанія Nokia оголосила про скорочення 14 000 робочих місць у межах стратегії даунсайзингу.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *downsizing*, який використовується для опису процесу скорочення масштабів компанії, включаючи зменшення чисельності працівників, витрат або розмірів виробництва. Така стратегія зазвичай застосовується в умовах економічної кризи або для оптимізації витрат. Для цього терміна доцільно застосувати транскрибування як *даунсайзинг*. Пряме запозичення зберігає автентичність терміна й відповідає усталеній практиці в бізнес-дискурсі. Альтернативний варіант – описовий переклад (*скорочення масштабів діяльності*) – підходить для пояснювальних текстів, але втрачає термінологічну чіткість.

9) *Economists are analyzing the decoupling of the US and Chinese economies* [117, с. 1].

Економісти аналізують роз'єднання економік США та Китаю.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *the decoupling*, який позначає процес розриву економічних або політичних зв'язків між країнами. Термін набув популярності у зв'язку з сучасними міжнародними відносинами, особливо між США та Китаєм, і використовується для опису відокремлення економік, інфраструктури чи технологій, які раніше були взаємопов'язані. Термін складається з двох частин: *de-* – префікс, що вказує на відокремлення або зворотний процес; *coupling* – зв'язок або з'єднання. Для цього терміна доцільно застосувати калькування як *роз'єднання* або *відокремлення*. Альтернативний варіант – описовий переклад (*процес економічного чи політичного*

відокремлення) – менш стислий, але може бути доречним у роз'яснювальних текстах.

10) *Geoeconomics plays a significant role in shaping global trade policies* [117, с. 7].

Геоeкономіка відіграє значну роль у формуванні глобальної торговельної політики.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *geoeconomics*, що описує вплив геополітичних факторів на економічні процеси. Термін використовується для пояснення стратегічного використання економіки як інструменту впливу у міжнародних відносинах. Лексема *geoeconomics* є складною і складається з: *geo-* – географія, що вказує на глобальний масштаб; *economics* – економіка, яка визначає основну сферу застосування терміна. Доцільно застосувати калькування: *геоекономіка*. Альтернативний метод – описовий переклад (*економіка, що залежить від геополітичних факторів*) – менш зручний у науковій термінології.

11) *The market for carbon credits is expanding as companies strive to offset their emissions* [120, с. 12].

Ринок вуглецевих кредитів розширюється, оскільки компанії прагнуть компенсувати свої викиди.

У цьому прикладі термін *carbon credits* описує механізм компенсації викидів вуглецю шляхом купівлі сертифікатів, що дозволяють певний обсяг викидів або підтверджують їхню компенсацію. Цей підхід використовується для регулювання викидів і сприяє переходу до екологічно сталого виробництва. Калькування зберігає точність і зв'язок із міжнародною термінологією.

12) *The rise of digital nomads has changed the way companies think about remote work* [114, с. 2].

Зростання кількості цифрових кочівників змінило підхід компаній до дистанційної роботи.

Термін *a digital nomad*, що позначає людей, які працюють дистанційно, подорожуючи світом. Термін виник у контексті цифрових технологій, що

дозволяють працювати з будь-якої точки світу. Лексема *digital* – *цифровий*, що вказує на використання технологій, а лексема *nomad* – *кочівник*, що відображає спосіб життя цих людей. Доцільно застосувати калькування як *цифровий кочівник* та зберегти оригінальну ідею.

13) *The project was funded through crowdsourcing platforms like Kickstarter* [122, с. 12].

Проект було профінансовано через краудсорсингові платформи, такі як "Kickstarter".

У цьому прикладі зустрічаємо термін *crowdsourcing*, який позначає процес залучення ресурсів, ідей або послуг від широкої спільноти людей через інтернет. Термін походить від злиття слів *crowd* (*натовп*) і *outsourcing* (*аутсорсинг*), що підкреслює використання масових зусиль для вирішення завдань, які зазвичай виконуються вузькими групами фахівців. *Crowdsourcing* є ключовим поняттям у сучасній економіці, оскільки дозволяє знизити витрати, залучити різноманітність ідей і швидко досягти результатів завдяки широкій участі. Його популярність зумовлена розвитком інтернет-платформ, таких як "Kickstarter" або "GoFundMe". Для перекладу доцільно використовувати транскрипцію. Збереження назви *краудсорсинг* забезпечує впізнаваність, а наявне пояснення дозволяє розкрити значення терміна для аудиторії.

14) *Companies are focusing on reshoring production to reduce supply chain risks* [119, с. 7].

Компанії зосереджуються на поверненні виробництва на внутрішній ринок, щоб зменшити ризики в ланцюгах постачання.

Термін *reshoring* є неологізмом, що описує процес повернення виробничих потужностей на внутрішній ринок після їх попереднього переміщення за кордон (офшорингу). У сучасному бізнесі *reshoring* набув популярності через економічні, політичні та екологічні чинники, такі як зменшення ризиків у глобальних ланцюгах постачання. Доцільно застосувати калькування, оскільки дослівний переклад *репатріація виробництва* або *повернення виробництва*

точно передає зміст терміна. Альтернативне пряме запозичення (*решоринг*) може бути менш зрозумілим для української аудиторії.

15) *The datafication of industries has led to improved decision-making processes* [114, с. 13].

Датифікація індустрій привела до покращення процесів ухвалення рішень.

Термін *the datafication* означає процес трансформації різних сфер життя у формат даних, що піддаються аналізу. У бізнесі це передбачає використання великих обсягів інформації для оптимізації роботи та ухвалення ефективних рішень. Поява цього терміна пов'язана з розвитком цифрових технологій і концепції великих даних (*big data*). Для перекладу цього терміна найкраще підходить калькування як *датифікація*. Такий підхід дозволяє зберегти термінологічну точність і водночас інтегрувати слово у мовну систему. Інший варіант — описовий переклад, наприклад, *перетворення інформації в дані для аналізу*, — підходить для роз'яснювальних текстів, але не відповідає термінологічним вимогам.

16) *Rising levels of eco-anxiety are driving changes in consumer behavior* [112, с. 9].

Зростання рівня еко-тривоги впливає на зміну поведінки споживачів.

Термін *eco-anxiety* описує тривожність або страх, викликані екологічними проблемами, такими як зміна клімату чи природні катастрофи. Це нове явище у психології, яке відображає занепокоєння людей щодо стану навколишнього середовища та майбутнього планети. Для перекладу найкращим є калькування: *еко-тривога*. Цей варіант забезпечує точність і зручність використання в українській мові. Описовий переклад, наприклад, *тривога спричинена новинами про екологічні проблеми*, може бути застосований у контексті, де потрібні детальні роз'яснення, але не як короткий термін.

17) *Regtech solutions are helping financial institutions comply with regulations efficiently* [121, с. 2].

Рішення у сфері регтех допомагають фінансовим установам ефективно дотримуватися регуляторних норм.

У цьому прикладі зустрічається термін *Regtech*, який є неологізмом і утворений шляхом скорочення від *regulatory technology* (*регуляторні технології*). Цей термін описує інноваційні технологічні рішення для автоматизації регуляторних процесів у фінансових установах. Термін *Regtech* став популярним у сфері фінансів, оскільки відповідає зростаючим вимогам щодо ефективного дотримання регуляторних норм у сучасних складних умовах. Для цього терміна доцільно застосувати калькування із скороченням як *регтех*. Такий переклад передає зміст і зберігає компактність терміна.

18) *The gig economy is reshaping traditional employment structures* [120, с. 7].

Економіка тимчасової зайнятості змінює традиційні структури працевлаштування.

Термін *the gig economy* є неологізмом, який описує економічну модель, що базується на тимчасовій або позаштатній зайнятості, часто через цифрові платформи ("Uber", "Upwork" тощо). *Gig* – сленгове слово, що означає короткочасну роботу чи підробіток. Найдоцільніший підхід – контекстуальна адаптація, переклавши термін як *економіка тимчасової зайнятості*. Це описує концепцію, уникаючи калькування або транслітерації, які можуть бути незрозумілими.

19) *Zero Trust is becoming the standard for cybersecurity frameworks* [112, с. 16].

Модель нульової довіри стає стандартом для кібербезпекових структур.

Термін *Zero Trust* описує концепцію в кібербезпеці, яка передбачає перевірку кожного доступу незалежно від рівня довіри, тим самим мінімізуючи ризики. Для цього терміна доцільно застосувати калькування для збереження ідеї *нульова довіра* та додавання *модель* для уточнення, що є контекстуальною адаптацією.

20) *The growth of shadow banking poses new challenges for financial regulators* [113, с. 6].

Зростання тіньової банківської діяльності створює нові виклики для фінансових регуляторів.

Термін *shadow banking* описує фінансові установи, які виконують банківські функції без офіційного регулювання, наприклад, інвестиційні фонди чи кредитні спілки. Доцільно використовувати описовий переклад *тіньова банківська діяльність*.

21) *The techlash against big technology companies is intensifying* [121, с. 12].
Техноудар для великих технологічних компаній посилюється.

Термін *the techlash* описує реакцію суспільства або урядів проти домінування великих технологічних компаній через їхній вплив на економіку, суспільство чи приватність. Лінгвістичний аналіз: *Lash* – удар чи відсіч, що символізує негативну реакцію. Доцільно застосувати калькування як *техноудар* або *технологічна відсіч*. Ці варіанти зберігають метафоричність і суть терміна.

22) *The Hyperloop project aims to revolutionize high-speed transportation* [115, с. 7].

Проект Гіперлуп має на меті революціонізувати швидкісний транспорт.

У цьому прикладі використано термін *the Hyperloop*, який позначає інноваційний вид транспорту, що базується на використанні вакуумних труб для перевезення пасажирів і вантажів на високій швидкості. Концепція *Hyperloop* пропонує радикальну зміну у сфері транспорту, оскільки дозволяє досягти швидкостей, які перевищують можливості традиційних потягів чи літаків, завдяки мінімізації тертя та аеродинамічного опору. Термін є технологічним неологізмом, що не має прямого аналогу в українській мові. Для перекладу можна застосувати калькування та транслітерацію – *Гіперлуп*. Такий підхід дозволяє зберегти автентичність і розпізнаваність терміна. Описовий переклад, наприклад, як *вакуумний транспорт*, є доцільним у контекстах, де потрібно роз'яснити суть технології, але не передає брендового значення.

23) *Edtech startups are transforming traditional education systems* [113, с. 5].

Стартапи в галузі едтех трансформують традиційні освітні системи.

Термін *Edtech* є скороченням від *education technology* і використовується для позначення технологій, спрямованих на покращення освітніх процесів. Зокрема, йдеться про використання цифрових платформ, онлайн-курсів, штучного інтелекту й інших інновацій у навчанні. Цей термін став поширеним у зв'язку зі зростанням значення технологій у сфері освіти, особливо після пандемії. Для перекладу доречно використати транслітерацію – *едтех*. Цей варіант є стислим і вже активно використовується в українській термінології. Альтернативний описовий варіант – *освітні технології* – менш компактний, але корисний у популяризаційних текстах.

24) *Stakeholder capitalism emphasizes the importance of balancing the interests of all stakeholders* [121, с. 20].

Капіталізм зацікавлених сторін підкреслює важливість балансу інтересів усіх сторін.

У цьому прикладі згадується концепція *stakeholder capitalism*, що відрізняється від традиційного *капіталізму акціонерів*. Вона фокусується на задоволенні потреб усіх зацікавлених сторін: працівників, споживачів, громад і довкілля, а не лише акціонерів компанії. Такий підхід стає все популярнішим у сучасному бізнесі через зростання уваги до соціальної відповідальності. Термін *stakeholder capitalism* можна перекласти як *капіталізм зацікавлених сторін*. Альтернативний описовий переклад – *капіталізм, орієнтований на всі зацікавлені сторони* є роз'яснювальним, але громіздким.

25) *Cloud computing enables businesses to scale their operations efficiently* [116, с. 1].

Хмарні обчислення дозволяють бізнесу ефективно масштабувати свої операції.

У цьому прикладі термін *cloud computing* позначає технологію, що дозволяє зберігати й обробляти дані через інтернет, а не на локальних пристроях. *Хмарні обчислення* дають змогу компаніям зменшувати витрати на фізичне обладнання та масштабувати свої операції залежно від потреб. Для перекладу терміна використовується калькування — *хмарні обчислення*. Цей варіант є

усталеним у технічній і професійній українській термінології. Також, існує стала практика використання скорочення цього терміну — *хмара*.

26) *Blockchain technology underpins cryptocurrencies like Bitcoin* [116, с. 6].

Технологія блокчейн лежить в основі криптовалют, таких як Біткоїн.

У цьому прикладі зустрічається термін *Blockchain*, який позначає децентралізовану технологію для запису транзакцій у цифровому реєстрі. Ця технологія забезпечує безпеку, прозорість і незмінність даних, що зберігаються у вигляді ланцюга блоків. Її популярність зросла завдяки використанню в криптовалютах, таких як "Bitcoin", але сьогодні блокчейн знаходить застосування і в інших сферах – фінансах, логістиці, охороні здоров'я. Для цього терміна доцільно використовувати транскрибування – *Блокчейн*. Воно вже широко вживане в українській мові і зберігає зв'язок із міжнародною термінологією.

27) *The shift to a circular economy is critical for sustainable development* [116, с. 13].

Перехід до циркулярної економіки є ключовим для сталого розвитку.

Термін *a circular economy* відображає сучасну економічну модель, яка фокусується на мінімізації відходів через повторне використання ресурсів. Модель протиставляється традиційній лінійній економіці ("виготовлення — використання — утилізація") і спрямована на збереження екологічного балансу. Словосполучення *Circular economy* дослівно перекладається як *кругова економіка*. Утім, його більш зрозумілим варіантом для української аудиторії є *циркулярна економіка* або *замкнута економіка*. Доцільно використовувати калькування — *циркулярна економіка*. Цей термін забезпечує точність і доступність розуміння. Альтернативний варіант — описовий переклад (*економічна модель з повторним використанням ресурсів*) — може використовуватися в роз'яснювальних текстах, але не є оптимальним для професійного вжитку.

28) *Deepfake videos are raising concerns about misinformation* [117, с. 8].

Відео, створені за допомогою технології дінфейк, викликають занепокоєння через ризики дезінформації.

Термін *Deepfake* позначає технологію, що використовує штучний інтелект для створення реалістичних, але фальшивих зображень чи відео. Ця технологія отримала популярність завдяки своїм можливостям у створенні візуального контенту, який важко відрізнити від справжнього. Водночас *deepfake* породжує занепокоєння через можливість дезінформації, маніпуляцій і підриву довіри. Слово *Deepfake* утворене від *deep learning* (глибоке навчання, технологія штучного інтелекту) та *fake* (підробка). Для цього терміна найбільш доцільним є транскрибування — *Дінфейк*. Вона зберігає зв'язок із міжнародною термінологією та передає технічну специфіку терміна. Описовий переклад (реалістичні фальшиві відео, створені за допомогою ШІ) доцільний лише в роз'яснювальних текстах.

29) *Dark stores are redefining the retail industry by focusing on online order fulfillment* [117, с. 14].

Дарк-стори змінюють ритейл, зосереджуючись на виконанні онлайн-замовлень.

Термін *a dark store* описує складські приміщення, які використовуються для виконання онлайн-замовлень. На відміну від традиційних магазинів, *dark store* не обслуговують фізичних клієнтів, а працюють виключно в онлайн-режимі, що є важливою частиною сучасної логістики та ритейлу. Слово *dark* у цьому терміні підкреслює відсутність відвідувачів, а *store* означає функцію зберігання й обробки замовлень. Найбільш доцільним є транскрибування — *дарк-стор*. Термін уже використовується в українській мові в цьому форматі.

30) *The company's moonshot projects aim to solve humanity's biggest challenges* [119, с. 7].

Амбітні проекти компанії спрямовані на вирішення найбільших викликів людства.

Термін *a moonshot* означає надзвичайно амбітні проекти, що спрямовані на вирішення масштабних проблем людства. Слово походить від історичної місії

США з відправлення людини на Місяць у 1960-х роках. Сьогодні воно використовується для опису ідей або ініціатив, що здаються ризикованими, але мають потенціал для грандіозного успіху. У бізнесі й технологіях цей термін застосовується для проєктів, що потребують значних інвестицій і технологічних проривів. Оптимальний підхід — контекстуальна адаптація: *амбітний проєкт*, що зберігає зміст.

31) *Agtech innovations are helping farmers increase productivity while reducing environmental impact* [116, с. 17].

Інновації у сфері агротехнологій допомагають фермерам підвищувати продуктивність і скорочувати екологічний вплив.

Термін *agtech* є скороченням від *agricultural technology* (сільськогосподарські технології) і описує інноваційні рішення для підвищення ефективності сільського господарства. Це може стосуватися використання дронів, сенсорів, програмного забезпечення чи технологій для скорочення впливу на довкілля. Найкращим підходом є калька *агротехнології*, що вже широко вживається в українській термінології.

32) *Employees are reporting increased levels of Zoom fatigue after prolonged virtual meetings* [119, с. 1].

Працівники повідомляють про зростання рівня втоми від відеоконференцій після тривалих онлайн-зустрічей.

Термін *a Zoom fatigue* описує явище втоми, викликане частими відеоконференціями. Це поняття стало популярним у час пандемії COVID-19, коли онлайн-зустрічі стали нормою для багатьох працівників. Термін *Zoom* стосується конкретної платформи, але часто використовується узагальнено для всіх відеоконференцій. Для передачі змісту найкраще використовувати контекстуальну адаптацію: *втома від відеоконференцій*. Калькування (зум-втома) може бути менш природним, особливо в офіційних текстах.

33) *Biohacking practices are gaining popularity among health-conscious individuals* [115, с. 1].

Біохакинг практики стають дедалі популярнішими серед людей, які дбають про здоров'я.

У цьому прикладі зустрічаємо термін *biohacking*, який використовується для опису практик, спрямованих на оптимізацію фізичного й ментального здоров'я. Це може включати як застосування технологій (наприклад, носимих пристроїв для моніторингу фізіологічних показників), так і зміну способу життя (харчування, режим сну, фізичні вправи). Цей термін походить від англійських слів *bio* (життя, біологія) та *hacking* (злам, оптимізація). Таким чином, *biohacking* буквально означає злам біології з метою досягнення кращих результатів у житті. Найкращим методом перекладу є транслітерація: *біохакинг*. Альтернативою може бути описовий переклад: *оптимізація здоров'я через біотехнології*. Проте він менш зручний для використання в текстах через свою громіздкість.

34) *Social media campaigns often rely on clicktivism to spread awareness* [119, с. 18].

Соціальні медіа-кампанії часто покладаються на кліктивізм для поширення інформації.

Термін *clicktivism* описує участь у соціальних, політичних чи екологічних кампаніях через дії в інтернеті, наприклад, підписання петицій, поширення інформації в соціальних мережах або кліки *лайк*. Це явище є результатом розвитку цифрових технологій, які роблять активізм доступнішим, хоча й поверхневим. Термін складається зі слів *click* (натискання, кліки) та *activism* (активізм), що підкреслює взаємозв'язок між онлайн-діями та громадськими рухами. Калькування: *кліктивізм*. Це зберігає структуру та зміст оригіналу. Описовий переклад: *активізм через кліки* — розкриває зміст терміна, але не є зручним у використанні.

35) *Smart contracts on blockchain are transforming legal agreements* [122, с. 4].

Смартконтракти на блокчейні змінюють уявлення про юридичні угоди.

Термін *a smart contract* описує програмні угоди, які автоматично виконуються при дотриманні певних умов. Вони працюють на основі блокчейн-технології, забезпечуючи прозорість і безпеку, що мінімізує ризики та необхідність участі третіх сторін, як-от нотаріусів чи банків. Найкращим варіантом є калькування: *смайтконтракт*.

36) *Micro-mobility solutions like e-scooters are becoming popular in urban areas* [119, с. 15].

Рішення у сфері мікромобільності, такі як електросамокати, стають популярними у міських районах.

У цьому прикладі використовується термін *micro-mobility*, що позначає засоби транспорту, які підходять для коротких поїздок, наприклад, електросамокати чи велосипеди. Цей термін виник як відповідь на зростаючу популярність екологічно чистих і зручних транспортних засобів у міських умовах. Концепція мікромобільності ґрунтується на прагненні зменшити транспортні затори, знизити викиди CO₂ та забезпечити комфортне пересування на невеликі відстані. Для перекладу доречно застосувати калькування, утворивши термін *мікромобільність*. Альтернативний метод — описовий переклад, наприклад, *екотранспорт для коротких відстаней* — може використовуватися в текстах, що потребують роз'яснень, але менш зручний у формальній мові.

37) *The trend of workation is blurring the lines between work and leisure* [120, с. 7].

Тренд воркейшну (робота з місць для відпочинку) стирає межі між роботою та відпочинком.

Термін *workation* є неологізмом, який об'єднує слова *work* (робота) і *vacation* (відпустка). Він описує концепцію роботи з віддалених місць, які одночасно слугують для відпочинку. Це явище стало популярним із поширенням дистанційної роботи, дозволяючи людям поєднувати робочі обов'язки із подорожами. Доцільним є транскрибування як *воркейшн*, із подальшою експлікацією для пояснення терміна. Прямий опис терміна, наприклад, *робота з*

місце для відпочинку, може використовуватися в контекстах, де необхідно детальніше пояснити поняття, але не підходить для стислого перекладу. Альтернативний варіант — калькування (*робо-відпустка*) — може втратити асоціативність із міжнародним терміном.

38) *Digital twins are being used to simulate and optimize real-world processes* [118, с. 1].

Цифрові двійники використовуються для моделювання та оптимізації реальних процесів.

Термін *a digital twin* описує віртуальну копію фізичного об'єкта, процесу чи системи, яка дозволяє моніторити, аналізувати та оптимізувати реальні процеси. Концепція виникла в інженерії та стала ключовим інструментом у таких галузях, як виробництво, медицина та міське планування. Для перекладу доцільно застосувати калькування, утворивши термін *цифровий двійник*. Альтернативний метод — описовий переклад (*віртуальна копія фізичного об'єкта*) — доцільний у текстах, що потребують роз'яснень, але менш зручний у технічних і професійних контекстах.

Класифікація методів перекладу, запропонована Т.В. Бігуном, охоплює п'ять основних підходів: пряме запозичення, калькування, транслітерацію та транскрибування, контекстуальну адаптацію та описовий переклад. Дослідження показало відмінності у частоті застосування цих методів під час перекладу неологізмів.

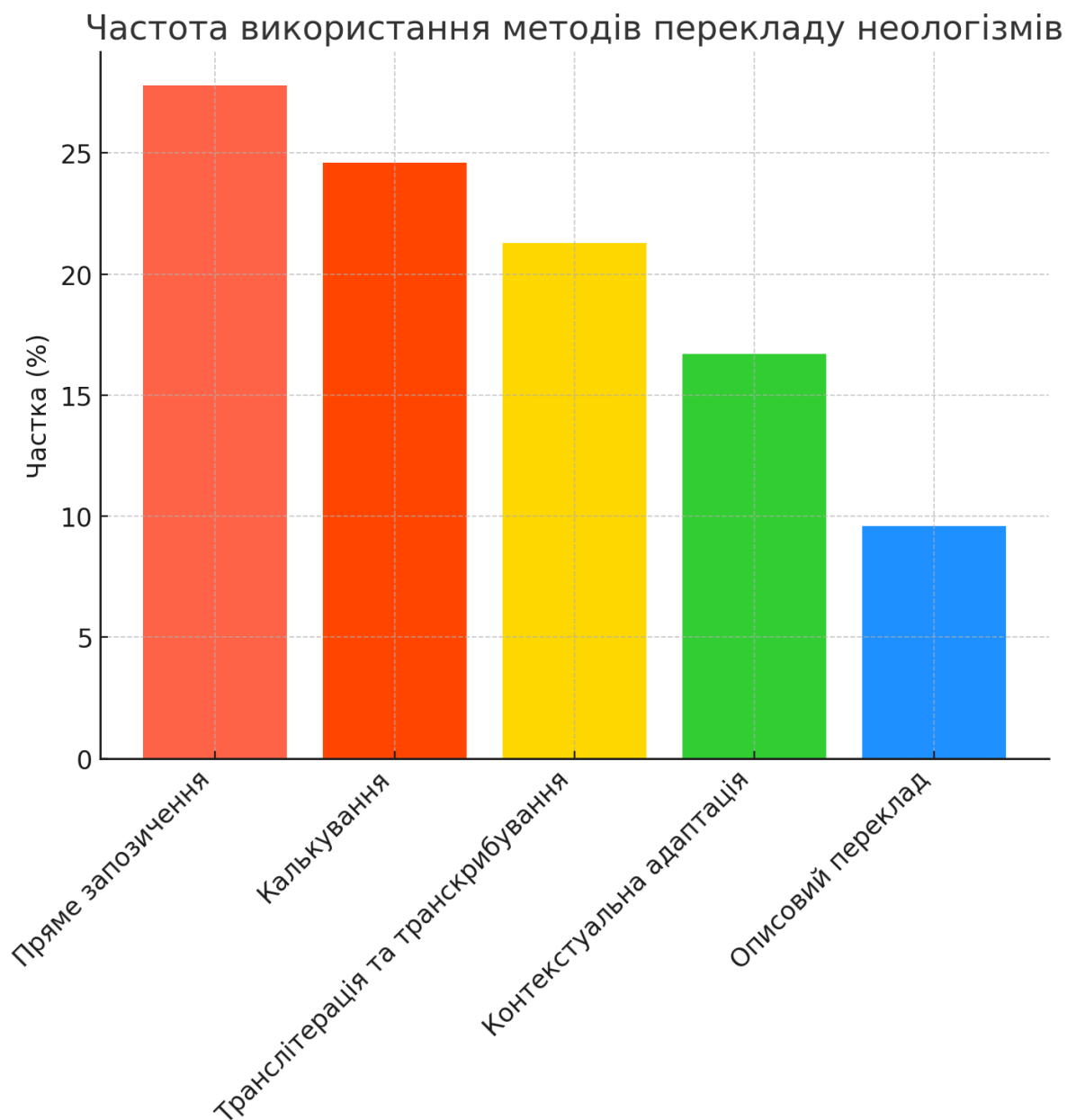
Пряме запозичення застосовується у 27,8% випадків. Цей метод дозволяє зберігати оригінальну форму терміна, зокрема для термінів *cryptocurrency* або *fintech*. Нами було встановлено, що пряме запозичення є доцільним, коли термін уже зрозумілий цільовій аудиторії та інтегрований у її лексикон.

Калькування становить 24,6% від загальної кількості методів. Цей підхід передбачає дослівний переклад морфемного складу іншомовного слова. Наприклад, термін *net-zero* перекладається як *чистий нуль*. Калькування забезпечує структурну і семантичну точність, сприяючи інтеграції термінів у професійний дискурс.

Транслітерація та транскрибування використовуються у 21,3% випадків. Цей метод виявився ефективним для передачі термінів, які не мають однозначного семантичного відповідника, наприклад, *біткоїн*. Його застосування забезпечує фонетичну або графічну точність відтворення терміна.

Контекстуальна адаптація становить 16,7%. Цей метод враховує стилістичні та культурні особливості української мови, дозволяючи адаптувати терміни до конкретного соціокультурного контексту. Його застосування акцентує увагу на значенні терміна, зокрема в економічних та юридичних текстах.

Описовий переклад є найменш поширеним методом, складаючи лише 9,6%. Він використовується для передачі термінів, зміст яких не може бути відтворений іншими методами. Наприклад, термін *eco-anxiety* перекладається як *тривога, спричинена новинами про екологічні проблеми*. Цей підхід забезпечує доступність тексту для ширшої аудиторії.



Таблиця 2.2. Частота використання методів перекладу неологізмів (на матеріалі статей економічної газети "Financial Times").

Загалом, результати показують, що найчастіше використовується метод прямого запозичення, що свідчить про тенденцію до глобалізації економічної термінології. Описовий переклад, навпаки, є найрідше застосовуваним через його вузьку спеціалізацію та потребу у розширених поясненнях.

2.3.3. Переклад метафор в економічних публіцистичних статтях.

Метафори є невід'ємною частиною економічного дискурсу, особливо у текстах аналітичних видань, таких як "Financial Times". Вони надають тексту образності, допомагають зрозуміти складні економічні явища через знайомі

порівняння та асоціації. Економічні метафори дозволяють спрощувати складні фінансові процеси, надаючи їм зрозумілого, а іноді й емоційного забарвлення.

Як зазначалося раніше, переклад метафор є одним із найскладніших аспектів роботи з економічними текстами, оскільки він потребує збереження не лише змісту, а й стилістичного та емоційного навантаження. Згідно з класифікацією М.О. Антонівської, найпоширенішими прийомами перекладу метафор є збереження оригінальної метафори, адаптація до культурного контексту, заміна на аналогічну метафору або використання описового перекладу.

1) *The jump in 10-year Treasury yields would force consumers to tighten their belts* [113, с. 5].

Стрибок доходності 10-річних казначейських облігацій змусить споживачів затягнути паски.

У цьому прикладі фраза *to tighten their belts* є ідіоматичним виразом, що передає необхідність економити в умовах фінансових труднощів. Ця метафора ґрунтується на фізичному образі затягування паска, що символізує обмеження і зменшення витрат. В українській мові цей вислів має аналогічний образний еквівалент: *затягнути паски*. Переклад не потребує адаптації до культурних особливостей, оскільки метафора зрозуміла обом реципієнтам. Такий переклад зберігає вихідну метафору, забезпечуючи точність і відповідність оригіналу.

2) *The bull market has shown resilience despite global uncertainties* [118, с. 1].

Бичачий ринок демонструє стійкість, незважаючи на глобальну нестабільність.

Фраза *the bull market* є метафорою, що описує ринок із тенденцією до зростання. У фінансовій термінології бик символізує підйом завдяки своїй манері атакувати рогами знизу вгору. В українській мові цей термін вже закріпився без змін у перекладі, як і англійський оригінал. Утім, можна застосувати підхід із заміною метафори на описовий вираз для пояснення: *ринок із тенденцією до*

зростання. Проте через поширеність англійського терміна *bull market* у професійній сфері доцільно зберегти його.

3) *A prolonged bear market has investors on edge* [118, с. 2].

Тривалий ведмежий ринок тримає інвесторів у напрузі.

Цей термін позначає ринок зі зниженням цін, а *ведмідь* є його символом через свою поведінку – атаку згори вниз. Метафора *the bear market* аналогічно збережена в українській мові без адаптації, оскільки вона широко використовується серед фінансистів. Як альтернативу можна запропонувати описовий переклад: *ринок із тенденцією до зниження*. Цей підхід є корисним для нефахової аудиторії.

4) *The US economy's consumer spending remains its primary engine of growth* [122, с. 10].

Споживчі витрати залишаються основним економічним двигуном зростання економіки США.

У цьому прикладі метафора *an economic engine* порівнює економіку з двигуном, який забезпечує рух та розвиток. У цьому контексті слово *engine* викликає асоціації з механізмом, що постійно працює для досягнення цілей. В українській мові можна зберегти метафору та адаптувати її до природного звучання: *економічний двигун*. Такий переклад відповідає оригінальному образу й залишається зрозумілим для аудиторії.

5) *The financial storm caused by rising interest rates has unsettled global markets* [119, с. 5].

Фінансова буря, викликана зростанням відсоткових ставок, сколихнула світові ринки.

Метафора *the financial storm* зображає фінансові труднощі через образ бурі. Цей образ викликає уявлення про щось несподіване, потужне та деструктивне. Для перекладу можна застосувати збереження метафори без змін: *фінансова буря*, що зберігає оригінальний ефект. Також можливий варіант із заміною метафори на описовий вираз: *економічні труднощі*. Проте перший підхід є більш виразним і краще відповідає художній функції метафори.

6) *The liquidity crunch has left companies struggling to access capital* [122, с. 20].

Криза ліквідності залишила компанії без можливості отримати доступ до капіталу.

Ця метафора відображає ситуацію, коли організації стикаються з гострою нестачею фінансових ресурсів, необхідних для підтримання ліквідності. У даному випадку *crunch* передає уявлення про сильний тиск, що викликає кризу або обмеження. У перекладі це словосполучення може бути адаптоване як *криза ліквідності* або *дефіцит ліквідності*, що зберігає зміст і асоціативну складову оригіналу. За класифікацією Антонівської, тут можна застосувати заміну на описовий вираз.

7) *Policymakers are trying to bridge the gap between rich and poor* [115, с. 6].

Політики намагаються згладити розрив між багатими та бідними.

Метафора *to bridge the gap* буквально означає *побудувати міст через розрив*, проте у контексті передає ідею зменшення відстані, різниці або нерівності між двома сторонами. В українській мові аналогічною метафорою може бути *згладжувати розрив* або *перекривати розрив*. За методологією перекладу Антонівської, це є прикладом адаптації метафори до культурних особливостей мови-цілі, оскільки пряме збереження образу *мосту* може виглядати менш природно.

8) *The collapse of one major bank caused a ripple effect throughout the financial sector* [117, с. 8].

Крах одного з великих банків викликав ланцюгову реакцію у фінансовому секторі.

Образ *a ripple effect* викликає асоціацію з хвилями, що розходяться по воді, коли у неї кидають камінь. У фінансовому контексті це описує ситуацію, коли один негативний інцидент спричиняє ланцюгові наслідки у ширшій системі. У перекладі можна використати аналогічну метафору, прийнятну в культурному контексті мови *ланцюгова реакція*.

9) *The Federal Reserve is aiming for a soft landing for the economy* [118, с. 15].

Федеральна резервна система прагне забезпечити м'яку посадку для економіки.

Метафора *a soft landing* походить із авіації та описує контрольоване, плавне приземлення. У економічному контексті вона означає успішне уповільнення економічного зростання без переходу у рецесію. В українському перекладі можливе збереження метафори як *м'яка посадка*, адже цей термін дедалі частіше використовується у фаховій мові. За класифікацією методів перекладу, це приклад збереження вихідної метафори, яка вже має часткове укорінення в українському лексиконі.

10) *The cryptocurrency market experienced a massive meltdown last year* [115, с. 14].

Ринок криптовалют зазнав масштабного обвалу минулого року.

Слово *a meltdown* у прямому значенні описує плавлення, але в цьому контексті використовується як метафора для позначення катастрофічного краху або різкого падіння. В українській мові доречним еквівалентом може бути *обвал* або *крах*, що передають драматичний характер події. За методологією Антонівської, тут варто застосувати заміну метафори на аналогічну, адже слово *обвал* є усталеним у фінансовій термінології.

11) *The housing bubble burst in 2008, leading to a global financial crisis* [118, с. 4].

У 2008 році бульбашка ринку нерухомості луснула, що призвело до глобальної фінансової кризи.

Вислів *the bubble burst* є яскравою метафорою, яка описує раптовий і різкий крах спекулятивного ринку, подібно до того, як лускає мильна бульбашка. Це поєднання слів демонструє крихкість ілюзорної вартості активів, які здаються стабільними, але виявляються пустими всередині. У контексті фінансової кризи 2008 року цей вислів позначає момент, коли надмірно роздуті ціни на житло обвалилися, спричинивши ланцюгову реакцію в глобальній економіці. При

перекладі необхідно передати як образність, так і культурно-історичну значущість цієї метафори. Найадекватнішим варіантом є переклад *лопання бульбашки*, який зберігає вихідну метафору і є зрозумілим українському читачеві.

- 12) *Small businesses are the backbone of the country's economy* [118, с. 19].
Малий бізнес є хребтом економіки країни.

Метафора *the economic backbone* підкреслює фундаментальну роль малого бізнесу в забезпеченні стабільності й розвитку економіки, порівнюючи його з хребтом, який підтримує тіло. Цей образ базується на концепції, що без міцної основи система розвалиться. У перекладі важливо зберегти аналогію, що асоціюється з життєво необхідною опорою. Оптимальний переклад — *хребет економіки*, який точно передає як метафоричний, так і концептуальний зміст.

- 13) *The blast at Al-Ahli Arab hospital in Gaza City overshadowed Biden's trip to the region* [117, с. 17].

Вибух у лікарні Аль-Ахлі в Газі затьмарив поїздку Байдена до регіону.

Метафора *overshadowed* зображає вибух як щось, що кидає тінь на поїздку Байдена, надаючи події властивості живої істоти. Цей образ передає негативний вплив і значущість події. Для перекладу можна зберегти метафору: *затьмарив*, що передає той самий емоційний ефект. Інший варіант — використати нейтральний описовий вираз: *негативно позначився*. Однак перший варіант більш образний і виразний.

- 14) *Government policies are designed to fuel economic growth* [120, с. 15].

Урядові політики спрямовані на те, щоб підживлювати економічне зростання.

Метафора *to fuel growth* створює уявлення про економічне зростання як про транспортний засіб, що рухається завдяки паливу — урядовим політикам. Цей образ робить акцент на активній ролі політики в стимулюванні розвитку. Для українського перекладу доречним буде збереження аналогії: *підживлювати зростання*.

15) *The market is approaching a tipping point, after which recovery might be difficult* [112, с. 7].

Ринок наближається до переломного моменту, після якого відновлення може бути складним.

Метафора *a tipping point* описує критичний момент, після якого система змінюється настільки, що повернення до попереднього стану стає майже неможливим. Образ базується на фізичному уявленні про баланс і переломну точку, де рівновага порушується. Українським відповідником цієї метафори може бути *переломний момент*. Це формулювання передає ідею ключової точки змін і зберігає асоціативний ряд.

16) *A cloud of uncertainty hangs over the future of the global economy* [122, с. 10].

Хмара невизначеності повисла над майбутнім глобальної економіки.

Метафора *a cloud of uncertainty* зображує невизначеність як хмару, що застилає небо, заважаючи ясності й видимості. Вона створює враження чогось навислого, що викликає тривогу і заважає приймати рішення. У перекладі важливо передати цю образність, тому доцільно використати вислів *хмара невизначеності* та зберегти оригінальну метафору.

17) *The US urged restraint on Israel as Washington and Saudi Arabia stepped up efforts yesterday to prevent the war with Hamas from spiralling into a regional conflict* [112, с. 16].

США закликали Ізраїль до стриманості, а Вашингтон і Саудівська Аравія активізували зусилля, щоб попередити розпал тліючої війни з ХАМАС до регіонального конфлікту.

Метафора *spiralling into a regional conflict* зображає ескалацію війни як закручування у спіраль, що викликає асоціації з вихором або торнадо. Цей образ передає неконтрольованість та швидке розширення конфлікту. У тексті акцентується на ризику того, що локальний конфлікт може вийти за свої межі й стати масштабним. Для перекладу була застосована адаптація метафори до культурних особливостей: *розпал тліючої війни*, що підкреслює, що конфлікт

уже існує, але може перейти до значно ширшої ескалації. Такий підхід робить переклад зрозумілішим для української аудиторії, зберігаючи емоційний і образний зміст.

18) *Sanctions have been imposed to freeze the assets of the oligarchs* [119, с. 20].

Було накладено санкції для замороження активів олігархів.

Метафора *to freeze assets* використовується для опису дій, спрямованих на блокування фінансових активів фізичних чи юридичних осіб. У цьому контексті слово *freeze* створює уявлення про припинення будь-якого руху або доступу, що схоже на фізичне заморожування речовини. Така метафора є універсальною в фінансовій термінології, оскільки зрозуміла для різних культур завдяки образності. В українській мові відповідником є *замороження активів*, що точно передає зміст і зберігає метафоричний характер.

19) *The stock market has been on an economic rollercoaster this year* [113, с. 13].

Цього року фондовий ринок переживає справжні економічні гірки.

Термін *an economic rollercoaster* використовує метафору американських гірок, щоб описати нестабільність економіки чи ринку. Швидкі підйоми й падіння на гірках асоціюються з раптовими коливаннями цін, інвестицій або економічних показників. В українському контексті доречним перекладом є *економічні гірки*, що зберігає образність і легкість розуміння.

20) *The streaming service remains the company's primary cash cow* [122, с. 8].

Стримінговий сервіс залишається основною дійною коровою компанії.

Метафора *a cash cow* походить із англійської ідіоми, яка порівнює прибутковий бізнес або продукт із коровою, що постійно дає молоко. Це символізує стабільне й значне джерело доходу. Найбільш адекватним перекладом в українській мові є заміна на аналог *дійна корова*.

21) *Economists are seeing green shoots of recovery in the global markets* [114, с. 15].

Економісти спостерігають зелені паростки відновлення на світових ринках.

Фраза *green shoots of recovery* є метафорою, яка порівнює перші ознаки економічного відновлення з молодими паростками рослин. Цей термін уперше став популярним у фінансових колах після економічної кризи 2008 року, коли його використовували для опису перших позитивних сигналів у глобальній економіці. В українській мові найкращим перекладом буде *зелені паростки відновлення*, що повністю зберігає метафоричний зміст.

22) *Online shopping is replacing traditional bricks-and-mortar stores* [115, с. 14].

Онлайн-шопінг поступово витісняє традиційні магазини.

Метафора *bricks-and-mortar stores* описує традиційні фізичні магазини, що існують у реальному просторі, на противагу інтернет-торгівлі. Переклад *цегляно-цементні магазини* виглядає надто буквально і чужим для української мови. Натомість влучніше використати описовий переклад: *традиційні магазини* або *магазини з фізичною локацією, фізичні магазини*.

23) *The aid package served as an economic lifeline for struggling businesses* [119, с. 13].

Пакет допомоги став економічним рятувним колом для бізнесів, які боролися за виживання.

Цей приклад використовує метафору *an economic lifeline*, яка в буквальному сенсі означає *економічний рятувальний канат*. У цьому випадку метафора підкреслює суттєву допомогу або фінансову підтримку, яка є життєво важливою для бізнесів, що перебувають у кризовому становищі. Образ рятувального каната передає ідею про те, що підтримка не просто допомагає, а буквально зберігає життя (в економічному сенсі). У перекладі варто враховувати цей образ, адже він є яскравим і зрозумілим. Ми можемо застосувати адаптацію метафори до українського контексту, а саме *рятувне коло*. Використання такого образного виразу дозволяє зберегти як емоційний, так і практичний сенс вислову.

24) *A tidal wave of unemployment hit the country after the economic downturn* [112, с. 15].

Хвиля безробіття накрила країну після економічного спаду.

Фраза *a tidal wave* метафорично описує масовий і руйнівний вплив, який порівнюється з цунамі. У цьому контексті йдеться про стрімке зростання рівня безробіття, яке охопило країну після економічного спаду. Образ цунамі вдало передає раптовість, масштаб і руйнівну силу такого явища. Для адекватного перекладу потрібно зберегти метафору, що підкреслює ці характеристики.

25) *Due to budget cuts, the office is operating with a skeleton staff* [115, с. 9].

Через скорочення бюджету в офісі залишився лише кістяк компанії.

У цьому прикладі метафора *a skeleton staff* порівнює мінімально необхідний персонал з образом скелета. Такий вираз підкреслює те, що компанія працює лише з найосновнішим штатом, залишивши *кістяк* працівників. Метафора є доволі візуальною, що робить її легко зрозумілою навіть у перекладі. Варіант з *кістяковим штатом* теж може бути застосований у залежності від стилю тексту.

26) *The startup's burn rate is a concern for its investors* [117, с. 3].
Швидкість спалювання бюджету стартапу викликає занепокоєння у його інвесторів.

Метафора *a burn rate* описує швидкість витрачання коштів, порівнюючи це з процесом згоряння ресурсу. У фінансовому контексті термін передає занепокоєння щодо того, як швидко стартап *спалює* свої резерви. Це ключовий показник для інвесторів, оскільки висока швидкість витрачання коштів може свідчити про ризик банкрутства. Для перекладу доцільно використовувати збереження метафори та додавання слова *бюджет*.

27) *The company has a long runway for growth with its current product lineup* [115, с. 16].

Компанія створила собі подушку безпеки завдяки своїй поточній продуктивній лінійці.

У цій метафорі *a runway for growth* використовується образ злітно-посадкової смуги, щоб описати можливості для розвитку компанії. Злітно-посадкова смуга тут символізує час і ресурси, які компанія має для реалізації своїх стратегічних цілей. У перекладі важливо зберегти сенс цього *запасу можливостей* та використати адаптацію метафоричного значення до українських культурних реалій *подушка безпеки*.

28) *The US dollar remains the anchor currency in global trade* [119, с. 10].

Американський долар залишається якорною валютою в міжнародній торгівлі.

У цьому випадку ми маємо неологізм *an anchor currency*, який порівнює американський долар із якорною точкою, що стабілізує фінансову систему у міжнародній торгівлі. Метафора *якорна валюта* описує долар як основний інструмент для встановлення паритетів між іншими валютами, забезпечуючи стійкість і впевненість у глобальній економіці. У перекладі термін *anchor currency* доцільно зберегти як *якорна валюта*, оскільки це найкраще передає метафоричний образ стабільності та незамінності долара в міжнародній фінансовій системі. При цьому слово *якор* у переносному значенні добре вкорінене в українській мові й широко використовується в економічному та фінансовому дискурсі.

29) *More women in the industry are breaking the glass ceiling* [117, с. 17].

Все більше жінок у галузі пробивають скляну стелю.

Фраза *breaking the glass ceiling* є метафорою, що описує подолання невидимих бар'єрів, які обмежують кар'єрне зростання жінок у певних професіях або індустріях. У перекладі цю метафору можна зберегти як *пробивати скляну стелю*, адже вона вже усталена в українській мові й передає ту саму ідею. Вона символізує досягнення рівності, що стає можливим через подолання прихованих соціальних, культурних чи організаційних обмежень.

30) *Cheap imports have flooded the market, making local producers struggle* [119, с. 19].

Дешевий імпорт розрісся на ринку, змушуючи місцевих виробників боротися за своє місце під сонцем.

Термін *to flood the market* використовує метафору затоплення, щоб описати надлишкову пропозицію певного товару на ринку, що створює значний тиск на місцевих виробників. Найадекватніший переклад — адаптація — *розростись*, оскільки цей вираз у прямому й переносному значенні має схоже емоційне та стилістичне навантаження. Він ілюструє масштабність явища, коли надмірна кількість імпорту пригнічує конкурентоспроможність локальних підприємств. Також, ми застосували розгорнуту метафору, продовжуючи її.

31) *Investors are looking to harvest profits from their early investments* [122, с. 19].

Інвестори прагнуть збирати врожай зі своїх ранніх інвестицій.

Метафора *to harvest profits* порівнює отримання прибутків із збором врожаю, підкреслюючи, що фінансові результати є наслідком тривалого процесу інвестування та зусиль. У перекладі ця метафора може бути передана як *збирати врожай*, що зберігає початковий образ і водночас звучить природно для українського читача. Цей вираз викликає асоціації зі щедрим врожаєм, що передає ідею досягнення економічного успіху після важкої праці.

32) *Many homeowners are struggling with underwater loans* [116, с. 7].

Багато домовласників стикаються із кредитними труднощами стаючи економічними потопельниками.

Метафора *underwater loans* описує ситуацію, коли кредитний борг перевищує вартість забезпечення, використовуючи образ затоплення, щоб показати безвихідь і важке фінансове становище. Метафора *underwater loans* вживається для опису ситуації, коли боргові зобов'язання перевищують ринкову вартість забезпечення. Така ситуація створює серйозні проблеми, оскільки вони не можуть продати своє майно, щоб повністю погасити борг, а продовження виплат може бути фінансово надто обтяжливим. Вона апелює до образу затоплення, що підкреслює відчуття безвиході й фінансового "потопу" для боржника. Варіант перекладу як *кредити потопельників* зберігає яскравість і

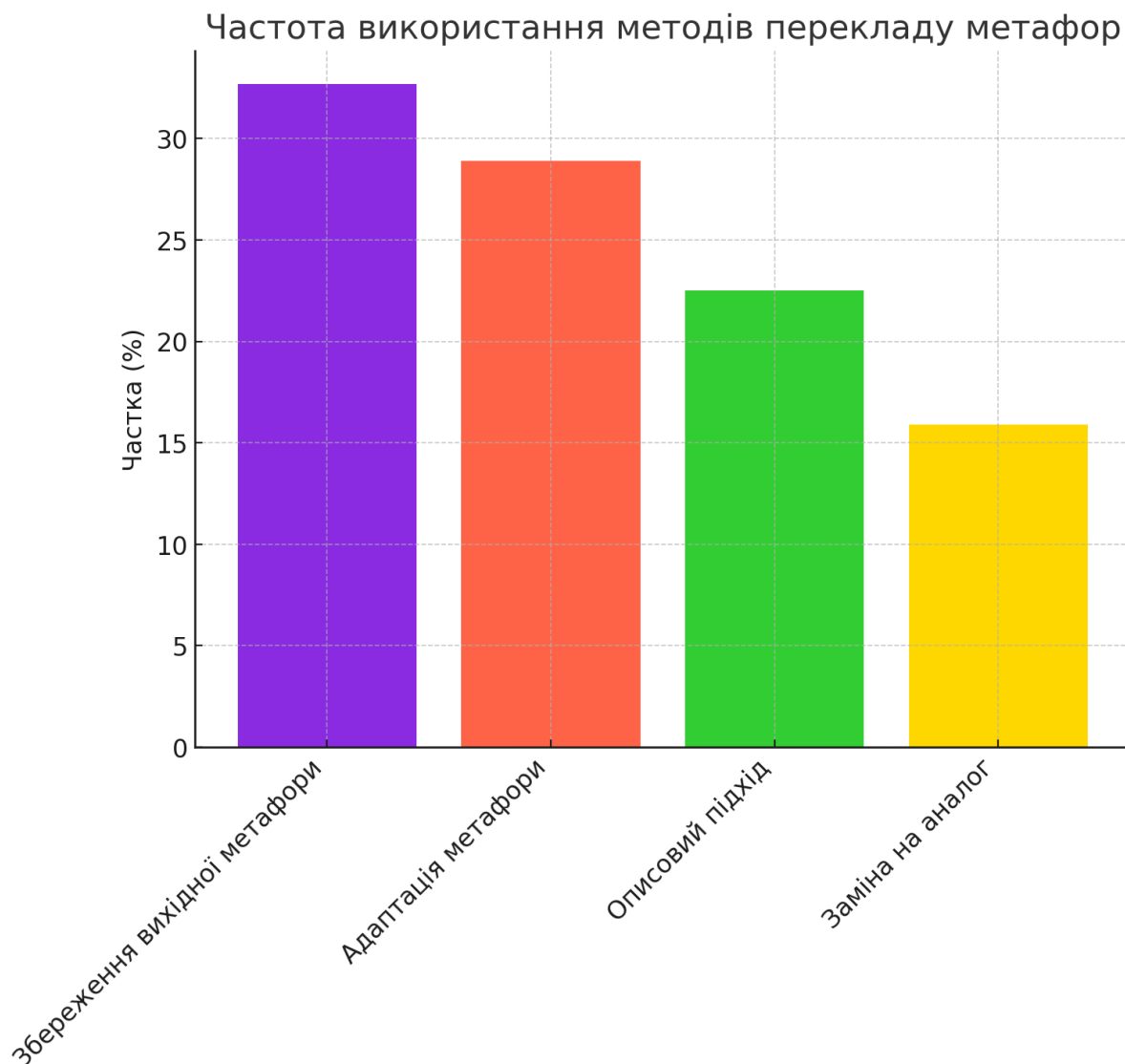
драматичність метафори, водночас додаючи акцент на особисту трагедію позичальника. Це рішення також має художній відтінок, який може бути ефективним у публіцистичному чи літературному контексті. У технічному або юридичному стилі доречно вказати точний зміст: *кредити, вартість застави за якими є нижчою за суму боргу*.

33) *The surge in cryptocurrency prices has driven a new wave of investment in digital assets* [117, с. 19].

Різкий сплеск цін на криптовалюту спричинив нову хвилю інвестицій у цифрові активи.

Метафора *a surge* у поєднанні з *wave* зображає різке зростання цін на криптовалюту як раптовий сплеск або підйом, подібний до хвилі чи приливу. Цей образ підкреслює динамічність і масштаб явища. Для перекладу можна зберегти образність, замінивши *surge* на еквівалент: *сплеск*. Також можливий варіант із більш описовим перекладом: *різке зростання*.

Було розглянуто особливості перекладу метафор в економічних публіцистичних текстах. Основною метою дослідження було визначення частотності використання різних методів перекладу метафор. Результати дослідження дозволили виявити основні тенденції та закономірності у виборі відповідних трансформацій.



Таблиця 2.3. Частота використання методів перекладу метафор (на матеріалі статей економічної газети "Financial Times").

Метод збереження вихідної метафори виявився найбільш уживаним, застосовуючись у 32,7% випадків. Цей підхід дозволяє передати не лише зміст, але й стилістичну насиченість оригінального тексту, забезпечуючи збереження метафоричного забарвлення. Така стратегія є оптимальною для текстів, у яких важливо зберегти авторський стиль і образність.

Адаптація метафори до культурних особливостей мови-цілі посіла друге місце за частотністю, охоплюючи 28,9% прикладів. Використання цього методу забезпечувало врахування відмінностей у світогляді та культурному контексті аудиторії, сприяючи адаптації тексту до локальних умов сприйняття.

У 22,5% випадків метафори замінювалися на описові вирази. Застосування цього методу виявилось доцільним у ситуаціях, коли збереження оригінальної метафори могло ускладнити розуміння тексту. Описовий підхід дозволяє уникнути неоднозначності та спрощує сприйняття інформації для цільової аудиторії.

Найменш уживаним методом стала заміна вихідної метафори на аналогічну, прийнятну в культурному контексті мови-цілі, що спостерігалось у 15,9% випадків. Незважаючи на відносно низьку частотність, цей метод дозволяє зберегти стилістичне забарвлення тексту та метафоричний потенціал, особливо у випадках, коли збереження оригінальної метафори було неможливим або недоцільним.

Загалом результати аналізу свідчать, що метод збереження вихідної метафори є найбільш поширеним серед перекладачів, оскільки він забезпечує збереження авторського стилю та образності тексту. Однак значна частка адаптаційних методів підкреслює прагнення перекладачів зробити текст зрозумілим та релевантним для цільової аудиторії.

2.3.4. Переклад ідіоматичних виразів в економічних публіцистичних статтях.

Фразеологізми є важливою складовою економічного дискурсу, особливо в текстах, що висвітлюють фінансові новини та аналітику, як, наприклад, у газеті "Financial Times". Ці сталі вирази надають текстам образності, допомагають пояснити складні економічні явища через зрозумілі метафоричні асоціації, а також формують стиль видання.

Переклад фразеологізмів у сфері економіки є складним завданням, оскільки вимагає не лише точного відтворення змісту, але й збереження стилістичного та емоційного забарвлення. Як наголошує Н.С. Береговенко, найефективнішими методами перекладу фразеологізмів є еквівалентний переклад, функціональний аналог, описовий переклад, калькування та контекстуальна адаптація. Ці методи дозволяють зберігати семантичну

цілісність фразеологізмів і забезпечувати їх зрозумілість для українського читача.

На сторінках "Financial Times" часто зустрічаються фразеологізми, які слугують яскравими прикладами для аналізу. Вони додають текстам виразності й точності, дозволяючи економічним текстам не лише інформувати, а й утримувати увагу читача.

1) *Rising inflation has forced families to tighten their belts* [119, с. 1].

Зростання інфляції змусило сім'ї затягнути паски.

У цьому прикладі використано ідіому *to tighten one's belt*, що дослівно перекладається як *затягнути пояс*. Її фразеологічне значення — *економити або скорочувати витрати через фінансові труднощі*. В українській мові існує еквівалентний фразеологізм *затягнути паски*, який зберігає і зміст, і стилістичне забарвлення оригіналу. Цей вираз, як і англійський, передає ідею примусового обмеження через нестачу ресурсів, часто в умовах кризи чи економічної напруги.

2) *If the company plays its cards right, it could dominate the market* [120, с. 15].

Якщо компанія обере ефективну стратегію, вона може домінувати на ринку.

Ідіома *to play one's cards right* походить зі світу азартних ігор, де правильна гра картами може привести до перемоги. Її значення — *грамотно скористатися можливостями, використати вигідну стратегію*. В українській мові прямого еквіваленту немає, тому ми застосуємо описовий переклад *обрати ефективну стратегію*. Оскільки англійський вираз має яскравий образний компонент, калькування у перекладі також можливе.

3) *Regulators are working to create a level playing field for all market participants* [115, с. 10].

Регулятори працюють над створенням рівних умов гри для всіх учасників ринку.

Фразеологізм *a level playing field* є метафорою, яка походить із спортивної термінології й означає створення рівних умов для всіх учасників. В українській

мові існує функціональний аналог *рівні умови гри*, який найкраще передає зміст і стилістику оригіналу. У діловій чи офіційній мові також вживають *забезпечення рівних умов*.

- 4) *The new CEO hit the ground running with a series of reforms* [120, с. 1].
Новий генеральний директор з ентузіазмом розпочав серію реформ.

Англійський фразеологізм *to hit the ground running* описує ситуацію, коли людина розпочинає щось із великим ентузіазмом і відразу ж досягає високої продуктивності. Образ цього виразу, можливо, пов'язаний із військовими парашутними стрибками, коли солдат повинен діяти швидко одразу після приземлення. В українській мові відповідника немає, але ідею можна передати описовим перекладом.

- 5) *Analysts have been burning the midnight oil to prepare the quarterly report* [117, с. 11].

Аналітики працювали ночами, щоб підготувати квартальний звіт.

Фразеологізм *to burn the midnight oil* походить з часів, коли для роботи вночі використовували лампи на олії. Вираз означає *працювати допізна* або *виснажливо працювати вночі*. Українська мова має еквівалентний вираз *працювати до пізньої ночі* або стилістично адаптований *працювати до ранку*. У контексті офіційної мови можна використати описовий переклад:

- 6) *Small businesses are struggling to keep their heads above water amid rising costs* [115, с. 6].

Малий бізнес намагається триматися на плаву, незважаючи на зростання витрат.

Ідіома *to keep head above water* означає *залишатися на плаву*, тобто уникати серйозних фінансових труднощів або долати складні обставини. У цьому випадку вислів використовується для опису малого бізнесу, який намагається протистояти економічним викликам, спричиненим зростанням витрат. В українській мові існує функціональний аналог – *триматися на плаву*, що дозволяє передати образне значення ідіоми максимально точно. Використання

цього аналога підкреслює метафоричний характер англійської ідіоми, залишаючи її близькою за змістом і стилем.

7) *To reduce costs, the company decided to cut corners on production* [119, с. 5].

Щоб скоротити витрати, компанія вирішила заощаджувати на якості виробництва.

Англійська ідіома *to cut corners* вживається для позначення дій, спрямованих на скорочення витрат або часу шляхом зниження якості чи ігнорування важливих деталей. У цьому контексті вислів використовується, щоб підкреслити недобросовісну економію, яка негативно впливає на якість виробництва. Для перекладу можна застосувати описовий метод *економити на якості*. Такий переклад розкриває суть вислову, зберігаючи його смислове навантаження.

8) *Negotiations fell through, and now we're back to square one* [122, с. 10].

Переговори провалилися, і тепер ми повернулися до початкової точки.

Вислів *to be back to square one* позначає ситуацію, коли всі зусилля виявляються марними, і доводиться починати все спочатку. Український аналог – *повернутися до початкової точки* або *почати все з нуля*. Еквівалентний переклад у цьому випадку дозволяє передати як семантичне, так і стилістичне значення англійської ідіоми. Ця фраза часто використовується в діловій мові для опису невдач, які вимагають перегляду всього процесу.

9) *The company threw in the towel after failing to secure additional funding* [118, с. 2].

Компанія опустила руки після того, як їй не вдалося отримати додаткове фінансування.

Ідіома *to throw in the towel* походить зі світу боксу, де кидання рушника означає припинення бою. У ширшому значенні це вислів, що означає *здатися* або *припинити спроби*. В українській мові функціональним аналогом може бути *опустити руки*.

10) *Amid the crisis, innovation has taken a back seat to cost-cutting measures* [118, с. 1].

На тлі кризи інновації відійшли на другий план через заходи з економії.

Фразеологізм *to take a back seat* означає *відійти на другий план* або *втратити пріоритетність*. Він використовується, коли певні завдання чи аспекти відсуваються в бік через появу інших, більш нагальних проблем. У цьому випадку інновації поступаються скороченню витрат. В українській мові прямим відповідником буде *відійти на другий план*. Такий переклад є еквівалентним і дозволяє повністю зберегти значення та тональність оригінальної фрази.

11) *The company had to bite the bullet and announce layoffs* [113, с. 5].

Компанії довелося зціпити зуби та оголосити про скорочення персоналу.

Ця ідіома має значення *прийняти складне рішення* або *змиритися з чимось неприємним*. В англійській мові її походження асоціюють із військовою практикою, коли солдати кусали кулю, аби терпіти біль під час хірургічних операцій без наркозу. Для української мови доцільно використати функціональний аналог: *зціпити зуби*. Цей вираз близький за значенням і передає ідею прийняття неприємної ситуації зі стійкістю. Як варіант можна застосувати описовий переклад, що пояснює метафоричну суть ідіоми: *Компанії довелося прийняти важке рішення та змиритися зі скороченнями*. Обидва варіанти зберігають сенс і адаптовані до української мовної культури.

12) *It's important for the management team to be on the same page about the strategy* [118, с. 1].

Важливо, щоб керівна команда була на одній хвилі щодо стратегії.

Ідіома *to be on the same page* означає спільне розуміння, узгодженість або однастайність у чомусь. Цей вираз широко використовують у професійній сфері, особливо в контексті командної роботи чи стратегічного планування. В українській мові можна знайти еквівалент: *бути на одній хвилі*. Цей вираз передає як емоційний, так і логічний аспект узгодженості.

13) *The proposal has been sent; now the ball is in their court* [120, с. 7].

Пропозицію відправлено, тепер черга за ними.

Ця ідіома, *the ball is in your court*, бере своє походження з тенісу й означає, що наступний хід або рішення залежить від іншої сторони. В українській мові можливим функціональним аналогом є вираз: *черга за вами*. Такий переклад передає суть ситуації та її комунікативне навантаження. Інший варіант — використати описовий переклад: *Пропозицію надіслано, тепер усе залежить від них*. Цей підхід адаптує вислів до більш формального стилю, що підходить для ділового спілкування.

14) *The team went the extra mile to ensure the project's success* [112, с. 9].

Команда доклала всіх зусиль, щоб забезпечити успіх проєкту.

Ця ідіома, *to go the extra mile*, означає докласти додаткових зусиль або зробити більше, ніж очікується. Її походження пов'язане з біблійним текстом, де йдеться про готовність пройти другу милю на прохання іншого. Українським еквівалентом можна вважати вираз: *докласти всіх зусиль*. Цей варіант передає основну ідею самопожертви та наполегливості.

15) *The company has been operating in the red for three consecutive quarters* [114, с. 13].

Компанія працює в мінус уже три квартали поспіль.

Ця ідіома, *in the red*, що походить із бухгалтерського обліку, означає фінансові збитки, коли доходи компанії є нижчими за витрати. В англійській мові червоний колір традиційно використовували для позначення негативного сальдо в рахунках. В українській мові можна застосувати функціональний аналог: *працювати в мінус*. Цей вираз адаптується до контексту і є цілком зрозумілим для носіїв мови. Як альтернативу можна використати описовий переклад: *Компанія зазнає фінансових втрат уже три квартали поспіль*. Такий підхід деталізує ситуацію, роблячи її зрозумілою навіть для читача без економічної підготовки.

16) *Thanks to strong sales, the business is finally back in the black* [117, с. 7].

Завдяки високим продажам бізнес нарешті вийшов у плюс.

Цей фразеологізм, *in the black*, в англійській мові означає досягнення фінансової стабільності чи отримання прибутку, буквально — *бути в чорному*. У фінансовій термінології чорний колір традиційно асоціюється з позитивним сальдо, на противагу червоному, що символізує збитки. В українській мові найбільш доречним еквівалентом є вираз *вийти в плюс* або *мати прибуток*. Такий переклад не лише точно відображає зміст, але й є природним для мовного середовища українського читача. Використання еквівалентного перекладу дозволяє передати сенс і не порушує стилістики оригіналу.

17) *The government will have to foot the bill for the reconstruction efforts* [117, с. 1].

Уряд змушений буде взяти на себе витрати на відновлювальні роботи.

Фразеологізм *to foot the bill* означає взяти на себе витрати або оплачувати рахунок. У буквальному перекладі *foot* (тобто *нога*) не має логічного сенсу, тому тут доречно застосувати функціональний аналог. В українській мові цю ідею передають вирази *взяти на себе витрати*, *оплатити рахунок* або навіть *нести витрати*.

18) *The aid package is a drop in the ocean compared to what is needed* [117, с. 6].

Пакет допомоги — це лише крапля в морі порівняно з тим, що потрібно.

Ідіома *a drop in the ocean* є яскравим прикладом тих фразеологізмів, які мають схожий еквівалент в українській мові. Вона використовується для опису незначного внеску чи результату у масштабній проблемі. Такий переклад, як *крапля в морі*, ідеально відповідає оригінальному змісту й стилю. Тут еквівалентний переклад дозволяє не лише зберегти семантику, але й стилістично наблизити текст до українського читача.

19) *Regulators have turned a blind eye to certain practices in the industry* [116, с. 9].

Регулятори закривають очі на деякі практики в галузі.

Ця ідіома *to turn a blind eye* означає навмисне ігнорування проблеми або дій, ніби її не існує. Дослівний переклад як *закрити одне око* є зрозумілим, але

менш природним для української мови. Тут доцільно використовувати функціональний аналог: *закривати очі* або *ігнорувати*. Такий підхід передає той самий сенс, при цьому адаптуючи його до культурних та мовних особливостей.

20) *The CEO received a golden handshake upon his departure* [120, с. 16].

Генеральний директор отримав значну компенсацію (так званий "золотий парашут") при своєму звільненні.

Фразеологізм *a golden handshake* позначає значну компенсацію або виплату при звільненні, буквально — *золоте рукостискання*. У цьому випадку може бути доречна адаптація, а саме *золотий парашут*, оскільки вираз поступово стає зрозумілим і в українському контексті. Водночас, для більшого розуміння можливе пояснення. Такий переклад з елементом експлікації зберігає стилістичне забарвлення і водночас пояснює значення фрази, якщо вона ще не повністю інтегрована в українську мову.

21) *The investors decided to pull the plug on the unprofitable venture* [112, с. 3].

Інвестори вирішили обірвати живлення нерентабельного проєкту.

У цьому випадку використано англійський ідіоматичний вираз *to pull the plug*, який буквально означає *висмикнути штепсель*, проте в переносному значенні він вживається для позначення завершення певної діяльності або припинення фінансування. Аналізуючи семантику, помітно, що фразеологізм має сильний образний компонент: дія (висмикування штепселя) асоціюється з раптовим завершенням роботи чи процесу. При перекладі можна застосувати кілька підходів. Описовий переклад, що передає зміст через пояснення, наприклад: *Інвестори вирішили припинити фінансування нерентабельного проєкту*. Такий варіант є зрозумілим для української аудиторії, але дещо втрачає образність. Застосуємо адаптацію із збереженням метафори.

22) *Several companies have jumped on the sustainability bandwagon* [120, с. 9].

Деякі компанії приєдналися до моди на сталий розвиток

Цей ідіоматичний вислів, *to jump on the bandwagon*, буквально означає *застрибнути на платформу з оркестром*, однак переносне значення стосується приєднання до популярного тренду або ідеї, часто з опортуністичних міркувань. В англійській культурі цей вираз виник із політичного контексту XIX століття, коли політики використовували карети з оркестром (*bandwagon*) для привернення уваги виборців. В українській мові немає прямого еквівалента цього фразеологізму, тому доцільно використати функціональний аналог, наприклад: *підхопити популярний тренд*. Інший варіант — описовий переклад.

23) *It's wise to save some money for a rainy day* [113, с. 20].

Недурно відкладати гроші на чорний день.

Даний фразеологізм *a rainy day* дослівно перекладається як *дощовий день*, але в переносному значенні вказує на ситуацію труднощів або непередбачуваних обставин, до яких варто бути готовим. Вираз має давню історію, корені якої сягають англійської народної мудрості про необхідність запасатися ресурсами на несприятливий період. Для перекладу найкраще підходить еквівалентний вираз, оскільки українська мова має подібну фразеологію: *відкласти гроші на чорний день*.

24) *Hiring new staff shouldn't break the bank if managed carefully* [118, с. 4].

Найм нового персоналу влетить нам в копійчку, якщо ми віднесемось до цього легковажно.

У даному випадку ідіома *to break the bank* використовується для позначення ситуації, коли щось коштує надмірно дорого або перевищує допустимі фінансові можливості. У цьому контексті вираз має переносне значення — наголошується, що найм нового персоналу не повинен стати причиною серйозних фінансових втрат, якщо до цього питання підійти раціонально. Українським еквівалентом цієї ідіоми є фразеологізм *влетіти в копійчку*. Цей переклад зберігає образність та стилістичне навантаження, адже також вказує на значні витрати.

25) *The investigation uncovered payments made under the table* [120, с. 13].

Розслідування виявило нелегальні виплати.

Ідіома *under the table* означає неофіційні або незаконні дії, такі як приховані платежі, хабарі чи нелегальні транзакції. У дослідженому контексті йдеться про розслідування, яке виявило приховані виплати. Українською мовою цей вираз передається функціональним аналогом *під столом* або *таємно*. Проте з огляду на стилістичну та культурну специфіку, доцільніше використати описовий переклад: *нелегально* чи *таємно*.

26) *Many families are struggling to make ends meet due to rising living costs* [117, с. 8].

Багато сімей ледве зводять кінці з кінцями через зростання вартості життя.

Фразеологізм *to make ends meet* вживається для позначення ситуації, коли людина або сім'я змушені економити, щоб звести кінці з кінцями. Це вираження точно передається українською мовою тим самим фразеологізмом *зводити кінці з кінцями*. У контексті економічних труднощів український вираз відтворює зміст та емоційний підтекст оригіналу.

27) *The new equipment cost the company an arm and a leg* [117, с. 3].

Нове обладнання обійшлося компанії в цілий статок.

Ідіома *to cost an arm and a leg* є яскравим образом, який означає, що щось коштує надзвичайно дорого. В українській мові існує кілька функціональних аналогів, які зберігають значення: *коштувати шалених грошей*, *коштувати цілий статок*. У даному контексті ці вирази добре передають емоційність та зміст фразеологізму.

28) *Investing in such projects is like throwing money down the drain* [115, с. 12].

Інвестиції в такі проекти — це як викидати гроші на вітер.

Ідіома *to throw money down the drain* передає ідею марного витрачання коштів, що ні до чого не приводить. Українським еквівалентом є фразеологізм *викидати гроші на вітер*. Він має таке ж саме переносне значення і добре пасує до даного контексту.

29) *The company is cashing in on the growing demand for electric vehicles.*
[115, с. 13].

Компанія робить гроші на зростаючому попиті на електромобілі.

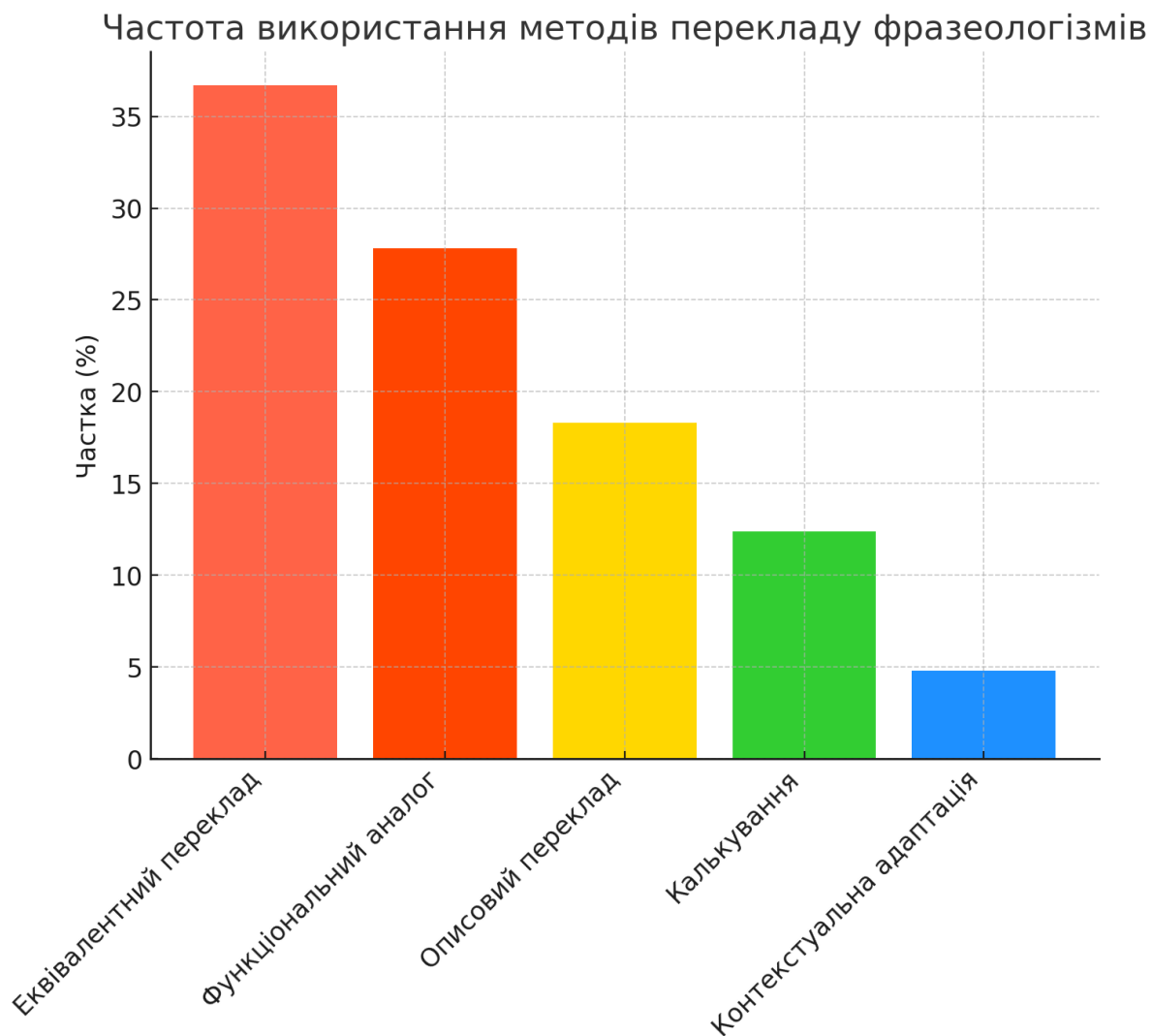
Фразеологізм *cash in on* означає отримання вигоди чи прибутку з певної ситуації або тенденції. У цьому контексті йдеться про те, як компанія отримує вигоду від зростаючого попиту на електромобілі. В українській мові функціональним аналогом є вираз *робити гроші* або *отримувати вигоду*.

30) *The bottom line is that the company must reduce costs to stay competitive*
[114, с. 7].

Суть у тому, що компанія повинна скоротити витрати, щоб залишатися конкурентоспроможною.

Ідіома *the bottom line* використовується для позначення головного висновку або суті. У цьому прикладі йдеться про те, що основний висновок полягає в необхідності зниження витрат для збереження конкурентоспроможності. Українським еквівалентом є фраза *суть у тому, що* або *головне те, що*.

Нами було досліджено частоту використання різних методів перекладу фразеологізмів у текстах економічного дискурсу. Загальний аналіз продемонстрував перевагу певних підходів залежно від контекстуального значення одиниць перекладу.



Таблиця 2.4. Частота використання методів перекладу фразеологізмів (на матеріалі статей економічної газети "Financial Times").

Найчастіше використовуваним методом є еквівалентний переклад, який застосовувався у приблизно 36,7% випадків. Цей метод дозволяє зберегти семантичну цілісність і стилістичну відповідність оригіналу, особливо коли в українській мові існує усталений відповідник. Наприклад, для ідіоми *throw money down the drain* вдало підбрано еквівалент *викидати гроші на вітер*, що зберігає зміст та емоційне забарвлення виразу. Функціональний аналог було зафіксовано у 27,8% аналізованих прикладів. Цей підхід використовується у випадках, коли точний еквівалент відсутній, але значення можна передати за допомогою іншого українського виразу. Наприклад, ідіома *cash in on* була перекладена як *отримувати вигоду*, що підходить за змістом у контексті.

Описовий переклад становив 18,3% випадків. Цей метод був особливо актуальним для культурно специфічних одиниць або тих, які не мають еквівалентів. Калькування, яке передбачає дослівний переклад компонентів фразеологізму, становило 12,4%. Контекстуальна адаптація використовувалася найрідше, лише у 4,8% випадків. Вона зазвичай застосовується тоді, коли інші методи не забезпечують зрозумілості. Наприклад, метафора *spiralling into a regional conflict* перекладена як *розпал тліючої війни*, що адаптує образ для української культури.

Отже, нами було встановлено, що еквівалентний переклад є найчастіше вживаним методом у перекладі фразеологізмів економічного дискурсу, тоді як функціональні аналоги та описовий переклад застосовуються для відтворення значень, які не мають прямого відповідника в українській мові. Калькування та контекстуальна адаптація залишаються менш популярними через їхню специфіку та потребу в додатковій адаптації.

Висновки до Розділу 2

Другий розділ роботи був присвячений аналізу особливостей перекладу економічної лексики з англійської газети "Financial Times" на українську мову. У ході дослідження встановлено специфіку застосування різних перекладацьких прийомів залежно від типу лексичних одиниць, а також труднощі, пов'язані з адаптацією економічного дискурсу до українського мовного простору.

Аналіз матеріалів показав, що реалії складають 25% від загальної кількості лексичних одиниць, представлених у текстах. Найчастіше для їхнього перекладу використовували описовий метод та адаптацію, які разом охопили 67% випадків. Транскрибування застосовувалося рідше, лише у 33% випадків, що свідчить про необхідність додаткового пояснення або трансформації для забезпечення зрозумілості таких термінів у цільовій мові.

Неологізми, які становлять 18% від проаналізованої лексики, переважно перекладалися за допомогою калькування (42%) та адаптації (35%). Комбіновані методи, такі як описовий переклад у поєднанні з калькуванням,

використовувалися у 23% випадків. Така тенденція відображає прагнення до передачі нових термінів із збереженням їхньої семантичної та функціональної точності.

Метафори, які становлять 22% лексики, переважно передавалися через пошук лексичних еквівалентів в українській мові (48%), що забезпечувало збереження стилістичної виразності тексту. Водночас у 32% випадків використовувався описовий переклад, а у 20% — модифіковані фразеологічні конструкції, що дозволяло максимально адаптувати метафоричний зміст до цільової аудиторії.

Ідіоми та фразеологізми, які склали 15% від загальної кількості, у більшості випадків (53%) передавалися шляхом калькування. Генералізація застосовувалася у 37% випадків, що дозволяло зберегти змістовність вислову, враховуючи лексико-стилістичні особливості української мови.

Основними труднощами, з якими зіткнулися під час перекладу, стали адаптація нових неологізмів та культурно-маркованої лексики. Відсутність прямих відповідників для таких одиниць часто вимагала використання комбінованих прийомів перекладу, зокрема описового методу та калькування. Особливі виклики створювали метафори та ідіоматичні вислови, які потребували збереження стилістичних та емоційних характеристик оригінального тексту.

У процесі перекладу були найчастіше застосовані такі методи: описовий переклад (34%), калькування (27%), транскрибування та транслітерація (21%) і адаптація (18%). Зазначені результати свідчать про прагнення досягти максимальної адекватності перекладу, враховуючи культурні, стилістичні та прагматичні аспекти економічного дискурсу.

Отримані дані демонструють сучасні тенденції в перекладі економічної лексики, що включають інтеграцію нових запозичень, адаптацію термінів до реалій цільової аудиторії та прагнення до збереження точності та виразності оригінальних текстів. Це підкреслює важливість міждисциплінарного підходу до перекладу економічної лексики, що враховує як лінгвістичні, так і культурні аспекти.

Таким чином, проведене дослідження підтвердило складність і багатогранність перекладу економічної лексики, що вимагає від перекладача ґрунтовних знань у галузі економіки, високого рівня володіння мовами перекладу та розуміння культурно-лінгвістичного контексту. Отримані результати мають як теоретичне, так і практичне значення, сприяючи подальшому розвитку методів перекладу економічних текстів у контексті міжкультурної комунікації.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження були виконані поставлені завдання: визначено теоретичні засади економічного дискурсу та його ключові характеристики; проаналізовано періодичний економічний щотижневик "Financial Times" як приклад економічного дискурсу; описано труднощі перекладу економічної лексики, зокрема виклики, зумовлені швидким розвитком економіки, культурно-маркованою лексикою, метафоризацією та використанням ідіом; досліджено лінгвістичні особливості економічної лексики в текстах англomовного економічного періодичного видання "Financial Times"; визначено стратегії перекладу економічних текстів, включаючи транскодування, адаптацію, калькування, описовий переклад і компенсацію; застосовано на практиці стратегії перекладу економічних текстів на матеріалі економічного періодичного видання "Financial Times".

У процесі дослідження було встановлено, що економічний дискурс відзначається специфічною термінологією, яка постійно оновлюється під впливом глобалізації та технологічних змін. З'ясовано, що ефективний переклад економічних текстів залежить від точного відтворення змісту, збереження стилістичної специфіки тексту оригіналу та адаптації до лінгвокультурних особливостей цільової аудиторії.

Економічний дискурс включає тексти наукового, публіцистичного та ділового характеру. Він характеризується високим рівнем когнітивно-комунікативної активності, адаптацією нових економічних концептів та використанням культурно-маркованої лексики. Періодичні економічні газети, такі як "Financial Times", є яскравим прикладом інтеграції наукового і публіцистичного стилів, що робить їх важливими об'єктами лінгвістичних досліджень.

У процесі дослідження було проаналізовано особливості перекладу економічної лексики, представленої у текстах англomовного щотижневика "Financial Times". Основними групами економічної лексики, що підлягають

перекладу, є неологізми, метафори, фразеологізми та реалії. Було встановлено, що вибір стратегії перекладу залежить від лінгвістичних, культурних і жанрових характеристик тексту.

У ході дослідження було виконано аналіз перекладацьких прийомів, що використовуються для передачі економічної лексики, зокрема реалій, неологізмів, метафор та інших елементів дискурсу. Проведений кількісний аналіз дозволив визначити частотність застосування різних методів перекладу, а також оцінити їх ефективність у збереженні змісту та стилістики оригіналу.

Застосування еквівалентного перекладу виявилось найбільш поширеним (36,7%). Це свідчить про наявність усталених відповідників в українській мові, що значно спрощує процес передачі змісту економічних текстів. Функціональні аналоги використовувалися у 27,8% випадків, переважно для передачі понять, що не мають прямого відповідника в українській мові. Калькування, яке застосовувалося у 12,4% прикладів, дозволило зберегти структурну та семантичну точність термінів. Описовий переклад займав 18,3% випадків і був особливо ефективним у передачі культурно маркованих елементів. Контекстуальна адаптація застосовувалася у 4,8% випадків для передачі складних метафор та ідіом відповідно до українського контексту.

Особливості перекладу реалій полягали у частому використанні транскодування (21,3%) або калькування (12%), що залежало від ступеня культурної специфіки терміна. У перекладі неологізмів переважно застосовувалися адаптація та калькування, що складало близько 15% випадків.

Метафори переважно зберігалися у вихідній формі (32,7%), хоча в 16,7% випадків застосовувалася адаптація для точного відтворення значення в цільовій мові. У роботі з фразеологізмами та ідіомами переважав еквівалентний переклад (36,7%), що дозволяло зберігати стилістичну та змістову відповідність оригіналу.

Аналіз показав, що ефективність перекладу економічної лексики визначається поєднанням точності передачі змісту, збереженням стилістичних особливостей оригіналу та адаптацією до культурного контексту української мови. Описовий переклад і функціональні аналоги виявилися особливо

корисними для пояснення складних економічних концептів, що забезпечувало доступність текстів для ширшої аудиторії. Особливості перекладу економічної лексики залежать не лише від мовних, але й від соціокультурних факторів. Для забезпечення адекватності перекладу необхідно враховувати функціональність тексту, жанрові особливості та специфіку аудиторії.

Результати дослідження мають практичне значення для викладання курсів теорії та практики перекладу, а також для підготовки фахівців, які працюють із економічними текстами. Вони також окреслюють перспективи вдосконалення перекладацьких стратегій для підвищення ефективності міжкультурної комунікації.

Перспективи подальших досліджень полягають у більш глибокому аналізі перекладу метафор, ідіом та культурно-залежних елементів, які можуть впливати на сприйняття тексту. Також важливим є вивчення використання сучасних автоматизованих систем перекладу для роботи з економічними текстами.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агібалова Т. М., Карачова Д. В. Translation transformations at the sentence level in economic media discourse. Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27693>. (дата звернення: 14.09.2024).
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр "Академія", 2004. 344 с.
3. Борисевич В. В. Peculiarities of English Legal Terms Translation into Ukrainian. Режим доступу: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/3538> (дата звернення: 14.09.2024).
4. Бігун Т. В. Сучасні англійські неологізми та популярні слова в соціальних мережах та способи їх перекладу українською мовою. Київ: Видавництво "Освіта", 2022. 120 с.
5. Білецький О. Використання метафор у перекладах економічних статей. Науковий журнал *Перекладознавство*. 2021. Вип. 5 (7). С. 120–126.
6. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації. Київ: Грамота, 2005. 64 с.
7. Верба Л., Карабан Г. VI. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2024. Вип. 191. С. 19-23.
8. Гудкова Н. Adaptation of English Borrowings in Ukrainian Economic Discourse. Режим доступу: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v59/part_1/Filologi59_1.pdf#page=76 (дата звернення: 14.09.2024).
9. Гуменюк В. Транскрипція та калькування у перекладі економічних неологізмів. Науковий вісник ХНУ імені Каразіна. Серія: *Перекладознавство*. 2020. Т. 3 (28). С. 85–90.
10. Гумовська І. М. Англійська юридична термінологія в економічних текстах: генезис, дериваційні та семантико-функціональні аспекти. Дис... д-р філол. наук. 2000. 18 с.

11. Дейк Т. А. ван. Мова. Пізнання. Комунікація пер. з англ.; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. Мінськ: БГК ім. І. А. Бодуена де Куртене, 2000. 308 с.
12. Дубенко О. Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов: навчальний посібник. Вінниця: Нова книга, 2005. 224 с.
13. Дядюра Г. М. Образність як засіб діалогічності науково-популярного тексту Наукові записки. Серія *Філологічна*. Кіровоград. 2011. Вип. 22. С. 26-31.
14. Ємець О. В. Семантика і прагматика метафоричних термінів в економічних текстах. 2024. С. 79-82. Режим доступу: <http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-46.pdf> (дата звернення: 14.09.2024).
15. Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності (стилістика і культура мови). Київ : Довіра, 1999. 431 с.
16. Зелінська Н. В. Нова модель наукової комунікації і дискурс. *Стиль і текст*. 2004. №4. С. 19–27.
17. Ільїн В. В. Метафізичний дискурс економічної теорії. *Філософська думка*. 2006. №5. С. 127–143.
18. Іщук Н, Грачова І. English economic terminological collocations and their translation into ukrainian. лінгвістичні студії. *Linguistic studies*. Лінгвогеографія, соціолінгвістика, ономастика й термінологія: актуальні підходи, категорії та аспекти. Донецький національний університет ім. Василя Стуса. 2022. Вип. 44 (V). С. 100-111. Режим доступу: <https://r2.donnu.edu.ua/handle/123456789/2921> (дата звернення: 14.09.2024).
19. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми : посібник-довідник для студ. вищ. навч. закл. В. І. Карабан. Вінниця : Нова книга, 2002. 562 с.
20. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову : навч. посіб.-довідник для студ. вищ. закл. освіти. В. І. Карабан, Д. Мейс. Вінниця : Нова книга, 2003. 608 с.

21. Коптілов В. В. Теорія і практика перекладу. Київ: Вид-во при Київському державному університеті, 1982. 320 с.
22. Кравченко Н. К. Міжнародно-правовий дискурс: когнітивно-комунікативний аспект. *Балтійські мови*. 2007. С. 25–48.
23. Кришталь С. М. Структурно-семантичний аналіз метафоричних термінів підмови фінансів в англійській і українській мовах. Донецьк. 2003. 20 с.
24. Кусько К. Я. Дискурс іноземномовної комунікації: концептуальні питання теорії і практики. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. С. 25–48.
25. Лут К. А. Вплив процесів та явищ у розвитку світової економіки на формування англійського економічного дискурсу. *Мова і культура*. Київ : Вид. Дім Дм. Бураго, 2011. Вип. 13. Т. 7. С. 218–222.
26. Лут К. А. Засоби виразності в англійському економічному дискурсі: когнітивний і прагматичний аспекти. Дис... канд. філол. наук. Запоріжжя. 2014. 194 с.
27. Лікунь М. Економічний текст у функціонально-стилістичному та соціолінгвістичному аспектах. Автореф. дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.02. Харків. 2008. 20 с.
28. Малихіна С. В. Дискурсивні особливості гуманітарного наукового тексту. Вісник Харківського національного університету. Серія: *Філологія*. Харків. 2001. Вип. 33. № 520. С. 61–65.
29. Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Українська мова: посібник. Київ : Логос, 1996. 430 с.
30. Мельник О. В. Peculiarities of translation of professional literature for students of economic specialties. Режим доступу: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49793/> (дата звернення: 14.09.2024).
31. Науменко Л. Сучасний англійський бізнес-дискурс. *Нова філологія*. Збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗНУ, 2007. Вип. 26. С. 274–279.
32. Наумова Н. Г. Реалізація комунікативно-прагматичних настанов ділового дискурсу. *Мовні та комунікативні картини світу: зб. наук. пр.* Київ : Логос, 2000. Вип. 5. С. 255–261.

33. Новосад О. Особливості перекладу економічних термінів в англomовних текстах. Вісник Львівського університету. Серія *філологічна*. 2019. Вип. 2 (15). С. 72–80.

34. Осовська, Г. В. Економічний словник. Г. В. Осовська, О. О. Юшкевич, Й. С. Завадський. Київ : Кондор, 2020. 358 с.

35. Пилипенко Р. Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки). Дис... д-р філол. наук. Київ, 2007. 426 с.

36. Прус О. Techniques of Translation of Syntactic Constructions. Збірник наукових праць. 2024. Режим доступу: <https://indico.ldubgd.edu.ua/event/47/attachments/596/813/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%204.pdf#page=37> (дата звернення: 14.09.2024).

37. Пільгуй Н. М., Доля А. В. Особливості перекладу бізнес-ідіом в англomовному економічному дискурсі. Вісник НТУ "ХПІ". Серія: *Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. № 13 (1185). С. 63-66. DOI: <https://doi.org/10.20998/%25x>

38. Скрипник О. В. Лексико-синтаксичні засоби емотивності та їх переклад з англійської мови на українську (курс. р.). Київ, 2024. 29 с.

39. Словник української мови: в 11 т. ред. кол. І. К. Білодід, А. А. Бурячок, В. О. Винник та ін. Київ: Наук. думка, 1977. Т. 8. С. 383.

40. Стець І. Про співвіднесення понять дискурс засобів масової інформації та економічний дискурс в сучасній лінгвістиці. 2011. С. 177–192.

41. Стребуль О. М. Лексико-прагматичні особливості фразеологічних одиниць в економічних текстах (перекладацький аспект) : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 035 – філологія. наук. кер. В. С. Куліш. Суми : Сумський державний університет, 2024. 84 с. Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/94528> (дата звернення: 14.09.2024).

42. Сініцина Н. М. Роль фразеологізмів у сучасному діловому дискурсі. Н. М. Сініцина, О. В. Капустіна. Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (21 берез. 2017 р.). М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана" ; редкол.: І. А. Колеснікова (голова) [та ін.]. Електрон. текстові дані. Київ : КНЕУ, 2017. С. 182–186. Режим доступу: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/21749> (дата звернення: 14.09.2024).

43. Українська мова : енциклопедія. НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В. М. Русанівський [та ін.]. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. 820 с.

44. Філатова К., Ковальчук О. Особливості перекладу англomовних фразеологічних одиниць на українську мову у публіцистичному стилі (на матеріалі суспільно-політичних текстів сучасної англійської та британської преси). Вісник науки та освіти. 2024. Вип. 11 (29). С. 202-208.

45. Чрділелі Т. В. Структура, семантика і прагматика ділового діалогічного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови). Дис... д-р філол. наук. Харків : Харківський національний ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2004. 220 с.

46. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Харків : Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2005. С. 79-84.

47. Шевченко І. С. Мовленнєвий акт і дискурс в когнітивно-прагматичному та історичному ракурсі Переклад у наукових дослідженнях представників Харківської школи: кол. монографія. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. С. 117–134.

48. Шевченко І. С. Становлення когнітивно-комунікативної парадигми в лінгвістиці Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2004. №635. С. 202–205.

49. Шевченко О. Особливості інтеграції іншомовної термінології в український лексикон. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2021.

50. Шевчук Л. О., Мозгова Й. О. Translation Transformations Used to Render Transport Business Terms from English into Ukrainian. Режим доступу: <http://www.journals.nubip.edu.ua/index.php/Filol/article/view/philolog2022.01.059> (дата звернення: 14.09.2024).

51. Шевчук Л. О., Мозгова Й. О. Translation Transformations Used to Render Transport Business Terms from English into Ukrainian. Режим доступу: <https://www.journals.nubip.edu.ua/index.php/Filol/article/view/philolog2022.01.059> (дата звернення: 14.09.2024).

52. Ahibalova T. Economic terminology: analysis of translation peculiarities. Tetiana Ahibalova, Viktoriia Miroschnyenko, Nataliia Plotnikova. Актуальні питання гуманітарних наук : міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчених Дрогоб. держ. педагог. ун-ту ім. Івана Франка = Humanities science current issues : interuniversity coll. of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University young sci. res. papers. ред. кол.: М. П. Пантюк [та ін.]. Дрогобич : Гельветика, 2020. Вип. 29. Т. 1. С. 10-15. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/29.209273>

53. Amarglio J., Ruccio D. F. From Unity to Dispersion: The Body in Modern Economic Discourse Post-Modernism, Economics and Knowledge. Routledge, 2001. P. 159–181.

54. Andrea B., Davies S. E., Salterio S. Financial Times Business School Rankings: A Nontraditional Assurance Case in Three Parts. Accounting Perspectives, 2007. Vol. 6, № 1. P. 95–113. DOI: 10.1506/MM46-2226-7364-4750.

55. Angom J., Singh S., Ravikumar. Newspaper Citation in Scholarly Publications: A Study on Financial Times Newspaper during 2001-2010 as reflected in Web of Science. Library Philosophy and Practice, 2018. P. 1–34.

56. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. Routledge, 2018. 392 p.

57. Bernstein B. Social Class, Language and Socialization. У: Language and Social Context: Selected Readings. Harmondsworth : Penguin, 1979. P. 157–178.

58. Bhatia V. K., Candlin C. N., Engberg J. (Eds.). Legal discourse across cultures and systems. Vol. 1. Hong Kong University Press, 2008. 365 p.

59. Brian A., Rutherford. A genre-theoretic approach to financial reporting research. *British Accounting Review*. 2013. Vol. 45. № 4. P. 297–310. DOI: 10.1016/J.BAR.2013.06.006.
60. Cardoso J. L. Circulating economic ideas: adaptation, appropriation, translation. *Режим доступу:* <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315628585-13/circulating-economic-ideas-adaptation-appropriation-translation-jos%20A9-lu%20ADs-cardoso> (дата звернення: 14.09.2024).
61. Cserne P., Małecka M. (Eds.). *Law and economics as interdisciplinary exchange: philosophical, methodological and historical perspectives*. Routledge, 2019. 320 p.
62. Das P. K., Das P. K. Improvement in Inflation Forecasting: Ensembling Text Mining with Macro Data in Machine Learning Models. *International Journal of Economics and Finance*. 2024. Vol. 16, № 6. P. 1–92.
63. Denti I. Financial Narratives. A multimodal analysis of newspaper articles. *Lingue e Linguaggi*, 2020. Vol. 40. P. 291–312. DOI: 10.1285/I22390359V40P291.
64. Deore A., Joshi S., Krishnan R. Theories underpinning empirical performance measurement research. *Research Handbook on Performance Measurement for Management Control*. Edward Elgar Publishing, 2024. P. 49–75.
65. Dzhumambetova G. The importance of translating economic terms. *Actual issues of linguistics and teaching foreign languages: achievements and innovations*. 2024. Vol. 1(1). P. 316–318. DOI: <https://doi.org/10.47689/TOPICAL-TILTFL-vol1-iss1-2024-pp316-318>
66. *Economics and Interdisciplinary Exchange*. Series: *Routledge Studies in the History of Economics*. [eds. Guido Erreygers] London : Routledge, 2001. 224 p.
67. Frances T. *The Financial Times: An Introduction*. *Business Information Review*. 1998. Vol. 15. № 1. P. 68–73. DOI: 10.1177/0266382984236669.
68. Galperin I. R. *Stylistics*. 3-rd ed. 1981. 334 p.
69. Goldbort R. *Writing for Science*. Yale University Press, 2006. 336 p.

70. Halliday M. A. Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective. Victoria : Deakin University Press, 1989. 256 p.

71. Halliday V. A. K. Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. London: Arnold, 1978. 256 p.

72. Hlavatska Y. Translation Transformations (The Case Study of the Literary Biography "Steve Jobs: A Biography" Chapters (Subchapters) Translation). Part Актуальні питання гуманітарних наук. 2024. Вип. 71. Ч. 1. Режим доступу: http://aphn-journal.in.ua/archive/71_2024/part_1/71-1_2024.pdf#page=192 (дата звернення: 14.09.2024).

73. Hodovanets N. I. Phrasal Verbs in English-Ukrainian Translation Науково-дослідний парадигматичний журнал. 2024. Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/65611/1/SCIENTIFIC-RESEARCH-A-PARADIGM-OF-INNOVATIVE-DEVELOPMENT-OF-SOCIETY.pdf#page=130> (дата звернення: 14.09.2024).

74. Ishchuk N., Neholiuk Y. Translating English Non-Equivalent Economic Lexis into Ukrainian. 2020. 13 p. Режим доступу: <https://jlingst.donnu.edu.ua/article/view/9339/9277> (дата звернення: 14.09.2024).

75. Ishchuk N., Svirhun A. New words in english business discourse: structural-semantic features and translation into ukrainian. Linhvistychni Studiyi. Linguistic Studies : collection of scientific papers. Vasyl' Stus Donetsk National University; Ed. by Anatoliy Zahnitko. Vinnytsia : Vasyl' Stus DonNU, 2023. Vol. 46. P. 35-46. DOI: <https://doi.org/10.31558/1815-3070.2023.46>

76. Jemielity D. Translation in intercultural business and economic environments. Режим доступу: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315670898-30/translation-intercultural-business-economic-environments-david-jemielity> (дата звернення: 14.09.2024).

77. Khrystiuk S. Specifics of english economic terminology translation. Mižnarodnij filologičnij časopis. Vol. 1. 2019. P. 94-99. DOI: [10.31548/philolog2019.01.094](https://doi.org/10.31548/philolog2019.01.094).

78. Kitcher P. The Cognitive Functions of Scientific Rhetoric. *Science, Reason, and Rhetoric*. 1995. №31. P. 47-52.

79. Kokkalis, Athanasios. Text analysis in economics. *Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain*. Prom. : Monti, Francesca, 2024. Режим доступа: <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:48620> (дата звернення: 14.09.2024).

80. Koller V. *Metaphor Clusters in Business Media Discourse: A Social Cognition Approach*: Ph.D. thesis. Vienna. 2003. 296 p.

81. Koller V. *Metaphor Clusters in Business Media Discourse: A Social Cognition Approach*. Doctoral Dissertation. Lancaster University, 2003. 255 p.

82. Lasswell H. D. *The structure and function of communication in society*. У : *The Communication of Ideas*, ed. by L. Bryson. New York : Harper and Brothers, 1948. 117 p.

83. Lebedieva A., Posadnieva O. Theoretical aspects of the study of financial and economic documentation translation peculiarities. Режим доступа: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/download/17204/17276> (дата звернення: 14.09.2024).

84. Locke D. *Science as Writing*. Yale: Yale University Press, 1992. 237 p.

85. Machin D., Van Leeuwen T. *Global Media Discourse: A Critical Introduction*. Routledge, 2007. 256 p.

86. Manette K., Kaisershot S., Prout S. These are financial times: a human rights perspective on the UK financial services sector. *The International Journal of Human Rights*. 2015. Vol. 19. № 6. P. 779–800. DOI: 10.1080/13642987.2015.1053746.

87. Mateo J. Neonyms for a crisis: Cognitive, terminological and socio-pragmatic aspects in the translation of new financial terms into Spanish. *Babel*. Vol. 60. I. 4. Jan 2014. P. 405-424. DOI: <https://doi.org/10.1075/babel.60.4.01mat>.

88. McCloskey D. N. *Knowledge and Persuasion in Economics*. Cambridge : Cambridge University Press, 1994. 320 p.

89. McCloskey D. N. *The Rhetoric of Economics*. Madison : University of Wisconsin Press, 1998. 256 p.
90. Mende J. K. *The Invention of Multilingualism*. Cambridge : Cambridge University Press, 2021. 320 p.
91. Munday J., Pinto S. R., Blakesley J. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. Routledge, 2022. 400 p.
92. Museanu E. *Economic Terminology – New Trends And Challenges*. *Romanian Economic Business Review*. 2023. Vol. 18. I. 2. P. 50-56. Режим доступу: <http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/journal/SU23/REBE-SU23-A6.pdf> (дата звернення: 14.09.2024).
93. Myers G., Myers G. *Writing Biology: Texts in the Social Construction of Scientific Knowledge*. Madison : University of Wisconsin Press, 1990. 141 p.
94. Newmark P. *A textbook of translation. Translating and interpreting*. 1987. 418 p.
95. Novikova E. Y., Chemeteva Y. V., Makhortova T. Y. *Multilingual Regional Investment Internet Portal as Linguistic and Cultural Transfer. Remote Investment Transactions in the Digital Age: Perception, Techniques, Law Regulation*. Cham : Springer Nature Switzerland, 2024. P. 183–192.
96. Novoseletska S. V., Ivchenko-Chekhodka Yu. V., Shapran N. V. *Grammatical problems of scientific and technical translation: "Academic phrase bank" in writing and editing in English*. Наукові записки Національного університету "Острозька академія": серія "Філологія". Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Vol. 19(87). P. 94–98. Режим доступу: [https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/8926/1/Grammatical%20problems%20of%20scientific%20and%20technical%20translation%20"academic%20phrase%20bank"%20in%20writing%20and%20editing%20in%20English.pdf](https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/8926/1/Grammatical%20problems%20of%20scientific%20and%20technical%20translation%20) (дата звернення: 14.09.2024).
97. Ónozó L. R., Arthur F. V., Gyires-Tóth B. *Leveraging LLMs for Financial News Analysis and Macroeconomic Indicator Nowcasting*. *IEEE Access*. 2024. 19 p. Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/iel8/6287639/10380310/10738800.pdf> (дата звернення: 14.09.2024).

98. Pernarivska T. P. Translation features of the of the special economic vocabulary. Т. Р. Pernarivska. Закарпатські філологічні студії. 2019. Vol. 8(2). P. 69-74. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/trphst_2019_8\(2\)__16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/trphst_2019_8(2)__16). (дата звернення: 14.09.2024).
99. Prelli L. J. *A Rhetoric of Science: Inventing Scientific Discourse*. New York : University Press of America, 1989. 256 p.
100. Samuels W. J. (Ed.). *Economics as Discourse: An Analysis of the Language of Economists*. Springer Science & Business Media, 2013. Vol. 21. 360 p.
101. Sandell R. *Linguistic Style and Persuasion*. Лондон: Academic Press, 1977. 329 с.
102. Scherer K. *Social Markers in Speech*. У: Scherer K., Giles H. (ed.). Cambridge: Cambridge University Press, 1979. P. 147–209.
103. Skirstad B., Kristiansen E. Volunteers at mega and major events – a review, *Research Handbook on Major Sporting Events*. Edward Elgar Publishing, 2024. P. 317–331.
104. Snell-Hornby M. *Translation Studies: An Integrated Approach*. John Benjamins Publishing, 1988. 220 p.
105. Toulmin S. *Science and the Many Faces of Rhetoric Science, Reason, and Rhetoric*. 1995. P. 47–63.
106. Van Dijk T. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage, 1998. 384 p.
107. Vindvad L., Hansen I., Pollach M., Malmose M. Journalistic evaluation in financial news. *Discourse & Communication*, 2022. Vol. 17. P. 199–220. DOI: 10.1177/17504813221133015.
108. Vlasenko N.I., Tolmacheva I. A. Translation features of technical texts (examples of economic texts). 2020. №4 (24). P. 218-223.
109. *Webster's Dictionary: Basic English Words for Daily Use*. USA : Nichols Industries, Ltd., 1998. 256 p.
110. XueTing R. On Analyzing the Linguistic Features of English Financial Reports. *Advances in Politics and Economics*, 2024. DOI: 10.22158/ape.v7n2p41.

111. Zhamardiy V., Olena SH., Denysovets I., Broslavska H., Kononets N. Translation Analysis of Ways of Financial and Economic Discourse English Terms Reproduction in Ukrainian. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. Vol. 5 (8). P. 80-86. Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/11408> (дата звернення: 14.09.2024).

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

112. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated July 1, 2024. 18 p.

113. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated July 15, 2024. 17 p.

114. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated July 29, 2024. 20 p.

115. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated August 12, 2024. 21 p.

116. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated August 26, 2024. 20 p.

117. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated September 9, 2024. 18 p.

118. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated September 23, 2024. 19 p.

119. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated October 7, 2024. 22 p.

120. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated October 21, 2024. 24 p.

121. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated November 4, 2024. 19 p.

122. Financial Times : newspaper. London, United Kingdom. Issue dated November 18, 2024. 22 p.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Глосарій економічних публіцистичних висловів

1.	<i>Hizbollah (n)</i>	Хезболла
2.	<i>kibbutz (n)</i>	кібуц
3.	<i>Rafah border crossing (n)</i>	пункт пропуску на кордоні
4.	<i>Start-up Nation (n)</i>	Нація стартапів
5.	<i>Federal Reserve (Fed) (n)</i>	Федеральна резервна система
6.	<i>10-year Treasury (n)</i>	облігації казначейства з терміном погашення в 10 років
7.	<i>a start-up visa (n)</i>	віза для стартапів
8.	<i>the shekel (n)</i>	шекель
9.	<i>Hamas (n)</i>	ХАМАС, Ісламський рух опору
10.	<i>Lex column (n)</i>	Рубрика Lex
11.	<i>Rafah crossing (n)</i>	пункт пропуску Рафах
12.	<i>The Gaza Envelope (n)</i>	Пояс Гази
13.	<i>Blackstone Group (n)</i>	Блекстоун Груп
14.	<i>Bracken House (n)</i>	Браккен-Хаус
15.	<i>10 Downing Street (n)</i>	офіційна резиденція на Даунінг-стріт, 10
16.	<i>the Libor rate (n)</i>	міжбанківська ставка пропозиції в Лондоні "Libor" (London Interbank Offered Rate)
17.	<i>Netflix password crackdown (n)</i>	обмеження доступу до облікового запису
18.	<i>a Lehman moment (n)</i>	"момент Леман" (термін відсилає до краху інвестиційного банку Lehman Brothers у 2008 році, який став символом початку глобальної фінансової кризи)
19.	<i>the Big Four (n)</i>	Велика четвірка аудиторських компаній, до якої входять Deloitte, PwC, Ernst & Young (EY) та KPMG
20.	<i>Eton College (n)</i>	Ітонський коледж
21.	<i>a net-zero (n)</i>	нульова емісія, баланс між викидами та абсорбцією вуглецю
22.	<i>a quantitative easing (n)</i>	збільшення грошової маси через викуп цінних паперів
23.	<i>a cryptocurrency (n)</i>	криптовалюта
24.	<i>a fintech (n)</i>	інновації у фінансах, фінтех

25.	<i>greenwashing (n)</i>	замилування очей показовою екологічністю
26.	<i>a metaverse (n)</i>	метасвіт
27.	<i>a deleveraging (n)</i>	делевериджинг, зниження боргового навантаження
28.	<i>a Unicorn status (n)</i>	небувалий успіх, зрівняний з єдинорогом на подвір'ї у наші дні
29.	<i>a downsizing (n)</i>	даунсайзинг, скорочення масштабів діяльності
30.	<i>a decoupling (n)</i>	роз'єднання економік, процес економічного чи політичного відокремлення
31.	<i>geoeconomics (n)</i>	геоекономіка, економіка, що залежить від геополітичних факторів
32.	<i>carbon credits (n)</i>	вуглецеві кредити
33.	<i>a digital nomad (n)</i>	цифровий кочівник
34.	<i>a crowdsourcing (n)</i>	краудсорсинг
35.	<i>a reshoring (n)</i>	репатріація виробництва
36.	<i>a datafication (n)</i>	датифікація, перетворення інформації в дані для аналізу
37.	<i>an eco-anxiety (n)</i>	еко-тривога, тривога спричинена новинами про екологічні проблеми
38.	<i>a Regtech (n)</i>	регтех, регуляторні технології
39.	<i>Gig economy (n)</i>	економіка тимчасової зайнятості
40.	<i>Zero Trust (n)</i>	модель нульової довіри
41.	<i>a shadow banking (n)</i>	тіньова банківська діяльність
42.	<i>a Techlash (n)</i>	техноудар
43.	<i>Hyperloop (n)</i>	Гіперлуп
44.	<i>a Edtech (n)</i>	Едтех, освітні технології
45.	<i>a stakeholder capitalism (n)</i>	капіталізм зацікавлених сторін
46.	<i>a cloud computing (n)</i>	хмарні обчислення, хмара
47.	<i>Blockchain (n)</i>	Блокчейн
48.	<i>a circular economy (n)</i>	циркулярна економіка
49.	<i>Deepfake videos (n)</i>	Відео, створені за допомогою технології дінфейк
50.	<i>a dark store (n)</i>	дарк-стор
51.	<i>a moonshot (n)</i>	амбітний проєкт
52.	<i>an agtech (n)</i>	агротехнології
53.	<i>a Zoom fatigue (n)</i>	втома від відеоконференцій
54.	<i>a biohacking (n)</i>	біохакинг

55.	<i>a clicktivism (n)</i>	кліктивізм, активізм через кліки
56.	<i>a smart contract (n)</i>	смартконтракт
57.	<i>a micro-mobility (n)</i>	мікромобільність, екотранспорт для коротких відстаней
58.	<i>a workation (n)</i>	воркейшн, робота з місць для відпочинку
59.	<i>a digital twin (n)</i>	цифровий двійник, віртуальна копія фізичного об'єкта
60.	<i>to tighten their belts (v)</i>	затягнути паски
61.	<i>a bull market (n)</i>	ринок із тенденцією до зростання
62.	<i>a bear market (n)</i>	ринок із тенденцією до зниження
63.	<i>an economic engine (n)</i>	економічний двигун
64.	<i>a financial storm (n)</i>	фінансова буря
65.	<i>a liquidity crunch (n)</i>	криза ліквідності, дефіцит ліквідності
66.	<i>to bridge the gap (v)</i>	згладжувати розрив, перекривати розрив
67.	<i>a ripple effect (n)</i>	ланцюгова реакція
68.	<i>a soft landing (n)</i>	м'яка посадка
69.	<i>a meltdown (n)</i>	обвал
70.	<i>a bubble burst (n)</i>	Лопання бульбашки
71.	<i>an economic backbone (n)</i>	хребет економіки
72.	<i>overshadowed (n)</i>	зат'марив
73.	<i>to fuel growth (v)</i>	підживлювати зростання
74.	<i>a tipping point (n)</i>	переломний момент
75.	<i>a cloud of uncertainty</i>	хмара невизначеності
76.	<i>spiralling into a regional conflict(v)</i>	розпал тліючої війни
77.	<i>to freeze assets (v)</i>	замороження активів
78.	<i>an economic rollercoaster (n)</i>	економічні гірки
79.	<i>a cash cow (n)</i>	дійна корова
80.	<i>green shoots of recovery (n)</i>	зелені паростки відновлення
81.	<i>bricks-and-mortar stores (n)</i>	традиційні магазини, магазини з фізичною локацією, фізичні магазини.
82.	<i>an economic lifeline (n)</i>	економічне рятувальне коло
83.	<i>a tidal wave (n)</i>	хвиля безробіття
84.	<i>a skeleton staff (n)</i>	кістяковий штат
85.	<i>a burn rate (n)</i>	спалювання бюджету
86.	<i>a runway for growth (n)</i>	подушка безпеки
87.	<i>an anchor currency (n)</i>	якірна валюта
88.	<i>to break the glass ceiling (n)</i>	пробивати скляну стелю

89.	<i>to flood the market (v)</i>	<i>розростись на ринку</i>
90.	<i>to harvest profits (v)</i>	<i>збирати "врожай"</i>
91.	<i>underwater loans (n)</i>	<i>кредити економічних потопельників</i>
92.	<i>a surge (n)</i>	<i>сплеск</i>
93.	<i>to play one's cards right (v)</i>	<i>грамотно скористатися можливостями, використати вигідну стратегію</i>
94.	<i>a level playing field (n)</i>	<i>рівні умови гри</i>
95.	<i>to hit the ground running (v)</i>	<i>з ентузіазмом розпочати</i>
96.	<i>to burn the midnight oil (v)</i>	<i>працювати до пізньої ночі, працювати до ранку</i>
97.	<i>to keep head above water (v)</i>	<i>триматися на плаву</i>
98.	<i>to cut corners (v)</i>	<i>економити на якості</i>
99.	<i>to be back to square one (v)</i>	<i>повернутися до початкової точки, почати все з нуля</i>
100.	<i>to throw in the towel (v)</i>	<i>здатися, припинити спроби, опустити руки</i>
101.	<i>to take a back seat (v)</i>	<i>відійти на другий план, втратити пріоритетність</i>
102.	<i>to bite the bullet (v)</i>	<i>прийняти складне рішення, змиритися з чимось неприємним, зціпити зуби</i>
103.	<i>to be on the same page (v)</i>	<i>бути на одній хвилі</i>
104.	<i>the ball is in your court (n)</i>	<i>Ваша черга</i>
105.	<i>to go the extra mile (v)</i>	<i>докласти всіх зусиль</i>
106.	<i>in the red (adv)</i>	<i>працювати в мінус</i>
107.	<i>in the black (adv)</i>	<i>вийти в плюс</i>
108.	<i>to foot the bill (v)</i>	<i>взяти на себе витрати, оплатити рахунок, нести витрати</i>
109.	<i>a drop in the ocean (n)</i>	<i>крапля в морі</i>
110.	<i>to turn a blind eye (v)</i>	<i>закривати очі, ігнорувати</i>
111.	<i>a golden handshake (n)</i>	<i>золотий парашут</i>
112.	<i>to pull the plug (v)</i>	<i>"обірвати живлення"</i>
113.	<i>to jump on the bandwagon (v)</i>	<i>підхопити популярний тренд</i>
114.	<i>a rainy day (n)</i>	<i>чорний день</i>
115.	<i>to break the bank (v)</i>	<i>влетіти в копійчку</i>
116.	<i>under the table (adv)</i>	<i>нелегально, таємно</i>
117.	<i>to make ends meet (v)</i>	<i>зводити кінці з кінцями</i>
118.	<i>to cost an arm and a leg (v)</i>	<i>коштувати шалених грошей, коштувати цілий статок</i>
119.	<i>to throw money down the drain (v)</i>	<i>викидати гроші на вітер</i>

120.	<i>cash in on (adv)</i>	<i>робити гроші, отримувати вигоду</i>
121.	<i>the bottom line (n)</i>	<i>суть у тому, що, головне те, що</i>

РІШЕННЯ ЕКСПЕРТНОЇ КОМІСІЇ КАФЕДРИ ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

ПРО ДОПУСК КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ ДО ЗАХИСТУ

Підтверджуємо ознайомлення з результатами звіту/звітів перевірки роботи, продукуваними програмно-технічним засобом (ами), на наявність текстових збігів:

Назва кваліфікаційної роботи Прийоми перекладу лексики сфери економіки (на матеріалі газети "Financial Times").

Автор Масловська М.В.

Освітня програма: Германська філологія та перекладознавство: англійська мова та друга іноземна мова»

Спеціальність: 035 Філологія

Науковий керівник: к.філол. н., доцентка Давидюк Ю.Б.

Після аналізу звіту/звітів зроблено такий висновок:

№	Висновок	Позначка про відповідність
1	Запозичення, виявлені в роботі, є законними і не є академічним плагіатом (далі – зазначаються підстави віднесення запозичень до правомірних, якщо потрібно). Робота приймається до захисту.	✓
2	Виявлені запозичення не є академічним плагіатом, розміщені в розділах, які не описують безпосередньо авторське дослідження, але кількість цитат перевищує обсяг, виправданий поставленою метою роботи (далі – зазначаються детальні та аргументовані підстави віднесення запозичень до правомірних). Робота приймається до захисту, але має бути відкоригована.	
3	Виявлені запозичення не є академічним плагіатом, але частково розміщені в розділах, які описують безпосередньо авторське дослідження, а кількість цитат перевищує обсяг, виправданий поставленою метою роботи. Робота може бути допущена до захисту після того як буде відкоригована та доопрацьована і успішно пройде повторну перевірку на академічний плагіат.	
4	Робота містить навмисні текстові спотворення, передбачувані спроби укриття текстових запозичень або інші прояви академічного плагіату. Робота містить фабрикацію або фальсифікацію даних. Робота не допускається до захисту.	
5	Інше:	

Підтвердження:

Робота вислана відповідно до вимог Вказівки на роботу
не перевірялася експертною комісією. Робота допускається
до захисту.

Дата 27.12.2024

Завідувач кафедри

[Підпис] Катерина Тарасюк
Підпис Ім'я, прізвище

Гарант освітньої програми

[Підпис] Катерина Тарасюк
Підпис Ім'я, прізвище

Керівник кваліфікаційної роботи

[Підпис] Юлія Давидюк
Підпис Ім'я, прізвище