

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології

Кафедра перекладознавства та прикладної лінгвістики

Особливості перекладу безеквівалентної лексики у текстах ЗМІ (на прикладі англійсько-українського та українсько-англійського перекладу)

Кваліфікаційна робота (проект)  
на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр”

Виконала: студентка 431 групи  
Спеціальності 035.04 Філологія  
(германські мови та літератури  
(переклад включно) (переклад))  
Освітньо-професійної програми  
«Філологія (германські мови та літератури  
(переклад включно))»  
Жмакіна Таїсія Олександрівна

Керівник к. філол. н., доц. Акішина М. О.

Рецензент к. філол. н., доц. Просяннікова Я.М.

Херсон – 2020

## Зміст

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні засади перекладу текстів ЗМІ.....	6
1.1. Специфічні риси текстів ЗМІ .....	6
1.2. Стилiстичні особливості перекладу англійськомовних текстів ЗМІ.. .....	12
1.3. Класифікація безеквівалентної лексики.....	17
Розділ 2. Специфіка перекладу безеквівалентної лексики в текстах ЗМІ.....	25
2.1. Прийоми перекладу безеквівалентної лексики.....	25
2.2. Особливості перекладу власних назв організацій, компаній та заголовків у текстах ЗМІ.....	37
Висновки.....	47
Список використаної літератури.....	49

## ВСТУП

Сучасний етап розвитку сфери міжкультурного спілкування характеризується швидкими темпами обміну інформацією завдяки використанню електронних засобів, за допомогою чого створюється загальний інформаційний простір. Водночас, швидкими темпами розвивається наука і техніка, виникають нові політичні, економічні, наукові поняття, що не мають прямих еквівалентів.

Що стосується медицини, науки, інформаційних технологій, то вони не стоять на місці, тобто, з'являється багато термінів і лексичних одиниць, які тимчасово не мають аналогів в інших мовах. Ці поняття не мають дослівного перекладу та позначаються як *«безеквівалентна лексика»*. Крім неологізмів до безеквівалентної лексики належать інші слова і вирази, які відображають культуру народу.

Щодо текстів ЗМІ то до них ми можемо віднести газети, журнали, теле- та радіо-репортажі, коментарі, інтерв'ю, новинні та рекламні матеріали. Однією з особливостей текстів ЗМІ є притаманність клішованих виразів, жаргонізмів, іншомовних слів та відступів від норми.

Таким чином, **актуальність** цієї роботи полягає в тому, що тексти ЗМІ впливають на сучасне суспільство, оскільки тексти засобів масової інформації є однією з найбільш поширених форм існування мови. Розвиток текстів ЗМІ: преси, радіо, телебачення, поява нових комп'ютерних інформаційних технологій, глобалізація світового інформаційного простору мають величезний вплив на процес виробництва і розповсюдження слова.

**Мета** даного дослідження полягає у виявленні найбільш продуктивних способів перекладу безеквівалентної лексики українською та англійською, що міститься в текстах ЗМІ.

Для досягнення поставленої мети в ході роботи вирішуються такі **завдання:**

- 1) Визначити основні специфічні риси текстів ЗМІ.
- 2) Виявити стилістичні особливості перекладу англомовних текстів ЗМІ.
- 3) Вивчити класифікацію безеквівалентної лексики.
- 4) Проаналізувати основні прийоми перекладу безеквівалентної лексики.
- 5) Охарактеризувати особливості перекладу власних назв організацій, компаній та заголовків у текстах ЗМІ.

**Об'єктом нашого дослідження** є лексичні одиниці, які не мають ні повних, ні часткових еквівалентів в іншій мові.

**Предметом дослідження** є способи перекладу безеквівалентної лексики, що використовуються в текстах англійськомовних і українськомовних ЗМІ.

**Матеріалом дослідження** слугували англійськомовні та українськомовні статті, взяті з різних інтернет-видань, а саме: американський журнал «CNN Business», «Foreign Affairs», «Forbes» та «The New York Times».

**Практична значимість нашого дослідження** полягає у використанні студентами цієї інформації під час вивчення таких навчальних курсів, як «Лексикологія», «Лінгвокраїнознавство», «Практика усного та писемного повлення», «Історія англійської мови» та «Вступ до перекладознавства», а також при написанні курсових та дипломних робіт.

Для досягнення мети нашого дослідження були використанні такі **методи:** порівняльного (виявлення схожостей і розбіжностей однотипових властивостей досліджувальних об'єктів), компонентного ( зміст слова/виразу можна описати за допомогою синонімів або ж розгорнутих тлумачень) та контекстуального (вивчення функціональної специфіки слів та їх значень) аналізу.

**Апробація результатів роботи.** Результати дослідження було викладено в

тезах «Особливості перекладу безеквівалентної лексики у текстах ЗМІ» і опубліковано у матеріалах I-ої Міжнародної науково-практичної конференції «МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В НАУКОВОМУ І ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ» (28-29 квітня 2020, Українсько-німецький інститут Одеського національного політехнічного університету)

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, загального висновку і списку використаних джерел. Обсяг основного тексту роботи становить 48 сторінок.

## РОЗДІЛ 1

### ПОНЯТТЯ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ У ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.

#### 1.1. Специфіка мови текстів ЗМІ

На сьогоднішній день проблема перекладу текстів ЗМІ з кожним днем стає все більш актуальною, оскільки засоби масової інформації впливають на життя суспільства, на свідомість і уявлення людей.

Проблема перекладу текстів ЗМІ завжди досить гостро стояла перед перекладачами. Під «*текстами ЗМІ*» слід розуміти не просто газети або журнали, а й різні звукові матеріали, наприклад, телерепортажі, програми, інтерв'ю, ток-шоу. Все це входить в поняття «*електронна преса*». В останні роки в це поняття було долучено такі елементи, як Інтернет ресурси, де представлені практично всі новинні портали світу [15, с. 23].

Однією з найголовніших особливостей текстів ЗМІ є поєднання **повідомлення** та **впливу**. Не зважаючи на те, що головна специфіка текстів ЗМІ це передача інформації – вона буває двох видів: впливова та нейтральна (тобто ніяк не впливає на аудиторію). Тексти ЗМІ – це не тільки газетно-журнальні тексти, але й радіо - і телерепортажі, інтерв'ю, різні телевізійні програми, фільми – саме це і є масовою інформацією та іноді її ще називають «*електронною пресою*». В більшості випадках передача інформації супроводжується прямим або завуальованим засобом, яка пробуджує у людей певні емоції, почуття та привертає увагу.

Термін «*електронна преса*» в останні роки набув більш широкого сенсу, а саме Інтернет з кожним днем стає все більш популярним і люди все частіше

надають перевагу саме цьому засобу масової інформації, ніж газетно-журнальним текстам.

Варто також сказати, що існують типи текстів, які характерні для одних ЗМІ, але відрізняються від інших типів тексту, наприклад, редакційна стаття відноситься до письмової преси. Те ж саме відноситься і до інших видів статей, наприклад, оглядовим або критичним, які за своєю сутністю є газетно-журнальним жанром. В цьому розумінні Інтернет – в технічному сенсі «електронне» ЗМІ та за своїми відмінними рисами належить до газетно-журнальної преси.

Серед жанрово-тематичних різновидів текстів ЗМІ можна розрізнити такі типи:

- новині або інформаційні факти (послідовність подій);
- коментарі ( пояснення );
- аналітичні або публіцистичні огляди на різні тематики (політика, економіка, життя суспільства, проблеми соціального характеру, культура, наука та ін.)
- інтерв'ю;
- спортивні новини і репортажі з місця подій ;
- рекламні компанії, оголошення та ін.

Як відомо, всі вищезазначені жанрово-тематичні різновиди текстів можна зустріти в газетах, в журналах, на радіо, телебаченні і в Інтернеті. Безумовно, кожне з засобів масової інформації має свої особливі властивості, з огляду на це кожен з названих вище жанрів реалізується в них по-різному. Проте, є характеристики, які існують незважаючи на різновид ЗМІ. Інакше кажучи, інформаційний документ/запис завжди буде різнитися від, наприклад, аналітичного огляду, примітки або інтерв'ю (однак, якщо говорити про

телевізійні та радіо новини, інтерв'ю чи коментар, або ж, роз'яснення можуть стати складовою частиною програми новин).

Крім цих та деяких інших жанрово-тематичних різновидів текстів, є особливості, які загальні для всіх ЗМІ, але невластиві іншим. Так наприклад, редакційна стаття є приналежністю «друкарської» преси, зокрема газети. Те саме можна сказати і до статей іншого напрямку, які за визначенням є газетно-журнальним жанром. Якщо звернути увагу на різноманіття форм подачі різної інформації, то Інтернету притаманні, і жанрові характеристики, які властиві газетно-журнальній пресі.

Що стосується радіо та телебачення, то їм властива особливість, яка відіграє одну з найголовніших ролей на сьогодні, а саме те, що люди можуть побачити на власні очі та почути всі події, які відбуваються в країні та закордоном.

Телебачення володіє такими жанрами, як фільм (документальний, науковий, фантастичний), ток-шоу (в запису і в прямій трансляції), теледебати, пряма трансляція з місця подій та ін.

Різні жанри ЗМІ по-різному можуть характеризуватися співвідношенням і кількістю елементів повідомлення, різним набором експресивних засобів. Професійний перекладач повинен вміти розпізнавати це співвідношення і адекватно передавати це в своєму перекладі [14, с. 65].

Для текстів ЗМІ характерний такий вид перекладу, як інформативний переклад.

**Інформативний переклад** – вид перекладу, що виділяється на підставі характеру перекладних текстів, їх жанрово-стилістичної класифікації, характеризує переклад спеціальних (наукових, науково-технічних, документів тощо) текстів [3, с. 135].



В основі мовної поведінки деяких друкованих та електронних видань лежить орієнтованість на фамільярність, неофіційність, невимушеність мовного спілкування з читачем. Величезний потенціал бульварних видань пов'язують з тим, що вона перевела свою увагу на ситуації і явища, які в більшій мірі пов'язані зі сферою побуту, тобто, в ній стало більше розмовного стилю [8, с. 20].

Виділяють 5 функцій ЗМІ в залежності від типу інформації:

1. Інформаційна (новини, актуальна інформація);
2. Оцінна (дається оцінка новин);
3. Пізнавально-просвітницька (повідомляється інформація наукового або культурного плану);
4. Функція впливу (дається інформація, що впливає на погляди і думку людей);
5. Розважальна (інформація, що носить розважальний характер).

Якщо не зважати увагу на особливості, які характерні для кожного жанру мови, слід відрізняти текст різноманітних оглядів, репортажів, аналітики від тексту політичного коментаря або спортивних новин. Перекладач повинен мати уявлення в цілому щодо терміну, оскільки саме ці особливості багато в чому визначають специфіку перекладу в сфері масової комунікації.

Професійний перекладач повинен розумітися в усіх сферах життя людей та повинен навчитися адекватно передавати співвідношення інформації та експресивних мовних засобів.

Мова ЗМІ володіє певним різноманіттям характеристик:

1. Велика кількість кліше і стійких виразів, термінів, штампів, метафор;
2. Експресивність для того, щоб привернути увагу читача, оцінка того чи іншого виразу, наявність оціночних епітетів;
3. Насиченість цитатами, різноманітними реаліями, алюзіями;

4. Використання сленгу, зниженою або навіть розмовної лексики;
5. Широке застосування фразеологізмів, ідіом, крилатих виразів, гри слів, каламбурів;
6. Використання таких фігур мови як, літота, гіпербола, метафора, метонімія та інші;
7. Характерна риса письмових текстів ЗМІ – заголовки газет і журналів, побудовані на каламбурах, на грі слів, на цитатах [8, с. 18].

Перелік вищенаведених прикладів можна було б продовжувати до нескінченності, але цього цілком достатньо, щоб зрозуміти, що тексти ЗМІ постають проблемою, яка потребує професійного рішення. Здебільшого, у схожих випадках дослівний та буквальний переклад неможливий, і щоб підібрати найвлучніший переклад потрібне прекрасне почуття мови, винахідливість і кмітливість.

Втім, перекладаючи ідіоматичні, фразеологічні, образні вирази та інші експресивні елементи тексту є можливість адекватно передати ідіому в тексті оригіналу за допомогою ідіоми на мову перекладу (аналогічної за структурою / лексичним складом або ж по тій комунікативній функції, яку вона виконує), немає підстави цього не зробити, втім тільки тоді, коли ідіоми належать один одному не тільки за змістом, але і за стилістичними та іншими параметрами. Наприклад: *to follow in somebody 's footsteps* - *ними за чиймись слідами*; *to burn one's boats / bridges* - *спалювати (свої) кораблі / (за собою) мости*; *to give publicity / to make public* - *оприлюднювати та ін.* [21]. Але, якщо ж немає схожих відповідників на фразеологічному рівні, переклад мусить відбуватися додатковими засобами – з використанням усіх параметрів еквівалентності.

Сучасні підходи до вивчення мови ЗМІ ґрунтуються на міждисциплінарності, яка допомагає досягти комплексного вивчення об'єктів. Дослідження мови ЗМІ в цілому, допоможе акцентуватися на певних мовах.

Тому теоретичний аспект мови ЗМІ становить величезне коло питань, які відносяться до різних сторін, комунікативним ланкам мови мас-медіа.

Варто також відзначити, що існують відмінності між Інтернет - ЗМІ та їх друкованими аналогами.

В Інтернет-виданнях інформація для читача підноситься трохи інакше, ніж в друкованих. Оскільки, електронні версії журналів, газет мають абсолютно нові комунікативні та технічні можливості. При перенесенні публікацій з *offline* в *online* режим відбувається дві зміни: технологічна і типологічна [15 с.222].

По-перше, читачу необхідно спеціальне обладнання для читання електронної версії, а також деякі вміння та навички роботи з ними.

По-друге, перед читачами постає нове видання – це вже не газета чи журнал, в звичному їх розумінні, а електронне видання з комплексом навігаційних і комунікативних функцій: зворотний зв'язок з читачем, оцінка матеріалу видання, гіперпосилання, обговорення на форумах. Стовпці текстів, які відкриваються за допомогою кліка, рекламні банери, які також пропонують «клікнути» на себе. Все це веде до висновку про те, що Інтернет- видання відрізняються від друкованих ЗМІ:

- 1) технологічністю
- 2) гіпертекстуальністю [15 с. 225].

Орієнтація на книжність тягне проникнення іноземних слів, високу лексику, термінологію, церковний пласт лексики. Наприклад, економічні терміни присутні не тільки в ділових передачах або виданнях, а й в будь-яких журналістських виступах, які стосуються економічної тематики.

Підсумовуючи вище сказане, ми можемо зробити висновок, що ЗМІ відіграють велику роль в житті кожної людини. Серед основних засобів масової інформації можна виділити телебачення, радіо і пресу. Також, варто відзначити, що даний вид має свої особливості, але при цьому, кардинально не відрізняється

від друкованих версій. Мова ЗМІ також насичена емоційними і експресивними засобами, наповнена стислістю і лаконічністю.

## **1.2. Стилiстичнi особливостi перекладу англiйськомовних текстiв ЗМI**

Iснує два найважлившiх рiзновида перекладу будь-якого жанру твору – письмовий та усний. Багато дослiдникiв вважають, що це рiзнi види дiяльностi, та перекладач повинен мати певнi навики, щоб переклад був адекватним. Але справжнiй науковець-професiонал успiшно поєднує навички рiзностороннього перекладача. Хоча, iснує такий вид перекладу, котрий не кожен зможе опанувати, а саме – синхронний переклад. Професiя синхронiста є особливо *«специфiчною»* та вимагає особливих навичок i психофiзiологiчних характеристик.

Кожен з рiзновидiв перекладу подiляється на пiдвиди:

**Письмовий переклад** являє собою:

- науково-технiчний переклад
- газетно-iнформацiйний переклад
- переклад газетно-журнальної публiцистики
- переклад рiзної документацiї
- банкiвський та фiнансовий переклад
- художнiй переклад
- переклад реклами
- переклад радiо, телепередач, кiнофiльмiв

Що стосується **усного перекладу** – його можна подiлити на :

- послiдовний переклад – переклад конференцiй, спiвбесiд, лекцiй та iн.
- синхронний переклад – переклад рiзних мiжнародних подiй, пресконференцiй та iн. здiйснюється в окремих кабiнках, а також iснує

«нашіптування» або ж «шушуташ» (від фр. "chuchotage") – переклад відбувається напівголоса, на вухо співрозмовнику без використання обладнання.

- переклад з листа.

Оскільки тексти масової комунікації існують як в письмовій, так і в звуковій формі, переклад в сфері ЗМІ також наявний в обох своїх головних видозмінах.

Безсумнівно, саме письмовий переклад більш використовується в газетно-журнальних та публіцистичних жанрах. Однак, деякі з жанрів текстів ЗМІ також можуть бути в письмовій формі. Оскільки, більшість фільмів, відео- та телепередач перекладаються не «на слух», а з листа.

Усний послідовний переклад дуже часто використовується в теле- та радіо інтерв'ю, але ж якщо матеріал йде в ефір у записі, то при подальшому монтажі переклад (нерідко у редагованому або стислому вигляді) накладається на голос мовця, котрий після перших ж слів приглушується.

Особливу увагу перекладачу потрібно звернути на мовний етикет, тоді як він не тільки повинен знати до кого і як потрібно звернутись (наприклад, перекладаючи «*Dear Mr. President*», більш доречним буде сказати «*Шановний пане Президенте*», але не «*Дорогий пане Президенте*», а що стосується «*Ladies and gentlemen*», повинна бути форма «*Пані та Панове*», але ні в якому разі «*Леді та Джентльмени*»), також він повинен мати величезний словниковий запас, в якому присутні різні мовні кліше та фразеологічні звороти.

Наведемо один приклад: Якщо у відповідь на запитання англомовний співрозмовник скаже «*You can say that again!*», це означає не прохання повторити сказане, а безумовну згоду з думкою співрозмовника .

Тобто, найвдалішим еквівалентом цього перекладу можна вважати «*Саме так!*» або ж «*Абсолютно вірно!*» . Таких прикладів в розмовній мові існує

безліч та саме вони показують наскільки добре перекладач володіє мовною підготовкою діалогічного спілкування.

Лексика текстів ЗМІ має:

- окрасу емоціональної-експресивності
- мову, яка постійно модернізується
- постійно з'являються неологізми, фразеологізми та розмовна лексика

В перекладі текстів ЗМІ можна помітити велику кількість **лексичних трансформацій**, таких як:

- конкретизація – пов'язана з заміною лексичної одиниці абстрактного значення на лексичну одиницю з більш вузьким значенням (*meal – сніданок, обід, вечеря; рука – hand, arm; mother-in-law - теща, свекруха*);

- генералізація – протилежне конкретизації (*Йому наснився жах – He had a nightmare; I met a man 6 feet 2 inches tall – Я зустрів людину високого зросту*);

- додавання – це введення в текст перекладу елементів, котрі можуть задовольнити критерії прийнятності його функціонування (*The Prime-Minister adressed the people from the window of Number 10 – Прем'єрМіністр звернувся до народу скрізь вікна своєї резиденції за адресою Даунінг Стрім 10* );

- антонімічний переклад – це заміна позитивного на негативне в перекладі та навпаки (*He is not unworthy of her compassion. – Він заслуговує на її співчуття*) [20].

Не зважаючи на лексичні труднощі, виникають ще й **граматичні особливості**, котрі можна поділити на: **морфологічні** та **синтаксичні**.

Наведемо приклади граматичних особливостей на прикладі англійських заголовків:

- Більша частина дієслівних заголовків: *Floods Hit Scotland, William Faulkner Is Dead, Exports to Ukraine Are Rising.* ;

- Вилучення підмету : *Hires Teen-Agers as Blisters, Want No War Hysteria in Texas Schools.*;

- Використання інфінітиву, за для позначення майбутнього часу: *Japan To Resume Testing, Builders To Vote on New Contract, Global Unions To Fight Monopoly.* [19].

Існує велика кількість структурно-граматичних трансформацій, щоб переклад був адекватним.

Окрім структурно-граматичних трансформацій, існують також **лексико-граматичні**:

1. Антонімічний переклад;
2. Експлікація;
3. Компенсація.

Багато дослідників кажуть, що при перекладі українською використовують такі граматичні трансформації, як дослівний переклад та поєднання речень. Що стосується замін, то їх можна поділити на :

- заміна форм слова :

1. Заміни числа у іменників ( *овес – oats, картопля – potatoes, околиця - outskirts, капуста – cabbages*)

2. Заміна часу дієслів (*He lives in London. - He lived in London. – Він живе у Лондоні. – Він жив у Лондоні.*)

- заміна частин мови (*He gave a loud whistle. – Він голосно свиснув. The British government. – уряд Англії.*)

- заміна членів речення (*The car was broken by their relatives. – Їх родичи зламали машину. The crash killed 106 people. – В результаті авіакатастрофи загинуло 106 людей.*)

- заміна простого речення на складне (*I like watching her dance.* – Я люблю дивитись, як вона танцює. *They looked sort of poor.* – Було видно, що вони були досить бідними.)

- заміна головного речення підрядним (та навпаки) (*While I was drinking my green tea , my parents came in.* – Я пив зелений чай, коли ввійшли мої батьки.)

- заміна союзного типу зв'язку безсполучниковим (*It was cold as ice and the windows were all in patterns.* – Мороз був сильний, всі вікна мали узор.) [21].

Українським та англійським текстам притаманні елементи розмовної лексики. В англійських оригіналах схожі елементи супроводжуються більш вільним характером, іноді, навіть, переважають жаргонізми. Тому, перекладачу потрібно змінювати жаргонізми та розмовний стиль на більш нейтральний, доступний кожному читачу.

В кожній мові публіцистичному стилю притаманна стислість. Однак, якщо порівнювати з англійською мову, то в ній зазвичай дотримуються цього правила більше. В результаті чого, потрібно шукати більш спрощений варіант перекладу.

Що стосується перекладу термінів, то вони не повинні володіти емоційністю та експресивністю. Однак, переклад термінів викликає певні труднощі, оскільки доволі складно знайти точний еквівалент, тому перекладач може сам створити свій власний переклад, тим самим започаткувати новий термін.

Саме це породжує «авторські терміни», які можуть перекладатись по-різному в залежності від сфери використання.

Варто також відзначити і труднощі перекладу скорочень, оскільки перекладач повинен обов'язково давати їм пояснення. В американських і англійськомовних друкованих виданнях прийнято вказувати титул політичного діяча. Назви та імена найчастіше використовуються в скороченій формі.



Якщо ці імена невідомі читачам, перекладач повинен зробити примітку з поясненням.

Підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що переклад текстів ЗМІ доволі складний процес, який потребує особливої уваги. Чітких правил коли і які треба використовувати прийоми перекладів немає, тому перекладач сам повинен володіти фоновими та екстралінгвістичними знаннями, які допоможуть йому адекватно відтворити переклад.

### **1.3.Класифікація безеквівалентної лексики**

Безеквівалентну лексику дуже часто розглядають як окремий вид перекладознавства, тому що це слова іномовного походження, котрі позначають предмети, процеси та інші **реалії** з життя інших країн. Складність полягає в тому, що в мові перекладу не існує еквіваленту, оскільки це місцеве явлення, котре притаманне певному довкіллю.

Л. С. Бархударов під терміном «безеквівалента лексика» вважає, що це «Стійкі словосполучення/вирази, які не мають еквівалентів серед лексичних одиниць іншої мови » [2 с. 94].

В. Н. Комісаров розпізнає безеквівалентну лексику як «позначення специфічних явищ, які притамані певній культурі та є продуктом кумулятивної функції мови і можуть розглядатися як змістиліще знань, присутніх в свідомості мовців » [11 с. 37].

А. Д. Швейцер проголошує те, що безеквівалентна лексика це «Лексична одиниця, яка служить для позначення реалій, які притамані певним культурам та, які не мають відповідників ні в якій іншій культурі» [18,с.108].

А. В. Федоров під безеквівалентной лексикою розуміє слова, які «Позначають національні особливості специфічних реалій» [17, с. 146].

Мовознавець, українського походження, М. П. Кочерган акцентує увагу на об'єднаності понять «безеквівалентність» та «лакуна» і зауважує, що у науковій літературі ці терміни вживаються синонімічно і тлумачаться як слова, що відсутні в певній мові. На думку вченого, безеквівалентна лексика складає не більше 6 - 7% загальної кількості слів, які найчастіше вживаються у повсякденному житті [12, с. 171-172].

Болгарські лінгвісти С. П. Флорін і С. І. Влахов пропонують своє визначення безеквівалентної лексики, яке досить помітно звужує рамки такої лексики. У їх розумінні, *безеквівалентная лексика* – це «лексичні одиниці, котрі не мають перекладацьких еквівалентів в жодній мові» [4, с. 51]. Вчені пропонують розрізняти реалії від такої лексики, оскільки безеквівалентна лексика є більш широким поняттям, ніж реалії.

С. Влахов та С. Флорин пропонують таку класифікацію безеквівалентної лексики:

1. Екзотизми – запозичення з інших мов, які володіють певним місцевим колоритом.
2. Варваризми – іномовні слова, котрі описують традиції та звичаї іншої культури.
3. Локалізми – слова, котрі притаманні певній місцевості і використовуються тільки там.
4. Лакуни – поняття, котрі не мають аналогів в інших мовах .

Л. К. Латишев виділяє такі 4 класу безеквівалентної лексики [13, с. 177]:

1. Слова-реалії;
2. Тимчасово безеквівалентні терміни;
3. Лакуни;
4. Структурні екзотизми.

Крім того, багато вчених вважають, що *реалія* – це лише один з багатьох компонентів безеквівалентної лексики. На підтвердження цих слів були приведені класифікації вчених, наданих вище. Одним з досить суперечливих понять, яке співвідноситься з поняттям «*реалія*», є термін «*лакуна*». Але навіть у сучасній лінгвістиці це поняття не визначене остаточно.

Підтвердженням цього є той факт, що в науковій літературі замість цього терміна, використовуються інші, наприклад, «*реалія*».

В англійській мові поняття лакуни і реалії зливається воедино.

Міжмовні зіставлення системи термінів дозволяють нам виявити, які саме лексичні одиниці можуть бути використані для забезпечення еквівалентності тимчасово безеквівалентних термінів, виходячи з бази загальноживаної і вузькоспеціальної лексики.

Певну кількість безеквівалентної лексики англійської мови можна класифікувати як «**тимчасово безеквівалентні терміни**» – вони мають певні характеристики, котрі притаманні словам реаліям. Ця лексика обумовлена нерівномірними досягненнями науки, культури, техніки, що є результатом новизни.

Як відомо, що США та інші розвинуті країни світу мали найбільший розвиток у сфері банківських, податкових та страхових справ, ось наприклад, такі терміни, як *investment, marketing, merchandising, underwriting* певний час не мали українського еквіваленту, тобто деякий час вони залишалися тимчасово безеквівалентними.

Якщо ми говоримо про безеквівалентну лексику, то одразу розуміємо, що це стійкі словосполучення, котрі не мають ніяких відповідників в інших мовах.

До цієї групи слів, ми можемо віднести :

1. Власні імена, назви, які позначають географічні об'єкти, назви організацій тощо, які не мають відповідників в мові перекладу. (*Shakespeare,*

*Dickens, Lincoln – Шекспір , Дікенс, Лінкольн ; Ukraine , Kyiv , the Mississippi–Україна, Київ, Міссісіпі);*

2. Предмети матеріальних та духовних цінностей, які притаманні певному народу (*borshch, muffin, sushi – борщ, мафін, суші; tango, hopak – танго, гопак);*

3. Лексичні одиниці, котрі можна назвати випадковими лакунами. Мається на увазі, що це ті слова, котрі не мають стійких словосполучень, чи певного мовного еквіваленту. (*glimpse, floorer, exposure – вплив сили природи: дощу, сонця, вітру, холоду).*

В.В. Іванов поділяє всю безеквівалентну лексику на три великих групи:

1. Референційна-безеквівалентна лексика;
2. Прагматична-безеквівалентна лексика;
3. Альтернативна-безеквівалентна лексика.

**Референційна безеквівалентна** лексика містить в собі терміни, неологізми, складні слова. Не дивлячись на те, що слова референційного значення при перекладі збігаються, але все ж таки досить часто виникають складнощі через розбіжність значення лексичних одиниць.

При цьому, ці розбіжності можна поділити на два типи:

1. Відсутність лексичної одиниці в мові перекладу.
2. Частковий збіг референційних значень.

**Терміни** – слова та словосполучення спеціальної мови (наукової, технічної), які створені для точного вираження понять та в майже в усіх мовах вони мають постійні еквіваленти. Безеквівалентними можуть бути тільки ті терміни, які позначають щось нове у суспільстві.

Головні переваги термінів – стислість та однозначність (*overall – аврал).*

Що стосується **неологізмів**, то вони відрізняються головними ознаками:

1. Вони створені одним автором одного твору та існують тільки у ньому.
2. Вони мають певне забарвлення у межах твору.

До цього типу неологізмів слід підходити дуже уважно. Не дивлячись на те, що ці слова зустрічаються дуже рідко – при перекладі вони постають одною з найскладніших груп лексики, у тому числі й безеквівалентної.

**Складні слова.** Ці слова не мають еквівалентів. До цієї групи слів можна віднести:

- складні іменники :

noun+noun+ship (*craftsmanship* – *майстерність*)

noun+noun+er (*boat-misser* – *людина, котра завжди зазіснюється на судно*)

noun+verb +er (*bread-winner* – *годувальник*)

- складні прикметники з другим дієслівним елементом (*heavy-handed* – *незграбний*)

- складні дієслова (*brainstorm* – «*мозговий штурм*»)

- слова-вирази ( *can't - do - with - it - a thing* – *туп волосся*)

Найчастіше, слова-вирази можуть бути передані за допомогою різних трансформацій.

**Прагматична-безеквівалентна лексика.** Розбіжність прагматики лексичної одиниці та відповідність у мові перекладу можна зустріти набагато частіше, ніж розбіжність референційних значень. У кожній мові є слова, які збігаються референційними значеннями, але відрізняються стилістичними характеристиками.

Один з найбільших класів прагматично-безеквівалентної лексики є **відхилення від загальномовних норм.** До цієї групи ми можемо віднести територіальні та соціальні діалектизми, локалізми, жаргонізми, вульгаризми та багато ін., які не мають адекватного еквіваленту українською.

Наприклад: *Big Apple* – *велике місто*; *rope* - *сигара*; *buttinsky* – *людина, яка всюди сує свій ніс* (від англ. *To buy it in* - *встрявати*).

Також, до прагматично-безеквівалентної лексики можна віднести **скорочення (аббревіатури)**, у більшості випадках пов'язанні з науковою, технічною та спеціальною лексикою, яка з часом все більше використовується у розмові, а згодом вже й у художній літературі. Саме цей тип прагматично-безеквівалентної лексики найскладніше передати при перекладі, прикладами можуть слугувати такі англійськомовні аббревіатури: *vet(veteran)* – *ветеран*; *gents(gentlemen)* – *джентльмени*; *CAD (Computer-Aid Design)* – *САПР (система автоматизованого проектування)*.

**Вигуки** – є окремим класом, котрий не змінюється, не має особливих граматичних показників, але має експресивну забарвленість, яка висловлює почуття та відчуття. Найчастіше вигуки не мають аналогів у мові перекладу.

Таким чином, щоб переклад був доволі адекватним потрібно конкретизувати значення. Можна помітити такі помилки у перекладі: "*Eton, maybe Harrow, oh and Guards*" - *thought Slade* – *Етон, подумав Слейд, - чи Харроу, та о королівська кінна гвардія*». Якщо подивимось на англійський варіант (на оригінал), то зрозуміло, що **oh** висловлює припущення. Адекватним був би переклад, якщо сказати «*да і ,напевно, кінна гвардія*» .

**Альтернативно-безеквівалентна лексика.** До цієї групи можна віднести лексику, котра може бути референційно-безеквівалентною (мати розбіжності у референційному значенні) та прагматично-безеквівалентною (мати розбіжності у прагматичному значенні). До цієї групи відносяться **власні імена, звернення, реалії та фразеологізми.**

До власних імен входять, в першу чергу, власні імена, географічні назви, назви газет, журналів тощо, тобто вони представляють найбільшу групу безеквівалентної лексики. Наприклад: *Peter, Tom, «The Hiding of Black Bill»* - *Петр, Том, «Як переховувався Чорний Біл»* .

**Звернення** – є близькі до власних імен. Власні імена та звернення мають аналоги у мові перекладу, що не створюють ніяких труднощів. Винятками можуть слугувати імена, які мають певні посади, звання ( *Mrs. Professor Johnny* – пані Джоні; *Mrs. Colonel Smith* – пані Сміт ).

**Реалії** – слова, які називають предмет притаманний певній місцевості, який виражає національний та історичний колорит країни. Головною проблемою при перекладу є те, що реалії не мають відповідників. Прикладами можуть слугувати: *drive-in* (амер.) – вид кінотеатру, де люди дивляться фільми кризь свої автомобілі; *banns* – процедура оголошення імен, які збираються одружитись.

**Фразеологізми** – стійке словосполучення, є одним з найскладніших видів перекладу, тому що потребує більшої уваги. Для того щоб адекватно зробити переклад фразеологічних одиниць, потрібно не тільки зрозуміти сенс даного виразу, а й знайти інші нефразеологічні звороти, які будуть більш подібні на мову оригіналу. Прикладами можуть слугувати такі вирази: *a bolt out of the blue* – як грім серед ясного неба; *bite your tongue* – прикусити язика).

Найчастіше у літературі зустрічається «безеквівалентна лексика», «екзотична лексика», «екзотизми» та поряд з ними можна зустріти «варваризми», «локалізми» та «етнокультурну лексику». Для цих понять є характерним те, що вони всі мають історичну, побутову, соціальну окрасу і не мають відповідників у мові перекладу.

Перекладачу важливо володіти екстралінгвістичними знаннями, тому у нього повинен бути величезний кругозір у багатьох сферах людської діяльності.

Слід також зазначити, що при передачі безеквівалентної лексики важливу роль відіграє контекст. Більшість слів в мові є багатозначними, і встановити, в якому саме значенні вжито слово, можна лише проаналізувавши контекст.

Отже, в сучасній лінгвістиці прийнято виділяти наступні види безеквівалентної лексики: слова-реалії, лакуни, структурні екзотизму, тимчасово безеквівалентні терміни. Найбільш поширеними способами передачі безеквівалентної лексики є: транскрибування, транслітерація, калькування, наближений переклад, описовий та буквальний переклад.



## РОЗДІЛ 2

### СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ ЗМІ

#### 2.1. Прийоми перекладу безеквівалентної лексики

Велике значення при перекладі безеквівалентної лексики відіграють стилістичні, граматичні, лексичні та інші особливості. Саме це стосується перекладів текстів ЗМІ оскільки переклад з різних мов становить інтегрований процес діяльності перекладача та адекватне відтворення тексту певними засобами мови. На сьогоднішній день приділяється велика увага перекладу текстів ЗМІ тому можна виділити деякі типи текстів: *коментарі, рекламні матеріали, інтерв'ю, новинні матеріали, також різноманітні огляди на теми (суспільства, мистецтва, економіки, фінансів, політики та інше).*

Велика кількість вчених розглядали способи перекладу безеквівалентної лексики та класифікували їх. Видатний вчений іспанського походження В. С. Виноградов виокремив такі способи перекладу: *транскрипція або транслітерація, калькування, гіпогіперонімічний переклад, ототожнювання, перифрастичний переклад.*

Т. Р. Кияк змальовує дещо іншу класифікацію перекладу: *транскрипція, гіпогіперонімічний переклад, уподібнення, міжмовна конотативна транспозиція, дескриптивна перифраза або перифрастичний переклад, комбінована реномінація, ситуативний відповідник, калькування* [9, с. 150-153].

Отже, Л.К.Латишев виділяє такі засоби перекладу безеквівалентної лексики:

1. Транскрипція або транслітерація. Це такий засіб перекладу лексичної одиниці, коли відтворюється її форма. При транскрипції відтворюється звукова

форма лексичної одиниці, а при транслітерації – графічна форма. Оскільки графічні та фонетичні форми всіх мов відрізняються одна від іншої, то і передача іноземного слова приблизна і умовна.

Наприклад, *skateboarding* (катання на роликових ковзанах). Для кожної мови розробляються свої правила передачі звукової бази іноземної мови, вказуються ті випадки, коли є необхідність в збереженні елементів транслітерації і виключення з правил, які актуальні на сьогоднішній день.

Але даний спосіб, може використовуватися при перекладі обмежено: з одного боку, у лексичної одиниці повинен бути певний звуковий лад, який сприяє подальшому утворенню відмінкових форм іменника; з іншого ж боку, необхідно органічне вплетення запозичення в систему понять певної області.

2. Калькування – спосіб перекладу лексичної одиниці, коли при перекладі здійснюється заміна складових частин - слів або морфем їх лексичними відповідниками на мову перекладу.

Значимість калькування полягає у формуванні нового слова або стійкої фрази. Наприклад: «*Superpower*» - «наддержава».

Крім того, транслітерація і транскрипція, калькування не завжди дозволяє читачу розкрити значення незнайомого слова або словосполучення. В той час, коли при перекладі ми використовуємо прийом калькування – може виникнути надмірний буквалізм. До такого прийому перекладу можна вдатися лише тоді, коли в мові перекладу дійсно не має жодних еквівалентів.

3. Наближений переклад. Сутність цього прийому полягає в тому, щоб при перекладі використовувати граматичні одиниці оригіналу, які частково відповідають лексичним одиницям у мові перекладу, та володіють власною національною особливістю, але в той же час має багато спільного з реалією оригіналу. Головною перевагою наближеного перекладу є його ясність для

одержувача, якому в якості перекладацького еквівалента пропонується «рідне» поняття.

Однак потрібно з обережністю використовувати цей прийом, тому що в основі його лежить неточність. Наближений переклад веде до національно-культурної асиміляції.

4. Елімінація національно - культурної специфіки. Цей метод перекладу безеквівалентної лексики близький наближеному перекладу, однак, при перекладі реалій її національно-культурна специфіка часто не згадується.

5. Описовий переклад. Це, мабуть, самий часто використовуваний прийом передачі безеквівалентної лексики, який полягає в передачі значення за допомогою розгорнутого опису. Перевагою такого способу є то, що він здатний розкрити зміст явища. Але також у цього прийому є істотний недолік – це його громіздкість. Вона часто негативно позначається на якості перекладу.

6. Перерозподіл значення безеквівалентної лексики. Сутність цього прийому в тому, що значення безеквівалентної лексики перерозподіляється на кілька одиниць переказного тексту, тоді коли сама одиниця, начебто, зникає в перекладі. Наприклад, якщо в описовому способі можна виокремити словосполучення, значення якого відповідає значенню безеквівалентній лексиці, то при перерозподілі значення це зробити досить важко або практично неможливо.

Болгарські вчені С. Влахов та С. Флорін розрізняють два способи передачі реалій: *транслітерацію та описовий переклад*, останній в свою чергу поділяється на:

а) *неологізми*, які включають в себе кальку, напівкальку, уподібнення, семантичні нововведення;

б) *приблизний переклад* (відповідним чином співвідноситься за родом та видом та містить опис, пояснення, тлумачення);

в) *контекстуальний переклад*. У цьому разі ми можемо більш детально зупинитися на класифікації Л. С. Бархударова, який виділяє 5 основних способів перекладу безеквівалентної лексики:

1. *Транскрипція і транслітерація*.

При транскрипції передається звукова форма слова, а при транслітерації– графічна форма слова.

Одна з основних переваг транскрипції –є стислість, що в результаті стає основною причиною транскрибування [16, с. 121].

Приклад 1 :

Англійська мова	Українська мова
« <i>The European Council extends <b>Brexit</b>, with strings attached</i> » [38].	«Європейська рада подовжує терміни <b>Брексіта</b> , але з застереженнями» [23].

Для того щоб почати аналізувати приклад, потрібно спочатку зрозуміти, що таке «*Brexit*». Ця комбінація означає вихід Великобританії з Європейського Союзу («*Британія*» + «*exit*»).

Перекладач застосував спосіб перекладу транслітерацію, оскільки саме цей спосіб є доречним.

Приклад 2:

Англійська мова	Українська мова
« <i>As one manager of Moscow <b>hedge fund</b> told me this week off the record about the new case in London scheduled for Feb.25, «we don't know</i>	«Один менеджер московського <b>хеджфонда</b> сказав мені неофіційно з приводу нової справи, яке почнуть розглядати в Лондоні 25 лютого:

<i>anything, we don't want to know</i> » [30].	« <i>Ми нічого не знаємо, і знати не хочемо</i> »[28].
------------------------------------------------	--------------------------------------------------------

Як ми бачимо, перекладач застосував спосіб транслітерації, переклавши слово «*hedge*» українською. Слово «*hedge*» перекладається як «*захист, гарантія*».

Цей неологізм використовується в економічній сфері і зовсім недавно з'явився в українському словниковому запасі.

Це поняття ми можемо віднести до терміна, тому ми в змозі охарактеризувати його, як тимчасово безеквівалентний термін. Але, звернувши увагу на те, що ця стаття була взята з економічного журналу, то перекладачу слід бути більш обережнішим, оскільки йому потрібно зробити зноску з поясненням цього поняття.

В українських ЗМІ часто зустрічаються транскрипції та транслітерації американських торгових та промислових компаній:

«*Банк оф Америка*» – «*Bank of America*»

«*Дженерал електрик кампані*» – «*General electric company*»

Приклад 3:

Українська мова	Англійська мова
«Щоденне вживання гарячих перших страв: <i>борщі, супи, расольники, кулеші та інші страви, які базуються переважно на рослинній сировині.</i> » [44]	« <i>Daily use of liquid hot first dishes: first boiled with herbs, later borshch, soups, rassolnik, kuleshi and other dishes based mainly on vegetable raw materials.</i> » [22]

Перекладач застосував спосіб перекладу транслітерації, тому що слова «*борщ, суп, расольник, кулеши*» – це слова, котрі притаманні певній країні і в ніяких інших немає аналогів. Тому, саме ці прийоми перекладу доцільні там, де важливо зберегти специфічність названого об'єкту або поняття, якого не має у мові перекладу. Завдяки цим прийомам виникають неологізми які становлять складні слова або словосполучення.

## 2. Калькування.

*Калькування* – запозичення іномовних слів/виразів завдяки буквальному перекладу – припускає, що є ймовірність перенесення в мову перекладу безеквівалентне поняття при найбільш повному збереженні семантики [10, с. 61].

### Приклад 4:

Англійська мова	Українська мова
« <i>A business should create a valuation allowance for a deferred tax asset...</i> »[37]	« <i>Бізнес повинен створити оціночний резерв для відкладеного податкового активу ...</i> » [27]

При перекладі «*valuation allowance*» був застосований спосіб калькування. Слово «*valuation*» в оригіналі виступає в якості іменника, в той час, коли українською це ж саме слово було перекладено прикметником.

Тому, можемо зробити висновок, що в цьому прикладі були лексичні трансформації та заміна частин мови.

## Приклад 5:

Англійська мова	Українська мова
<p data-bbox="212 449 862 806">«<i>The financial crisis we are in today stems from the invention by Drexel Burnham Lambert of the <b>junk bond</b>.</i>» [22]</p>	<p data-bbox="862 449 1500 806">«Фінансова криза, в якому ми сьогодні перебуваємо, пов'язаний з винаходом <b>сміттєвих облигацій</b> Дрекселем Бернхемом Ламбертом.» [25]</p>

В цьому прикладі застосовується фінансовий термін «*junk bond*», котрий з'явився зовсім недавно.

«Сміттєві облигації» – це високоприбуткові облигації за допомогою спекуляції, котрі випускаються невеликими компаніями, які не мають бездоганної репутації.

В цьому прикладі, перекладач використав прийом калькування, оскільки для більшості читачів цей термін не є новим.

В українській мові вчені також часто використовують спосіб калькування, оскільки не існує певного еквіваленту у мові перекладу.

## Приклад 6 :

Українська мова	Англійська мова
<p data-bbox="212 1650 862 1879">«Перший хмарочос мав всього дев'ять поверхів, але вже був <b>хмарочосом</b>.» [42]</p>	<p data-bbox="862 1650 1500 1879">«<i>The first <b>skyscraper</b> had only nine floors, but was already a skyscraper.</i>» [29]</p>

Перекладач використав прийом калькування, переклавши слово «хмарочос». Але, при використовуванні цього методу прийому переклада, може виникнути непотрібний буквалізм. Цей спосіб слід використовувати тільки тоді, коли в іншій мові дійсно відсутній еквівалент перекладеного слова.

### 3. Описовий або пояснювальний переклад.

Названий прийом перекладу є найбільш універсальним та саме він допомагає перекладачу в найскладніших ситуаціях. Цей прийом необхідний в тих випадках, коли в мові перекладу не має відповідного поняття.

#### Приклад 7:

Англійська мова	Українська мова
<p><i>«The Company and its largest subsidiaries operate voluntary pension schemes, which include both defined benefit and defined stock option plans.»</i></p> <p>[35]</p>	<p><i>«Компанія і її найбільші дочірні філії використовують добровільні пенсійні схеми, що включають в себе як програми з встановленими виплатами, так і програму пільгового придбання персоналом акцій компанії.»</i> [28]</p>

В даному прикладі був використаний описовий переклад. При перекладі українською цей термін набув більш широкого розуміння та став конкретнішим, оскільки мало хто знає, що це за поняття «система фондкових опціонів».

#### Приклад 8 :

Англійська мова	Українська мова
<p><i>«The potential holding gains are</i></p>	<p><i>«Потенційний дохід від</i></p>



<i>significant in all sectors of the economy.»</i> [26]	<i>збільшення вартості активів значний у всіх сферах економіки.»</i> [30]
------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------

Аналізуючи цей приклад було використано описовий переклад, котрий дозволяє передати значення терміна безпомилково.

Якщо дослівно перекласти «*holding gains*», то українською буде «*холдинговий прибуток*». Перекладач розширив це поняття, задля того щоб дати повне тлумачення даного терміну.

Приклад 9:

Англійська мова	Українська мова
« <i>Splinternet.</i> » [33]	« <i>Розкол в інтернеті.</i> » [33]

Ми можемо побачити, що лексична одиниця на англійській мові є певним зрощенням двох слів: «*splinter*», що перекладається як «*осколок, розколювати*» і «*Internet*», що, власне, не потребує перекладу.

При перекладі українською перекладач використовував описовий переклад, тобто, розширив це поняття.

В результаті цього, при перекладі українською ми отримуємо два слова, а не одне. В даному випадку, прийом описового перекладу цілком виправданий.

Приклад 10:

Українська мова	Англійська мова
« <i>Грецька трагедія: 70 загинлих, 30000 га лісу, тисячі погорільців</i> » [41]	« <i>Greek tragedy: 70 dead, 30,000 ha of forest, thousands of people who</i>

	<i>have lost all his possessions in a fire.»</i> [31]
--	----------------------------------------------------------

При перекладі терміну «погоріліці» перекладач використав описовий спосіб перекладу, аби дати більш конкретне тлумачення.

Зазвичай при перекладі безеквівалентних лексичних одиниць поєднують два види перекладу – транслітерація чи калькування або описовий переклад, подаючи його в коментарях, роз'яснивши одного разу значення даної одиниці, перекладач надалі використовує транслітерацію або кальку, сенс якої вже зрозумілий.

Водночас, описовий переклад має низку недоліків [1, с.127]:

1) при його використанні імовірно неточне тлумачення змісту поняття, позначеного неологізмом;

2) описове словосполучення не дотримується стислості (у зв'язку з чим, багатозначні терміни не мають дериваційного потенціалу, тобто, від них майже неможливо утворити похідні терміни).

#### 4. Наближений переклад.

Мається на увазі, що це переклад за допомогою певних аналогів. Він передбачає знаходження більш наближеного відповідника для лексичної одиниці, котра не має точних відповідників.

Приклад 11:

Англійська мова	Українська мова
<i>«Although local government scholars acknowledge the centrality of the municipal council to overall</i>	<i>«Хоча науковці органів місцевого самоврядування визнають головну роль міської ради, щодо</i>

<i>government performance...»</i> [32]	<i>загальних результатів діяльності уряду...»</i> [32]
----------------------------------------	--------------------------------------------------------

Для того, щоб перекласти термін «*the municipal council*» перекладач застосував наближений спосіб перекладу. «*The municipal council*» на мові перекладу буде «*муніципальна рада*», але за для адекватнішого перекладу доречніше було використати саме «*міська рада*».

Приклад 12:

Англійська мова	Українська мова
<i>«Oil prices rose to a five-week high last week above \$53 a barrel in line with the recent <b>bull run</b> on the world's equity markets .»</i> [36]	<i>«Минулого тижня ціни на нафту піднялися до п'ятитижневого максимуму, перевищивши позначку \$ 53 за барель, що цілком відповідає "бичачому" тренду на світових ринках цінних паперів.»</i> [39]

Якщо дослівно перекласти «*bull run*», то це буде звучати як «*бичачі перегони*». Цей термін недавно увійшов в економічну сферу вживання, тому досить важко сказати про його точний переклад.

При перекладі даного словосполучення «*біг*» було замінено на «*тренд*», що в результаті вийшло «*Бичачий тренд*».

Якщо заглибитися в економіку, то це буде означати період, коли основна тенденція на ринку стрімко зростає. А «*биками*» в даному випадку називають покупців.

Дані безеквівалентні одиниці відносяться до тимчасово безеквівалентних лексичних одиниць, тому що при перекладі українською перекладач використовував наближений переклад цього словосполучення.

Якщо говорити про те, наскільки адекватний переклад, то дана фраза відноситься до четвертого типу еквівалентності, коли зрозумілий і переданий загальний сенс, але були внесені деякі лексичні чи граматичні зміни. В даному випадку, слово «*run*» було переведено як «*тренд*», що ні є повним еквівалентом. І також, при перекладі слово «*бичачий*» взято в лапки, що говорить про переносний сенс слова.

#### 5. Трансформаційний переклад.

В деяких випадках при передачі безеквівалентної лексики доводиться перебудувати синтаксичні структури речень на лексичні заміни з повною зміною значення вихідного слова.

Приклад 13:

Українська мова	Англійська мова
«У 1937 році до Дід Мороза приєдналася і Снігуронька.» [45]	«In 1937, <i>Snow Maiden</i> joined <i>Father Frost.</i> » [45]

Перекладач використав трансформаційний спосіб перекладу, змінивши повністю значення вихідного слова.

Задля того аби вірно перекласти речення, потрібно обов'язково спиратись на ситуацію, яка описується в конкретному тексті.

Підсумовуючи, ми можемо зробити висновок, що найбільш доречний прийом перекладу безеквівалентної лексики – транскрипція та транслітерація.

Однак, на нашу думку, використання лише одного способу може спричинити до невірної експлікації слова або ж тексту. Тому, незважаючи на те, що кожен спосіб перекладу має свої переваги та недоліки, ми схилиємось до думки, що найефективнішим буде поєднувати різні способи, оскільки специфіка перекладу безеквівалентної лексики полягає у відсутності в мові перекладу будь яких еквівалентів.

## 2.2.Можливості перекладу власних назв організацій, компаній та заголовків у текстах ЗМІ

Напевно кожен перекладач зустрічався з трудностю перекладу форм власності, аббревіатур та різних англійськомовних компаній. На сьогоднішній день не існує чітких правил, коли потрібно застосовувати різноманітні засоби перекладу.

Наше дослідження виявило, що в проаналізованих нами статтях досить часто зустрічаються назви компаній, підприємств, а також посилання на тексти ЗМІ: газети, журнали, Інтернет - видання.

Існує багато способів вираження лексичних одиниць.

Приклад 14:

Англійська мова	Українська мова
<p>«<i>Goldman Sachs set a price target 10pc lower than at present, at about \$45, for July, while Peter Voser, chief financial officer for <b>Royal Dutch Shell.</b></i>» [28]</p>	<p>«Голдман Сакс вважає, що ціни на нафту будуть на 10% нижче, ніж сьогодні, а в червні будуть \$45, тоді як Пітер Возер, головний фінансовий директор <b>Royal Dutch Shell.</b>» [28]</p>

Як ми бачимо, перекладач ні як не трансформував переклад. Тут видно той фактор, коли неможливо перекласти лексичну одиницю.

*Royal Dutch Shell* – це британсько-нідерландська нафтова компанія. Найчастіше переклад назв будь-яких компаній залишається без змін.

Але на нашу думку, також можна перекласти назву компанії засобом транслітерації, тому як не кожна людина знає, що саме це за компанія і на що вона спрямована.

Наступна лексична одиниця була взята з американського видання «The Economist».

Приклад 15 :

Англійська мова	Українська мова
« <i>The 58 Russians who, according to <b>Forbes</b>, each have big personal fortunes.</i> » [25]	«58 росіян, кожен з яких, згідно журналу « <b>Форбс</b> », володіє великим особистим капіталом.» [25]

Як відомо, назви видань також відносяться до безеквівалентної лексики. Що стосується цього прикладу, то перекладач застосував спосіб перекладу – транслітерація, що є досить поширеним методом перекладу назв газет, журналів. Але, на нашу думку, можна було б залишити назву без змін, оскільки цей журнал відомий для кожного.

Найчастіше перекладач при перекладі назв газет, журналів, фільмів, казок, інтернет видань залишає назву, яка присутня у мові оригіналу, але при умові, якщо це слово відомо багатьом людям.

Приклад 16 :

Англійська мова	Українська мова
« <i>The two British holding</i>	«У 2014 році у Британії були

<i>companies – Urgula Platinum and Antracite Investment Limited.» [22]</i>	створені дві британські холдингові компанії: «Ургула Платинум» та «Антрацит Інвестмент Лімітед»» [23]
----------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

Перекладач застосував прийом перекладу транслітерації, оскільки ці компанії мало відомі і найдоречнішим буде використання транслітерованого засобу перекладу.

Приклад 17 :

Англійська мова	Українська мова
«According to the most recent <b>Gallup</b> survey, 40% of the public approve of the 2017 tax cuts, while 49% disapprove – a net negative assessment confirmed by several other recent polls.» [34]	«За даними опитування «Геллана», 40 % населення схвалюють зниження податків, проведене в 2017 році, а 49% не схвалюють.» [37]

Перш ніж аналізувати даний приклад безеквівалентної лексики, варто дати визначення «*Gallup*».

«*Gallup*» – це організація, яка займається виявленням громадської думки. Як зазначалось вище, назви організацій відносяться до безеквівалентної лексики. Перекладач переклав цю лексичну одиницю за допомогою методу транслітерації.

На нашу думку, використання саме такого засобу є більш доречним, оскільки мало хто знає назву цієї організації та чим вона займається.

Наступний приклад був з журналу «The New York Times».

## Приклад 18 :

Англійська мова	Українська мова
« <i>The bar is set very high,</i> » says <i>Katherine Renfrew, an emerging markets bond fund manager for TIAA Investments.</i> »[23]	«Планка встановлена дуже високо, - говорить менеджер облігаційного фонду « <i>Ти-Ай-Ей-Ей Інвестментс</i> ».» [23]

Що стосується цього прикладу, то тут використовується прийом перекладу транслітерації, оскільки саме такий засіб перекладу є найвлучнішим та найадекватнішим для перекладу маловідомих назв компаній, підприємств, корпорацій та ін.

У цьому прикладі перекладач показав графічний образ назв компаній, а саме за допомогою по-буквеної передачі. Також, у цьому прикладі можна відслідкувати наявність аббревіатур. Скоріш за все, головні літери можуть щось означати.

## Приклад 19:

Англійська мова	Українська мова
« <i>PrivatBank starts accepting applications from small-sized enterprises for low-rate loans.</i> » [39]	« <i>ПриватБанк відкрив прийом заявок на дешеві кредити для малого бізнесу.</i> » [40]

Як видно з цього прикладу, при перекладі назви банку був використаний прийом транслітерації, тобто, перекладач застосував цей метод з метою, щоб англомовним людям було простіше прочитати назву українського банку і тим самим, зрозуміти, про що йде мова.



Для людей, які розмовляють англійською, вимова назви банку є досить важким, тому, на нашу думку, перекладачу слід було б вказати у коментарях транскрипцію даної назви.

Приклад 20:

Українська мова	Англійська мова
« <i>Лукойл</i> продає авіазаправний бізнес в Україні.» [43]	« <i>Lukoil</i> sells gasoline business in Ukraine.» [43]

Як ми бачимо, в цьому прикладі є назва компаній, а як відомо, вони відносяться до безеквівалентної лексики. При перекладі назви був використаний звичний метод транслітерації. Чисто графічно нам все ж звичніше бачити назву «*Лукойл*» саме українською.

Приклад 19:

Українська мова	Англійська мова
«8 квітня президент США Дональд Трамп повідомив, що США внесли Корпус вартових <b>Ісламської революції</b> до списку іноземних <b>терористичних організацій.</b> » [40]	«On April 8, the President of the United States, Donald Trump, said that the United States introduced the <b>Wartime Islamic Revolutionary Guard Corps (IRGC)</b> to the list of foreign terrorist organizations.» [38]

Якщо використовувати дослівний переклад, то «*Islamic Revolutionary Guard Corps*» – це «*Ісламський революційний гвардійський корпус*».

При перекладі англійською перекладач використав аббревіатуру.

При перекладі було вилучено слово «терористична», але в свою чергу була додана аббревіатура, яка поширює наші знання та розуміння даного терміну.

Приклад 20 :

Українська мова	Англійська мова
«Нова операційна система отримала ім'я <i>iPadOS</i> .»[38]	« <i>This new operating system comes with a new name: iPadOS.</i> » [40]

При перекладі англійською перекладач вирішив, що адекватний еквівалент буде тоді, коли не відбудеться ніяких трансформацій .

*iPadOS* – це мобільна операційна система, котра вироблена спеціально для виробників *Apple*.

Саме завдяки компанії «*Apple*» з'явився неологізм «*iPadOS*», котрий згодом став просторіччям.

Також, можна було б перекласти «*iPadOS*» використовуючи спосіб транслітерації, але на нашу думку, не зважаючи на те, що це неологізм – всім відомо, що саме це за термін, та де він використовується.

Приклад 21 :

Українська мова	Англійська мова
« <i>Зближення</i> (назва заголовка).» [38]	« <i>Come together</i> (назва заголовка).» [38]

«*Come together*» перекладається , як «зближатися, збиратися разом». В англійській мові цей вираз є фразовим дієсловом, тому при перекладі відбулась граматична трансформація українською мову «зближення» є іменником, а що стосується англійської мови, то «*Come together*» це дієслово.

Приклад 22 :

Українська мова	Англійська мова
«Про це ж свідчить і « <b>Енпл Каталіст</b> », раніше відомий як «Марципан».» [38]	« <i>So does <b>Apple's Project Catalyst</b>, a developer initiative .»</i> [38]

Як ми бачимо, то при перекладі англійською була додана лексична одиниця, а саме «*Project*». Даний приклад нам чітко показує, що головне це зміст та вірне розуміння читача.

Приклад 23 :

Українська мова	Англійська мова
«Генетичний аналіз зубів і кісток древніх людей вказує на те, що корінні американці (індіанці) походять від зниклої групи людей, яких називають древніми <b>палеосібіряками</b> .» [24]	« <i>Genetic analysis of ancient teeth and bones suggests Native Americans largely descend from a vanished group called the Ancient <b>Paleo-Siberians</b>.</i> » [32]

Як ми можемо побачити, в мові оригіналу термін «*палеосіберяки*» пишеться з маленької літери та разом, а що стосується англійської мови, то по всім нормам правильного написання назва народностей пишеться з великої літери.

Окремо варто відзначити адекватність перекладу власних назв.

Існує декілька способів передавання власних назв:

1) *перекладні відповідники*

- 2) коментований переклад  
3) уточнювальний переклад

Приклад 24:

Англійська мова	Українська мова
«... <i>Other traditional Japanese cuisines are sukiyaki ,tempura,Yakitori, Soba and Udon.</i> » [27]	«Традиційна японська кухня <b>сукіякі</b> ( нарізані скибочки яловичого м'яса), <b>темпура</b> (морепродукти та овочі, приготовані в клярі), <b>якіторі</b> ( шматочки курки, а також <b>соба</b> ( довга коричнево-сіра локшина з гречаного борошна) <b>та Удон</b> (локшина з ніжнього пшеничного борошна).» [27]

Як ми бачимо на цьому прикладі, перекладач застосував переклад за допомогою перекладних відповідників за для того, щоб розширити інформацію щодо назв страв, які маловідомі людям.

Варіантні відповідники можуть бути зафіксовані у словниках, що значно полегшує роботу перекладачу, але, звичайно, не всі слова є у словниках відповідників, тому перекладачу потрібно знайти відповідники, які є найближчими для тієї чи іншої країни.

Приклад 25:

Англійська мова	Українська мова
« <i>THE HISTORICAL MOMENT I would like to revisit here is the curious and historically notorious 'banishment' of the fool <b>Hanswurst</b> from the German</i>	« <i>ІСТОРИЧНИЙ МОМЕНТ Я хотів би подивитися цікаве та історично-сумнозвісне «вигнання» дурня <b>Гансверста</b> від німецького</i>

<i>theatre.» [31]</i>	<i>театру.</i>  <i>Hanswurst - гансвурст</i> (букв. «Ганс-ковбаска»): герой нім. нар. Комічного театра.» [39]
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Що стосується цього прикладу, то тут ми бачимо, що перекладач використав коментований переклад (додавання своїх пояснень). На нашу думку, це дуже доречно, оскільки німецький персонаж «*Hanswurst*» нікому невідомий, а завдяки коментарю перекладача більш-менш зрозуміло хто це та яка його роль у театрі.

Приклад 26:

Англійська мова	Українська мова
<p>«<i>Nevertheless, <b>Santa Clause</b> concepts approximate a successful god concept more closely than other widespread cultural characters such as Mickey Mouse and the Tooth Fairy, in part explaining Santa's relative cultural prominence.</i>» [29]</p>	<p>«Тим не мени, ідея <b>Санта-Клауза</b> ( різдвяний дід, Дід Мороз) наближається ближче до успішної концепції бога, ніж інші широко розповсюджені культурні персонажі, такі як Міккі Маус і Зубна Фея, частково пояснюючи відносну культурну популярність Санти.»[29]</p>

На цьому прикладі ми бачимо, що перекладач застосував уточнювальний переклад, за для пояснення та конкретики поняття, яке, можливо, не кожен знає.

Проаналізувавши засоби перекладу безеквівалентної лексики в Інтернет статтях – ми виявили, що для кожної групи безеквівалентної лексики є свій засіб перекладу.

Наприклад, щоб зробити адекватний переклад назв організацій, компаній можна використати спосіб транслітерації та транскрибування.

Для того, щоб перекласти терміни потрібно застосувати описовий переклад, оскільки важливо, щоб читач зрозумів зміст поняття та чітко зрозумів, що хоче донести до нього автор.

Що стосується дослівного перекладу, то його теж можна застосовувати, але тоді коли в обох мовах достатня кількість мовних засобів завдяки яких є вірогідність з точністю передати зміст того чи іншого виразу.

## ВИСНОВКИ

У нашій роботі були проаналізовані безеквівалентні лексичні одиниці, що зустрічаються в інтернет-статтях. Безеквівалентна лексика відрізняється від всіх інших видів лексики складністю відтворення лексичних одиниць при перекладі, а також, має культурну та національну цінність, тому що в кожній нації є свої культурні реалії, яких немає в інших культурах.

В наш час безеквівалентна лексика все частіше зустрічається в текстах ЗМІ. Безеквівалентна лексика має безліч складнощів. Багато дослідників сперечаються щодо класифікацій безеквівалентної лексики.

Щодо визначення основних специфічних рис текстів ЗМІ, ми дійшли до висновку, що ЗМІ відіграють велику роль в житті кожної людини. Серед основних засобів масової інформації можна виділити телебачення, радіо і пресу. Мова ЗМІ також насичена емоційними і експресивними засобами, наповнена стислістю і лаконічністю.

Щодо виявлення стилістичних особливостей перекладу англійськомовних текстів ЗМІ – ми зробили такі висновки, що переклад текстів ЗМІ доволі складний процес, який потребує особливої уваги. Та ми можемо виділити такі способи перекладу: конкретизація, генералізація, антонімічний, описовий переклад.

Стосовно дослідження класифікації безеквівалентної лексики, ми дійшли до висновку, що існує безліч класифікацій, а саме: Л. С. Бархударова, В. Н. Комісарова, А. Д. Швейцера, А. В. Федорова, М. П. Кочергана та вони наголошують на тому, що безеквівалентна лексика – це «Стійкі словосполучення/вирази, які не мають еквівалентів серед лексичних одиниць іншої мови» .

Відносно основних прийомів перекладу безеквівалентної лексики, ми зробили висновок та зрозуміли, що існує велика кількість способів перекладу безеквівалентної лексики, а саме транскрипція/транслітерація, калькування, наближений та описовий переклад, але ж найефективнішим буде поєднувати різні способи, оскільки специфіка перекладу безеквівалентної лексики полягає у відсутності еквівалентів у мові перекладу.

Стосовно особливостей перекладу власних назв організацій, компаній та заголовків у текстах ЗМІ, ми зробили висновок, що найчастіше використовується спосіб перекладу транслітерації, оскільки назва організацій не всім відома і задля того аби всі зрозуміли про що йде мова, потрібно використовувати графічний спосіб перекладу лексичної одиниці.

Аналіз прикладів з інтернет-видань показав, що при перекладі безеквівалентної лексики застосовується не багато способів перекладу. Можливо це тому, що мова ЗМІ не так емоційно-забарвлена і експресивна, як мова художньої літератури.

Ще слід зазначити, що поряд з технічними прийомами, перекладач повинен використовувати свої фонові знання і інтуїцію, оскільки ці якості відіграють велику роль не тільки для самого перекладу, але і для адекватної передачі лексичних одиниць.

Ми дійшли до висновку, що в залежності від типу безеквівалентної лексики, спосіб перекладу буде варіюватися. Наприклад, як вже було сказано раніше, назви газет, журналів, організацій можуть найчастіше переводитися за допомогою транслітерації, а безеквівалентні терміни – за допомогою описового перекладу.

Отже, обізнаність перекладача щодо можливих засобів перекладу безеквівалентної лексики сприяє сформувати адекватний переклад тексту оригіналу.



### Список використаної літератури

1. Абабілова Н. М., Білокамінська В. Л. Особливості перекладу термінів українською мовою / Н. М. Абабілова, В. Л. Білокамінська // Молодий вчений. Херсон, 2015. № 2 (17). С. 126–128.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. М. : Международные отношения, 1975. 94 с.
3. Ванников, Ю.В. Типи наукових і технічних текстів і їх лінгвістичні особливості / Ю.В. Ванников. М. : Міжнародні відносини, 1985. 165 с.
7. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. М.: Валент, 2009. 360 с.
8. Казак М. Ю. Язык газеты: учеб. пособие / М. Ю. Казак. Б.: ИД "Белгород", 2012. 120 с.
9. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу. Німецька мова/ Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. Вінниця: Нова книга. 2006. 586 с.
10. Колесникова М. С. Лексикографический аспект лингвострановедения: Дисс. докт. филол. наук. / М. С. Колесникова. Ярославль, 2003. 466 с.
11. Комиссаров В. Н. Теория перевода. / В. Н. Комиссаров. М. : ВШ, 1990. 251с.
12. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : Підручник. – Вид. 2-ге, випр. і доп. / М. П. Кочерган. К. : Академія, 2006. 464 с.
13. Латышев Л. К. Технология перевода: учебное пособие по подготовке переводчиков (с немецким языком) / Л. К. Латышев. Москва : НВИ - Тезаурус, 2001. 278 с.
14. Микоян А. С. Проблемы перевода текстов СМИ./ А. С. Микоян. М. : ВШ, 2017. - 150с.

15. Нікуліна, Н. Ю. Специфічні особливості перекладу англомовних газетно-публіцистичних текстів / Н. Ю. Нікуліна, Т. А. Зінов'єва // Молодий вчений. 2013. - №1. - С. 232-234

16. Сукаленко Н.Н. Двужычныя словари і пытанні перавода / Н. Н. Сукаленко. Хар'ков : Вышшая школа, 1976. 115 с.

17. Федоров А. В. Основы общей теории перевода./ А. В. Федоров. М.: 2002. с. 146

18. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. (Газетно-информационный и военно-публицистический стиль) / А. Д. Швейцер. М.: Воениз-дат, 1973. 65 с.

### Список словників

19. Англо-український словник, українсько-англійський словник. / Близь-ко 500 000 од. пер. / Бусел В.: Перун, 2010. 1568 с.

20. Англо-український словник: більше 100 000 слів (350 000 варіантів перекладу) / за ред. проф. Гороть С. І. Вінниця: Нова Книга, 2006. 1700 с.

21. Hornby A.S. Advanced Learner's Dictionary of Current English. Fifth edition. – Oxford University Press, 1998. – 1428с.

### Статті

22. Andrew Ross Sorkin. Los Angeles. New York Times. 2008. April 29.

URL: <https://www.nytimes.com/2008/04/29/business/29sorkin.html>

23. Carla Fried. Emerging Market Bonds Are on a Roll. But How High Is the Risk? The New York Times. 2017. Oct. 13.

URL: <https://www.nytimes.com/2017/10/13/business/emerging-market-bonds.html>

24. Carl Zimmer. Who Were the Ancestors of Native Americans? The New York Times. 2019. June 5.

URL: <https://www.nytimes.com/2019/06/05/science/native-americans-genetics-siberia.html>

25. Dan Alexander. Billionaires. Forbes. 2017. Mar 29.

URL: <https://www.forbes.com/sites/danalexander/2017/03/29/putin-vladimir-donald-trump-russia-billionairesoligarchs/#4cf734c143f9>

26. Fred Gault UNU-MERIT, Maastricht, The Netherlands and the Tshwane University of Technology (TUT) Institute for Economic Research on Innovation (IERI), Tshwane South Africa. 2016. July

URL: <https://www.oecd.org/sti/008%20%20BS3%202016%20GAULT%20Extending%20the%20measurement%20of%20innovation%20.pdf>

27. James Karuga. Japanese Cultures, Customs And Traditions. WorldAtlas. 2019. August 21.

URL: <https://www.worldatlas.com/articles/the-culture-of-japan.html>

28. John Dobosz . Writing \$45 July Puts On Intel. Forbes Investing Newsletters Premium Content. 2019. June 14.

URL: <https://www.forbes.com/newsletters/forbes-premium-income-report/2019/06/14/writing-45-july-puts-on-intel/>

29. Justin Barrett . Why Santa Claus is Not a God. Journal of Cognition and Culture. 2008. Jan 01.

URL: [https://brill.com/view/journals/jocc/8/1-2/article-p149\\_8.xml?language=en](https://brill.com/view/journals/jocc/8/1-2/article-p149_8.xml?language=en)

30. Kenneth Rapoza . What Happens When A Russian Bank Goes Bust. Forbes. 2019. Feb 24.

URL: <https://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2019/02/24/what-happens-when-a-russian-bank-goesbust/#3c7600437655>

31. Karen Jürs-Munby. Hanswurst and Herr Ich: Subjection and Abjection in Enlightenment Censorship of the Comic Figure

URL: <https://eprints.lancs.ac.uk/id/eprint/4232/1/download.pdf>

32. Kimberly L. Nelson. What Makes Municipal Councils Effective? The School of Government. 2011. December 23.

URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0160323X11424913?journalCode=slgb>

33. Lost in the splinternet. The Economist. 2016. Nov 5.

URL: <https://www.economist.com/international/2016/11/05/lost-in-the-splinternet>

34. Megan Brenan. More Still Disapprove Than Approve of 2017 Tax Cuts. Gallup. 2018. Oct. 10.

URL: <https://news.gallup.com/poll/243611/disapprove-approve-2017-tax-cuts.aspx>

35. Melissa Horton. What Are Some Examples of Common Fringe Benefits? Investopedia. 2020. Feb 1

URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/032415/how-does-defined-benefit-pension-plan-differ-definedcontribution-plan.asp>

36. Nicole Friedman And Georgi Kantchev. Oil Prices Fall After Recent Gains. The Wall Street Journal. 2015. Feb. 18.

URL: <https://www.wsj.com/articles/oil-prices-fall-back-after-recent-gains1424258435>

37. Steven Bragg . Deferred tax asset valuation allowance. 2019. June 24

URL: <https://www.accountingtools.com/articles/deferred-tax-asset-valuation-allowance.html>

38. The European Council extends Brexit, with strings attached. The Economist. 2019. Mar 22.

URL: <https://www.economist.com/britain/2019/03/22/the-european-council-extends-brex-it-with-strings-attached>

39. Tkachenko N. PrivatBank starts accepting applications. Unian. 2020. Jan. 28.

URL: <https://www.unian.info/economics/10848683-privatbank-starts-accepting-applications-from-small-sized-enterprises-for-low-rate-loans.html>

40. Анастасія Одінцова. Вперше в історії США. Що відомо про Корпус вартів Ісламської революції, визнаний терористичною організацією. НВ Світ. 2019. 9 квітня

URL: <https://nv.ua/ukr/world/countries/vpershe-v-istoriji-ssha-shcho-vidomo-pro-korpus-vartiv-islamskoji-revoljuciji-viznaniy-teroristichnoyu-organizaciyevu-50015458.html>

41. Всеволод Самохвалов. Грецька трагедія: 70 загиблих, 30000 га лісу, тисячі погорільців. Уніан. 2007. 28 серпня

URL: <https://www.unian.ua/world/61220-grejska-tragediya-70-zagiblih-30000-ga-lisu-tisyachi-pogoriltsiv.html>

42. Журнал «Наука и жизнь». АНО Редакция журнала «Наука и жизнь». 2005.

URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/10180/>

43. "Лукойл" продає авіазаправний бізнес в Україні. РБК – Україна. 2016. 4 юн.

URL: <https://www.rbc.ua/ukr/tag/lukoil-ukraina-4a001f596f2e4>

44. Надія Понятишин за матеріалами видання "Українська стародавня кухня". 2019. 3 серпня.

URL: <https://dyvys.info/2019/08/03/golovni-osoblyvosti-starodavnoyi-ukrayinskoyi-kuhni/>

45. Хто такий насправді Дід Мороз і навіщо йому жертва- Снігуро-нька?

Львівська Радіо Хвиля 100,8 fm. 2017. 26 грудня.

[URL:https://galinfo.com.ua/news/hto\\_takyy\\_naspravdi\\_did\\_moroz\\_i\\_navishcho\\_omu\\_zhertvasniguronka\\_277541.html](https://galinfo.com.ua/news/hto_takyy_naspravdi_did_moroz_i_navishcho_omu_zhertvasniguronka_277541.html)