

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра германської філології та перекладу

**МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ НОВИНИХ ТЕКСТІВ
ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ У ШВЕДСЬКИХ ЗМІ ТА ЇХ
ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студентки II курсу магістратури
освітньої програми
*«Германська філологія і переклад (шведська мова
та англійська мова)»*,
спеціальність – 035.044 «Германські мови та
літератури (переклад включно), перша – шведська»
Катерина Олександрівна САВОСЬКО
Науковий керівник:
к. філол. н. Дана РАДВАН

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри германської філології та перекладу
протокол № 9 від «06» травня 2025 року
завідувач кафедри Сол
к. філол. н., доц. Олександр СТАСЮК

КИЇВ
2025

АНОТАЦІЯ

Вступ. Наукове дослідження присвячено аналізу особливостей перекладу медійних текстів. Основна функція новин – інформувати про суспільно важливі та актуальні події. У роботі зосереджено увагу на малодосліджених в українськомовному перекладознавстві питаннях передачі мовних та стилістичних особливостей шведськомовних новинних текстів у перекладі українською мовою. Розглядаються різні підходи до перекладу специфічної лексики, зокрема, транскрибування, описовий, порівняльний або фразеологічний переклад. Підкреслено важливість створення термінологічних словників для перекладу науково-технічних текстів, що складає великий масив перекладацької діяльності.

Методи. Використано описовий метод, а також методи контент-аналізу, порівняння, аналогії та узагальнення.

Новизна здобутих результатів роботи. Результати дослідження показують, що переклад шведських новин є складним і багатогранним процесом, що потребує глибоких лінгвістичних, культурних та професійних знань і компетенцій фахівцем. Оскільки на порталах Інтернету серед українськомовної наукової літератури наявна мала кількість праць пов'язаних зі скандинавськими мовами, особливо зі шведською, нами був укладений довідник термінологічних одиниць, що має на меті полегшити та покращити роботу перекладачів.

Практична новизна проведеного дослідження визначається можливістю використання моделей перекладацьких трансформацій у практичній перекладацькій діяльності, а саме перекладу шведських економічних новинних текстів на українську мову. До того ж, детальне вивчення мовних модифікацій під час перекладу на іншу мову дало змогу дослідити та розкрити різні аспекти перекладацької діяльності, що надасть доступність до глибшого розуміння контексту. У додатку запропоновано у вигляді помічника двомовний термінологічний довідник економічних термінів для сприяння точності в передачі інформації.

Результати. Проаналізовано мовні і стилістичні особливості шведських новин економічної тематики. Охарактеризовано головні ознаки новин як жанру медійного стилю та відмінність між шведським та українським упорядкуванням новинних текстів. За результатами аналізу текстів економічної тематики здійснено порівняння на трьох мовних рівнях, а саме: лексичному, синтаксичному й стилістичному; будови речень у шведськомовних й українськомовних медіа, оскільки вони виступають так званим сучасним “містком” комунікації, що призводить до контакту між зовнішнім світом, автором і реципієнтами. У роботі проаналізовано основні труднощі перекладу з урахуванням специфіки шведської мови та її культурологічних відмінностей. Зазначено, що в перекладі новинних текстів важливі такі речі як збереження чіткої структури, тону та змісту для залучення якнайбільшої аудиторії в межах медійного простору. Наголошено на важливості та особливостях укладання двомовних термінологічних довідників, як помічників, що є чинниками

вдосконалення якості перекладу. Власноруч розроблено глосарій шведських термінологічних одиниць на економічну тематику, взятих з медіа, з перекладом на українську мову, який має на меті зменшити кількість неточностей серед фахівців та підвищити якість перекладу науково-технічних текстів.

Дискусія і висновки. Перекладацька компетентність є формою експертних знань, які в основному складаються з процедурних, а не декларативних знань, що забезпечують якісний переклад текстів на іншу мову. Процес перекладу новин зі шведської мови на українську мову потребує від перекладача не тільки розуміння мовної специфіки, обізнаності з термінологією, а також і глибоких культурологічних знань. Використання будь-яких граматичних трансформацій має бути вмотивованим і продуманим. Професійні філологи мають за ціль відтворити у перекладі специфіку і реалії оригінального тексту, зберігши стиль мови і якомога точніше передати основне повідомлення.

Ключові слова: новини, перекладацькі трансформації, перекладацький глосарій, адаптація, культурна обізнаність.

ANNOTATION

Introduction. This scientific study focuses on the analysis of translation features of media texts. The main function of news is to inform about socially significant and current events. The work emphasizes understudied issues in Ukrainian translation studies regarding the rendering of linguistic and stylistic features of Swedish-language news texts into Ukrainian. Various approaches to translating domain-specific vocabulary are considered, including transcription, descriptive, comparative, and idiomatic translation. The importance of creating terminological dictionaries for translating scientific and technical texts which constitute a large part of translation practice is highlighted.

Methods. Descriptive, content analysis, comparative, analogy, and generalization methods were applied.

Novelty of the Results. The findings show that translating Swedish news is a complex, multifaceted process that requires deep linguistic, cultural, and professional knowledge and competencies. Since there is a lack of Ukrainian scientific literature on Scandinavian languages, especially Swedish, available online, we compiled a reference guide of terminological units aimed at facilitating and improving the work of translators.

Practical Value. The practical significance of this study lies in the possibility of applying translation transformation models in professional practice, particularly when translating Swedish economic news texts into Ukrainian. Additionally, the detailed study of linguistic modifications during translation into another language enabled an exploration of various aspects of translation activity, contributing to a deeper understanding of context. An appendix includes a bilingual economic terminology glossary designed to assist in achieving accuracy in information transmission.

Results. *The study analyzes the linguistic and stylistic features of Swedish economic news texts. It characterizes key features of news as a media genre and differences in structural organization between Swedish and Ukrainian news texts. Based on the analysis of economic texts, comparisons were made on three linguistic levels: lexical, syntactic, and stylistic. The structure of sentences in Swedish and Ukrainian media was also examined, as media texts serve as a contemporary “bridge” of communication between the external world, the author, and the recipients. The study identifies the main translation challenges, taking into account the specifics of the Swedish language and its cultural distinctions. It stresses the importance of preserving the structure, tone, and meaning of news content to attract a wide audience within the media space. The necessity and specifics of compiling bilingual glossaries are emphasized, as such tools can improve translation quality. A Swedish-Ukrainian economic terminology glossary based on media texts was developed to reduce inaccuracies and enhance the translation of scientific and technical content.*

Discussion and Conclusions. *Translation competence is a form of expert knowledge that primarily consists of procedural rather than declarative knowledge, which ensures high-quality text translation. The process of translating news from Swedish into Ukrainian requires that the translators not only understand the language’s features and terminology but also possess deep cultural awareness. The use of grammatical transformations should be deliberate and justified. The goal of professional philologists is to reproduce the specific characteristics and realities of the original text in translation while preserving its language style and accurately conveying the core message.*

Keywords: *news, translation transformations, translational glossary, adaptation, cultural awareness.*

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ I.	10
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ КАТЕГОРІЙ «НОВИНИ», «НОВИННИЙ ДИСКУРС»	10
1.1 Дефінітивне наповнення понять «дискурс», «новинний дискурс» як різновид медіадискурсу	10
1.2 Економіка як ядро новин	18
1.3 Семантичний ресурс терміна «новини» та його специфіка	22
1.4 Питання цінності новин	27
1.5 Роль термінології в перекладознавстві	31
Висновки до першого розділу	35
РОЗДІЛ II.	36
МОВНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ШВЕДСЬКОМОВНИХ НОВИННИХ ТЕКСТІВ	36
2.1 Варіативність труднощів перекладу зі шведської мови на українську мову	36
2.2 Лексичні модифікації при українськомовному перекладі шведськомовних новин	42
2.3 Особливості заголовків шведських новин та конструкції їх перекладу	50
2.4 Синтаксичні та стилістичні модифікації при українськомовному перекладі шведськомовних новин	55
Висновки до другого розділу	60
РОЗДІЛ III.	61
АСПЕКТИ УКЛАДАННЯ ДОВІДНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	61
3.1 Специфіка термінологічних словників	61
3.2 Перекладацький глосарій шведських економічних термінів (ПГШЕТ)	67
Висновки до третього розділу	70
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	72
ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ГЛОСАРІЙ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ	76
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

ВСТУП

Актуальність дослідження ґрунтується на зростанні зацікавленості до перекладознавства, його труднощів та специфіки інтерпретування новинних текстів. Письмові переклади є мостами, які з'єднують різні культури та нації, у нашому випадку українську та шведську в сучасному глобалізованому світі. У новітній час ми використовуємо засоби масової інформації не тільки як інструмент комунікації на міжособистісному рівні, але й на міжнародному між двома та більше культурно варіативними спільнотами.

«Переклад – це мистецтво переформатувати роботу іншою мовою, що виступає ключовим інструментом для об'єднання членів по всьому світу», – такі ідеї розвивали науковці Ю. А. Ніда та Ч. Р. Табер ще в 1982 році. З посиленням співробітництва України зі Швецією з початку повномасштабної війни Росії проти України у 2022 році збільшилася також зацікавленість сучасних реципієнтів актуальними новинами. За статистикою Європейського Союзу на період грудень 2024 року кількість українських біженців, які знайшли тимчасовий захист на території Швеції нараховує більше 46 тис. людей. З цим постає необхідність глибинного вивчення мовної специфіки цих двох культур для знаходження ефективних шляхів перекладу шведськомовних ЗМІ. У свою чергу, це надасть можливість сприяти оперативності обміну інформації, дипломатії, торгівлі, культурному обміну та ефективній комунікації між спільнотами.

Новини є невід'ємною частиною сучасного буденного життя кожного у представленні економічної, політичної, культурної, спортивної, світової ситуації своєї країни та за її межами. Відповідальність за підбір коректної інформації для реципієнта не закінчується лише на медійних редакторах і журналістах, проте вагомий внесок лягає на перекладачів. Від об'єктивного сприйняття інформації самими фахівцями буде залежати адекватне інтерпретування до мас, що буде визначальним у будові міжнародних стосунків між іншими країнами та сприянню розвитку відносин між ними. Проблема викривлення інформації, фейків та дезінформації буде існувати завжди на просторах Інтернету, але

завдяки коректному перекладу є шанс зменшити її кількість. Простір мови є не об'ємним, багаторівневим тому в рамках дослідження ми зупинили наш вибір на онлайн новинному порталі – Dagens Nyheter (DN). Це провідна ранкова газета Швеції, яка була заснована ще в 1865 році і видається по всій країні. Вона існує у двох форматах, як в друкованому, так і в електронному. Ця сторінка передає, зберігає та відтворює місцеву шведську, та міжнародну інформацію.

Наша увага передусім фокусується на специфіці шведськомовних новин, які містять економічну складову повідомлення та на розробці єдиного економічного термінологічного фонду, який міститиме єдину базу доступну для всіх перекладачів. Ця економічна терміносистема передбачає зменшення кількості непорозумінь та неточностей, забезпечивши використання фахівцями однакових термінологічних одиниць в межах спільної. Перекладач у процесі своєї роботи долає чимало труднощів – мовних, політичних, культурних, комунікативних тощо.

Мова – перший показник глобалізаційних змін у суспільстві, у той час як медіасфера миттєво підхоплює інформаційний розвиток та поширює новини в маси завдяки ЗМІ. Переклад новин іноземних медіа можна вважати окремим напрямом у теорії перекладу з огляду на його роль і значення для міжнародної комунікації та порозуміння між країнами. Варто зазначити, що під час перекладу медійних текстів, розміщених на новинних платформах, недостатньо лише перекласти ці тексти іншою мовою, потрібно також зберегти основну функцію новин – інформувати про суспільно важливі та актуальні події, зберігаючи культурну складову тексту.

Мета та завдання дослідження. Мета роботи полягає у визначенні специфіки перекладу як на мовному, так і на синтаксично-стилістичному рівнях перекладу шведськомовних новин на українську мову, а також визначення особливостей. Окрім цього, виокремити особливості економічної термінології шляхом узагальнення знань з наукових досліджень з перекладу як об'єкта лінгвістичного аналізу. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- проаналізувати дефінітивне наповнення терміну «дискурс» у наукових досліджень, риси новинного дискурсу як одного з різновидів медіадискурсу;
- розкрити значення економіки «як ядра новин» та проаналізувати питання цінності новин;
- визначити специфіку труднощів перекладу шведськомовних новин на українську мову;
- виділити мовні та стилістичні особливості шведських новинних текстів;
- сформулювати аспекти укладання термінологічних словників.

Об’єктом дослідження виступають переклади економічних новинних текстів із шведськомовного порталу Dagens Nyheter (DN) за листопад 2024 – квітень 2025 (переклад прикладів виконано нами).

Предметом дослідження є опис мовної специфіки перекладу новин шведською мовою на українську мову на лінгвістичному, синтаксичному та стилістичному рівнях, враховуючи культурний складник; поглиблення знань шведської економічної терміносистеми.

Матеріалом дослідження є новинні тексти із шведських медіа Dagens Nyheter (DN) за листопад 2024 – квітень 2025 (переклад К. Савосько). Фактична кількість проаналізованих текстів понад 200 новин переважно економічної тематики. За основу теоретичного компоненту для інтерпретування ілюстрацій було обрано праці українських (Ф. Бацевич, О. Голік, А. Загнітко, Л. Коломієць, Т. Куліш, В. Лук’янець, А. Потебня, Л. Шевченко) та західних науковців.

Методологічна основа дослідження. У процесі дослідження були використані такі методи та методики: метод теоретичного аналізу наукової літератури із запропонованої теми дослідження (75 праці – іноземними мовами), метод порівняльного аналізу українських та іноземних дослідників та контент-аналізу.

Основні методи аналізу:

– описовий метод допоміг виявити та пояснити особливості функціонування термінологічних одиниць у різних мовних середовищах, в залежності від жанру;

– контент-аналіз, що використовується в аналізі розвитку новинного дискурсу, специфіки побудови іноземних новин та визначенні важливості термінології в перекладацькій діяльності. За основу ми взяли дослідження українських та іноземних науковців;

– порівняльний метод, який допоміг встановити відмінності в перекладі двох мов, проаналізувати ілюстративний матеріал, взятий з шведського новинного порталу;

– когнітивний метод аналізу був спрямований на об'єктивне сприйняття та реалізувати переклад на українську мову, враховуючи культурний, етнічний та геополітичний складники;

– аналогічний метод дозволив приділити особливу увагу мовній специфіці двох мов та забезпечити адекватний переклад.

Практичне значення результатів дослідження. Результати проведеного дослідження можуть стати в нагоді фахівцям, які займаються перекладом новин та економічних текстів, студентам зі спеціальності перекладу на лекційних та практичних заняттях. Матеріали також можуть бути використані та бути цікавими для всіх реципієнтів, що цікавляться вивченням мов, її специфікою, надана інформація може також допомогти перекладач запобігти непорозуміння та дійти згоди у використанні єдиної шведсько-українськомовної економічної терміносистеми, яка була запропонована в цьому дослідженні.

Апробація роботи. Результати дослідження було представлено під час виступу на тему: «Особливості перекладу новин шведськомовних медіа українською мовою» на Міжнародній науковій конференції «Українська гуманітаристика в координатах сучасності», 14 – 15 листопада 2024 року, організованій Київським національним університетом імені Тараса Шевченка. Тези виступу опубліковано у «Тезах Міжнародної наукової конференції

«Українська гуманітаристика в координатах сучасності» (посилання). Прийнято до друку в науковий журнал «Мовні і концептуальні картини світу» (фахове видання категорії Б) статтю, написану у співавторстві (Савосько К. О., Радван Д. В. «Особливості перекладу новин шведськомовних медіа українською мовою») [19].

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, перекладацького глосарію шведських економічних термінів, списку використаних джерел та списку ілюстрованого матеріалу. Загальний обсяг роботи – 97 сторінок, список використаних джерел охоплює 90 найменування (з них 75 – іноземними мовами).

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ КАТЕГОРІЙ «НОВИНИ», «НОВИННИЙ ДИСКУРС»

1.1 Дефінітивне наповнення понять «дискурс», «новинний дискурс» як різновид медіадискурсу

З бурхливим розвитком функціонально-комунікативних досліджень визначення поняття «дискурс» досі залишається суперечливим питанням серед науковців. Він є багатозначним терміном серед низки гуманітарних наук, як в лінгвістиці, літературознавстві, семіотиці, соціології, філософії, так і в етнології, антропології тощо. Дискурс є прямим чи опосередкованим предметом у дослідженні функціонування мови. Поняття дискурс за останні десятиліття набуло широкої популярності серед мовознавців, які намагалися підібрати єдине загальноприйняте визначення, яке було б в змозі охопити всі випадки його вживання. Різні його інтерпретації пов'язані між собою нетривіальними відносинами, враховують концептуальні потреби, модифікуючи більш традиційні уявлення про мовлення, текст, діалог, стиль і навіть мову.

Порівнюючи визначення з українських та зарубіжних термінологічних словників, ми приходимо до висновку про різну репрезентацію дефінітивного наповнення терміну «дискурс». До прикладу, шведська Національна енциклопедія (*Nationalencyclopedia*) зазначає, що термін бере свої коріння з латинської мови «discours» – «розмова», який пов'язаний з шведським терміном «kringlörande» у значенні обговорювати щось детально, хоча на початках у французькій лінгвістиці дискурс мав значення мови взагалі, текст. *Nationalencyclopedia* [57]. На порталі *Nationalencyclopedia* згадують про вплив французької мови, дискурсом визначали розмови у повсякденному мовленні, у філософському та споріднених контекстах це слово може позначати сукупність зв'язним виразом тверджень і понять, але з певними уточненнями, наприклад моральний, науковий, релігійний чи новинний дискурс [58].

Інший шведський інноваційний словник, *Svenska Akademiens Ordböcker*, подає чітко сформульоване тлумачення: «це спосіб міркування в межах певної сфери, наприклад «філософський дискурс»» [78].

У свою чергу, *Cambridge Dictionary* має схоже розшифрування до попередніх прикладів, хоча змінюється семантика – це використання мови для спілкування в усній або письмовій формі, як дискусія чи дебат (як формальний політичний аргумент), або це промова чи твір на певну, як правило, серйозну тему [34].

Щодо вітчизняних досліджень, то Портал української мови та культури подає значення «дискурс», як «вид мовної комунікації, орієнтованої на обговорення та обґрунтування будь-яких значущих аспектів дій, думок та висловлювань її учасників» [20].

Загалом дискурс розуміють як поняття, що позначає мову в її реальному використанні з акцентом на комунікативний контекст і прагматичний аспект. Дискурс як елемент комунікації охоплює усі вербальні й невербальні аспекти між мовцями, що зі свого боку слугують елементами цілісності та зв'язності висловлювань. Кожен дискурс повинен мати певний контекст, наприклад

соціальний, культурний, історичний або конкретно ситуаційний, який впливає на його зміст чи інтерпретацію.

Розвиток та аналіз дискурсу всередині ХХ ст. асоціювався спочатку лише з лінгвістикою тексту. Причиною слугувало вживання «дискурсу» як терміну лінгвістики З. Харрісом у статті, присвяченій аналізу мови рекламу ще в 1952 році [47, с. 38]. З того моменту цей термін набув поширеності в сучасних лінгвістичних колах. Упродовж останніх років ХХ ст. простежується швидке зростання кількості досліджень аналізу цього поняття, що зумовило появу різноманітних тлумачень та визначень.

Поняття дискурсу досліджував славнозвісний нідерландський лінгвіст Т. ван Дейк, розділивши його за двома розуміннями широким і вузьким. У широкому значенні він зарахував усі екстралінгвістичні фактори, як місце, час, сама комунікативна дія, яка залучає відповідних реципієнтів, що несуть за собою контекст цієї розмови в усному чи в письмовому форматі. Більш того, сама інтеграційна природа виражена імпліцитно, але можуть бути наявними вербальні та невербальні компоненти. У вузькому розумінні дискурсу дослідник розглядав вербальну складову, яка виступає як «продукт» комунікативного акту, який має інтерпретуватися іншими учасниками процесу [84, с. 32].

Дискурс є динамічним явищем відповідно до розвитку комунікації між мовцями, у лінгвістиці він використовується як самостійна категорія, а в рамках цієї галузі він також досліджується в когнітивній лінгвістиці, прагмалінгвістиці, лінгвістиці тексту тощо.

Оригінальну концепцію європейської культури висловив французький філософ Мішель Фуко у своїх пізніших працях, де пріоритетним поняттям був дискурс. Він порівнював термін до «картини реальності, великої смислової структури, що має тематичне ядро; репрезентацію власних відношень і ідеологічних установок, які визначають певну програму дій...» [68, с. 54].

На думку сучасного вітчизняного мовознавця В. О. Ковчака, дискурс є складним комунікативним явищем, яке не ізолюється текстовою або діалогічною структурою, а навпаки надає суспільний контекст, уявлення про

учасників процесу, їхнє сприйняття і процеси відтворення повідомлень. Така гіпотеза дає нам підстави зараховувати до дискурсу усі висловлювання і тексти, що впливають своїм змістом на зовнішній світ реципієнтів, створюючи правила і структуру. Іншими словами, поняття виступає як суспільно організована мережа комунікативних зв'язків, що опосередковано втілена сферу суспільної взаємодії засобами мови [11, с. 206].

Т. В. Куліш висунув думку розглядати дискурс як текст з комунікативними діями, іншими словами функціонування в когнітивному просторі сукупності тематично пов'язаних текстів [13, с. 6]. Термін «дискурс» у сучасній лінгвістиці близький за змістом до поняття «текст». Хоча ці два терміни ніколи не будуть взаємозамінними, адже «текст» – це поняття, що стосується лише системи мови. З точки зору сучасних методик, дискурс розглядається як текст, що враховує певні позамовні чинники, зокрема: думки, знання, настанови та цілі адресата, які необхідні для його розуміння. Без сумніву, це поняття має такі характеристики, як завершеність і цілісність, тобто містить усі властивості тексту. До того ж, сучасні підходи трактують дискурс як поєднання двох аспектів: процесу мовленнєвої діяльності, що є динамічним, та її зафіксованого результату у вигляді тексту.

На думку Ф. С. Бацевича, текст – це одиниця лінгвістичного аналізу, у той час, коли дискурс – комунікативного, де присутні учасники та живі обставини, що робить явище динамічним [1, с.147-148]. Сучасний вітчизняний лінгвіст диференціює цей термін за такими комунікативними ознаками: вияви комунікації в суспільстві (мовний дискурс, комунікативний, мовчання, вербальний, невербальний, сучасні дискурсивні практики); комунікацією у межах окремих каналів (візуальний, слуховий, тактильний); способи викладу та втілення прагматичної мети мовців (етикетний, лайливий, дидактичний) та вияв правил спілкування [1, с. 153].

Н. Б. Мантуло розглядає дискурс на рівні когнітивної моделі соціокультурного поля, що створює рамки комунікаційної взаємодії [15, с. 85]. Філософія дискурсу заклало в собі масштабне світобачення мови як «живої

грибниці дискурсів, котрі виникають і еволюціонують у просторово-часовому континуумі живої мови» [14, с. 18]. Хоч на сучасному етапі розвитку лінгвістики, як ми могли переконалися, дискурс є складним багатоплановим феноменом, ми визначаємо його як мультимодальний або мультисеміотичний комунікативний акт, що не обмежується лише семіотичною системою мови, але й включає семіотичну систему образів, яка має імпліцитний вплив на учасників комунікації. У науці присутній поділ за типологією на письмовий дискурс, який передається візуально та усний дискурс – акустичний. Письмовий дискурс походить від усного. Відмінність у способі або каналі передачі інформації є суттєво важливою. У той час, коли процес породження і розуміння усного дискурсу іншими учасниками комунікативного акту відбувається одночасно, то в письмовому – навпаки. На додаток до цього, письмовий дискурс характеризується складною синтаксичною будовою речень, що уповільнює швидкість розуміння на відміну від усного мовлення [10, с. 6].

Інша відмінність полягає в передаванні інформації, адже в письмовому дискурсі відсутній контакт між адресатом і адресантом в часі і просторі, навпаки, відбувається відділення, що спричиняє нівелювання екстралінгвальних факторів таких, як залучення емоцій, жестів й інших невербальних засобів. Натомість адресант використовує пасивний стан, не враховує всі особливості очікування читацької аудиторії, адже він може не володіти даними про те, хто збирається прочитати його текст. Незважаючи на відсутність зворотного зв'язку з реципієнтами, які не можуть попросити пояснити деякі місця (крім випадків, коли така можливість дійсно існує), письмовий текст має чітку організацію, поділ на параграфи, що полегшує сприйняття [10, с. 6].

Т. ван Дейк розрізняв види дискурсу з позиції критичного дискурсивного аналізу, він виділив шість категорій: медичний дискурс (medical discourse), судовий дискурс (discourse in court), політичний дискурс (political discourse), медіадискурс (media discourse), освітній та науковий дискурси (discourse of education and science), корпоративний текст і мовлення (corporate text and talk) [82, с. 435]. Він особливо репрезентує соціокогнітивну парадигму, засновану на

тезі про те, що відносини між дискурсом і суспільством є когнітивно опосередкованими. Лінгвіст співвідносить дискурс з формою соціального контролю; влада безпосередньо здійснюється та виражається через диференційований доступ до різних жанрів, змісту та стилів дискурсу. Цей контроль можна проаналізувати більш систематично з точки зору форм (відтворення) дискурсу, а саме: форм матеріального виробництва, артикуляції, поширення та впливу [83, с. 8].

У дослідженні ми насамперед зацікавлені саме медіадискурсом, у якому засоби масової інформації є найпоширенішими, якщо не найвпливовішими, якщо судити за критеріями влади та сфери охоплення. Він є похідним від загальної концепції дискурсу, і сфера масової комунікації охоплює всю сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності в усій своїй розмаїтті. Окрім усного та візуального дискурсу телебачення, новинні тексти відіграють життєво важливу роль у суспільній комунікації. Всупереч поширеній і науковій думці, новини на медійних пабліках запам'ятовуються краще, ніж телевізійні новини [73, с. 126], і сприймають як якісно кращі [50, с. 284], що може посилити їх переконливий вплив, а отже і силу [85, с. 42].

З технологічним розвитком тексти, створені журналістами, поширюються за допомоги преси, радіо, особливо телебачення та Інтернету, набагато швидше ніж до цього. Відповідно до цих каналів передачі інформації Т. ван Дейк створив найзагальнішу класифікацію медійного дискурсу, яка поділяється на: дискурс друкованих ЗМІ, радіодискурс, дискурс телебачення та Інтернет-дискурс (сюди входять всі електронні форми мас-медійної комунікації) [81, с. 56], на яку посилаються інші вчені. У лінгвістиці існує велике розмаїття типологій дискурсу різних науковців, все залежить від того які критерії закладаються в основу дослідження. Наприклад, в залежності на кого відбувається орієнтування медіадискурсу, виділяють два типи: персональний (особистісно-орієнтований), тобто мовець виступає як особистість зі своїм внутрішнім світом, та інституціональний (статусно-орієнтований) тип, де відбувається репрезентація представника як певного соціального інституту [37,

с.65]. Відповідним чином виділено побутовий і буттєвий різновиди в особистісно-орієнтованому дискурсі. Іншими критеріями для типологізації медійного дискурсу можуть бути форма комунікації, жанрове розмаїття, стратегія репрезентації інформації, функціональна спрямованість в соціальному контексті.

За жанровим різноманіттям медіадискурс можна класифікувати на:

- новинний дискурс (репрезентований коментарем експертів, подієва замітка);
- репортажний (у вигляді репортажу)
- інформаційно-аналітичний (репрезентований аналітичною статтею, аналітичним інтерв'ю, аналітичним оглядом, редакційною статтею, кореспонденцією);
- есеїстичний (у вигляді редакторської колонки, есе);
- рекламний (рекламна стаття, рекламне оголошення, слоган);
- PR-дискурс (прес-реліз).

Медійний дискурс виділяється основними характеристиками у сфері масової комунікації, як «чутливість до соціально-культурного, ідейно-ідеологічного контексту, відкритістю, комунікативною функцією та каналом реалізації» [18, с. 64].

Дослідниця О.В. Голік, проаналізувавши у своїх дослідженнях класифікації інших мовознавців, розмежовує тексти на п'ять категорій:

1. оперативно-новинні: замітка та всі її різновиди;
2. оперативно-дослідницькі: репортаж, інтерв'ю, звіт;
3. дослідницькі-новинні: кореспонденція, коментар, рецензія;
4. дослідницькі: стаття, лист, огляд;
5. художньо-публіцистичні: нарис, есе, памфлет [3].

У цілому цей поділ відповідає викликам та вимогам сучасності, враховуючи міжжанрові кореляції та дифузії, хоча надалі продовжується процес модифікації науковцями типологій і функціонування міжжанрової різноманітності [3].

Навколо чіткої класифікації медійного дискурсу з сучасним технологічним розвитком тривають дискусії на предмет доречності зарахування новітніх жанрів. На особливості кожного виду медійного дискурсу впливають всі етапи на рівні мовленнєвого акту, коли спілкування набуває специфічних рис. Медійний дискурс має досить відкриту структуру, без чітко визначених меж, що дає можливість видозмінюватися, характеризуватися динамічністю, унікальністю, незавершеністю та повторюваністю.

У цьому дослідженні наша увага буде прикута саме до новинного дискурсу, який має свою структуру, властивості та специфічні особливості. Процес перетворення інформації в новини підтверджує селективну природу останніх. На кінцевий результат впливає безліч чинників, деякі з них є дослідження джерел новин, стосунків між репортерами та медіа, в яких вони взаємодіють. Новинні історії є результатом різноманітних перетворень реальних подій, у результаті чого створюється «нова реальність», або так звана медійна реальність. У такий спосіб відбувається процес медіації, іншим словами – репрезентація події або ідеї в масмедійному тексті.

Аналізуючи новини ЗМІ як певний тип дискурсу, Т. ван Дейк використовує метод декомпонування дискурсу на кілька змістових рівнів. Першим рівнем лінгвіст визначає релевантність та риторичні операції, наступний – стиль та все що сюди відносять. До третього рівня структур – локальні, або мікроструктури на мовному рівні (синтаксичні, морфологічні та лексичні механізми формування словосполучень та засоби формування зв'язних текстів). Четвертим змістовним рівнем він вбачає глобальні структури, або макроструктури, а до п'ятого – формальні суперструктури, тобто взаємодія тексту в дискурсі [86, с. 17].

Ми визначаємо новинний дискурс як сукупність мовних і комунікативних практик, через які створюються новини, що вміщують в собі як інформаційні, так і інтерпретативні елементи. Новинний дискурс – це явище, яке передає не лише факти, але й формується під впливом соціокультурних, політичних і економічних контекстів. Він є важливим об'єктом вивчення сучасних

соціальних комунікацій. Зважаючи на визначну роль новин в житті людини, грає велике значення має структуризація новинного дискурсу у комунікативному просторі суспільства, адже від цього залежить саме буття людини – від отримання повсякденної інформації до процесу прийняття життєво важливих рішень. У свою чергу, дискурс не описує світ, а формує його, він є основою пізнання та самовираження. Правило узгодженості інформації показує, що семантика дискурсу не є автономною в тому сенсі, що для розуміння недостатньо знати лише лексичні значення слів і їхні комбінації. Нам потрібні також знання про світ, а отже, когнітивний і соціальний аналіз того, що знають люди в певній культурі і як вони використовують ці знання для інтерпретації дискурсу загалом та встановлення узгодженості зокрема. Саме усвідомлення цього важливого факту привело до застосування когнітивної психології та штучного інтелекту в аналізі інтерпретації дискурсу.

1.2 Економіка як ядро новин

Новини постійно створюються на основі широкого контексту, передусім економічного та історичного. Економіка виступає однією з найважливіших дисциплін для дослідження, оскільки вона дає уявлення про те, як взаємодіють окремі люди, бізнес і уряди, створюючи ринки та встановлюючи ціни. Вона також надає основу для розуміння того, як функціонують різні соціальні та економічні класи та як ухвалювати рішення в умовах постійно змінного глобального середовища.

Аналіз медіаконтенту може слугувати засобом для розуміння суспільств, у яких ми живемо, та наших систем цінностей. Але економіка також є цінною сферою дослідження для медіазнавців. Більшість рішень, які ухвалюють керівники медіаорганізацій, тією чи іншою мірою залежать від питань ресурсів і фінансів. Тому економіка як дисципліна має велике значення для розуміння того, як працюють медіакомпанії та медіаіндустрія загалом.

Роль ЗМІ у формуванні суспільного сприйняття є предметом дискусій впродовж тривалого часу. Науковці з питань комунікації наголошують, що

журналісти виконують роль володарів медійного світу, який модифікується відповідно до нагальних потреб [53, с. 246]. Доречний відомий вислів соціолога Нікласа Лумана: «Все, що ми знаємо про наше суспільство чи навіть про світ, у якому ми живемо, ми дізналися з засобів масової інформації» [54].

Більшість досліджень, що стосуються фінансових знань, беруть за основу фінансову грамотність, яку зазвичай розуміють як «поєднання обізнаності, знань, навичок, ставлення та поведінки, необхідних для прийняття обґрунтованих фінансових рішень та, в кінцевому підсумку, досягнення особистого фінансового добробуту» [28, с. 14].

Для багатьох реципієнтів медіа є єдиним та основним джерелом інформації про економіку та пояснень її діяльності. Економісти часто знаходять недоліки в точності передачі економічної інформації до масової аудиторії. Іноді вони звинувачують пресу в невігластві, викривленні та недоречному наголошенні на окремих цифрах, а не на тенденціях.

Новини про майбутні технології, очікування значного підвищення зарплати, новини про появу мережі 5G спонукають нас до відповідних дій, адже ми розуміємо, що вони можуть суттєво змінити наше повсякденне життя – як свого часу це зробили Інтернет та смартфони. Ця інформація дає бажанням людям витратити гроші вже зараз, що стимулює зростання ВВП країни, навіть до того, як нові технології стануть доступними. Цей приклад може яскраво проілюструвати, як новинні заголовки можуть вплинути на майбутній стан економіки. Як показують дослідження, поведінка реципієнтів змінюється ще на етапі очікування технологічного прогресу, вони передбачають надійне майбутнє та починають більше витратити вже в теперішньому часі. Такі зміни поведінки у відповідь на новини економісти вивчають вже понад століття, створюючи різні теорії про їхній вплив на ключові економічні показники.

Зрештою, не лише новини про технології впливають на економічні цикли – сьогодні серед багатьох повідомлень, що формують наші очікування щодо майбутнього, є ціни на сировинні товари, рішення центральних банків щодо процентних ставок і тенденції інфляції [49].

За статистикою моніторингу новин, зібраною Інститутом масової інформації (ІМІ) за 6 серпня 2024 року, ми прослідковуємо, що українського читача найбільше цікавлять теми економіки (17.4%), політики (16.5%) та війни: обстріли та їхні наслідки (13.7%), фронту (13.1%) [2]. Відповідно до ситуації в країні, тема війни є домінантною в новинах українського медіа. На другому місці за кількістю виявляється тема економіки, що відбиває нагальні потреби суспільства. У дослідженні ІМІ було виокремлено 36.5% новин міжнародного масштабу, що свідчить про важливість глобального контексту для розуміння внутрішньої ситуації [2].

Порівнюючи статистику дослідження українських новин за 2021 рік, зацікавленість економічною ситуацією України або міжнародною мали один з найменших показників серед реципієнтів. Як наслідок, новинні видання більше концентрували свою увагу на опублікуванні матеріалів, що мали попит та приносили високий рейтинг в медіабізнесі, такими темами були соціальні та політичні [6].

Шведська медіасфера далі продовжує залишатися на рекордному рівні з використання ЗМІ. Щорічний медіабарометр Центру нордичних досліджень у сфері медіа Nordicom, який знаходиться в університеті Гетеборга, показує, що у 2023 році шведи продовжують зберігати рекордно високий рівень медіаспоживання з років пандемії. У середньому на день дві третини усіх медійних користувачів читають щоденну газету в цифровому вигляді у Швеції [72]. За підрахунками новинного порталу Tidningen Näringslivet, у 2024 році шведів найбільше цікавили теми кризи у сфері електроенергії, трудової імміграції та побутових відходів, ці теми посіли чільні місця у списку [52]. Протягом останнього року інтерес до економічних новин у Швеції був значним. Зокрема, новинний портал News55 повідомив про збільшення кількості своїх користувачів в 5 разів і це, враховуючи лише останній рік, з 185 тисяч відвідувачів до понад 1,1 мільйони [61]. Це збільшення підкреслює зростаючий інтерес до економічних новин серед шведських читачів.

До того ж американський дослідницький центр Pew (Pew Research Center) провів численні дослідження звичок споживання новин, незмінно виявляючи, що економічні новини ж одними з тем, які найбільше відстежуються. Наприклад, їхній звіт за 2024 рік підкреслив, що значна частина американської громадськості часто шукає інформацію, пов'язану з економічними розвитками. Такий підвищений інтерес можна пояснити кількома факторами:

- особистий вплив: економічні умови приносять зміни безпосередньо у повсякденне життя людей, впливаючи на зайнятість, дохід і вартість життя;
- політичні наслідки: тема оподаткування, витрат і регулювання, що має широкі суспільні наслідки;
- глобальний зв'язок [60].

Ця тенденція підкреслює гострий інтерес громадськості до розуміння економічних умов, які мають вплив на їхнє повсякденне життя.

Подібним чином звіт Інституту Рейтер про цифрові новини надає інформацію про глобальні тенденції споживання, зокерма про популярність фінансових та економічних новин. Зміни рівня зайнятості, інфляції мають прямі наслідки для засобів існування людей, що викликає підвищений інтерес. Коливання на фінансових ринках можуть вплинути на інвестиції, пенсійні фонди та загальну економічну стабільність, спонукаючи реципієнтів шукати своєчасну інформацію. Більш того, економічна політика та рішення урядів впливають на оподаткування, державні витрати та соціальні послуги, сфери, які хвилюють багатьох громадян. Розуміння цієї динаміки пропонує цінний контекст для ЗМІ та політиків, які прагнуть залучати та ефективно інформувати громадськість [62].

Те, як ми розповідаємо історії, відіграє не менш важливу роль, ніж самі історії, які ми розповідаємо. Гарольд Лассвелл одного разу знаменито зауважив, що політика – це «хто отримує що, коли, де і чому» [36, с. 246], і це визначення, принаймні в популярному розумінні, цілком можна застосувати і до економіки.

Ритуалістичний погляд на комунікацію розглядає новини як моральну історію, споживання якої подібне до відвідування масових зібрань – «ситуації, в

якій нічого нового не дізнаються, але в якій певний погляд на світ зображується і підтверджується» [33, с. 16]. Окрім простого передавання інформації, комунікація одночасно є способом представлення та створення реальності, надаючи «життю загальну форму, порядок і тон» [33, с. 17].

1.3 Семантичний ресурс терміна «новини» та його специфіка

У сучасних медіа часто можна почути, як новину ототожнюють з інформацією, але не варто забувати, що це два різні поняття. Адже новина – це завжди визначена інформація, проте не вся інформація є новиною. Вчений А. Чічановський наголошує: «новинна інформація формується під впливом цілого ряду соціальних факторів і має доволі складну соціокомунікативну структуру. Хоча самі повідомлення-новини або новинні тексти не є соціокомунікативними подіями» [23, с. 21].

Дослідник Т. ван Дейк визначає новини як явище масової комунікації, розглядає зв'язки, які неодмінно існують між новинними повідомленнями, їх структурами, процесами виробництва і сприйняття. Він також описав діяльність створення новин, який вплив має на виробництво новини соціальна репрезентація, і намагався виявити соціальний статус осіб, що займаються випуском новин та їхні інституційні структурні взаємовідносини. При такому аналізі новини вміщують в собі як соціальні, так і когнітивні акти й стратегії [83, с. 26]. Більшість словників передають значення «новини» як «розповідь про нещодавне» [75], подія або інформація, яка раніше не була відома. В Oxford Dictionary це «повідомлення про останні події або випадки, які приносяться або надходять до людини як нова інформація; нові випадки як предмет доповіді чи розмови» [66].

Лорд Норткліфф, відомий британський редактор, сказав: «Новини – це те, що хтось десь не хоче друкувати, хоче приховати. Все інше – це реклама» («News is something that somebody somewhere doesn't want to print, wants to suppress. All the rest is advertising».) [75].

Щоб інформація могла вважатися справжніми новинами, вона має бути фактичною, новою та цікавою. Ця нова інформація має ґрунтуватися на фактах, які є новими для читача, слухача або глядача, адже без них не може бути новин. Новини, подібні до таких явищ, як чутки, плітки, погослови та міські легенди, є формою ритуалістичної моральної комунікації [35, с. 415]. Вони включають передавання важливих моральних повідомлень від суспільства до суспільства, сприяючи масштабним соціальним процесам, пов'язаним із розумінням та передбачуваністю, суспільним порядком і контролем, а також соціальним включенням і виключенням. Як форма моральної комунікації, новини зазвичай є актуальними (стосуються поточних подій і питань), масштабними (цікавлять групу людей), передбачувано достовірними (принаймні для споживачів) і корисними для особистого та суспільного життя.

«Get the Truth and print it» [45] – так свого часу зазначив Джон С. Найт, засновник однієї з найбільших газетних мереж США, додавши, що новини мають зосереджуватися на служінні громаді, інтересах суспільства та враховувати ієрархію міста в громадських і соціальних справах. Крім того, новини – це те, що безпосередньо впливає на читачів, емоційна подія, яка змусить людей сміятися чи плакати та публікується на сторінках газети і журналів, транслюється по радіо та телебаченню або поширюється через Інтернет.

Узагальнивши всю інформацію, яка була згадала попередньо, ми можемо так визначити термін «новини» – це оперативна, достовірна та суспільно важлива інформація про події, що відбуваються в окремій країні та цілому світі, транслюються через різні засоби масової інформації (ЗМІ). У новинах інформація розташована у порядку зменшення відповідно до важливості подій, про які йдеться. Змістова частина новин може бути різною залежно від суспільства, в якому відбуваються події, проте підхід журналістів до їх оцінювання є загальною однаковою. Новини можуть охоплювати різні сфери суспільства, наприклад: політики, економіки, культури, суспільства, спорту,

науки, технологій, лайфстайлу тощо або стосуватися подій з життя відомих, багатих і сумнозвісних особистостей.

Новинні репортажі, які щодня створюються тисячами і під великим тиском професійних рутин, наявного персоналу, часу і дедлайнів, також повинні бути організовані за певною схемою, а саме за новинною схемою (ван Дейк 1986). Частини новинного тексту можуть мати традиційні функції, які використовуються як обов'язкові або факультативні категорії для його формальної організації.

Гарним прикладом може слугувати категорія репортаж, що складається із заголовків і лідів відповідно. Основна частина тексту також має різні схематичні функції, такі як «Основні події», «Передумови», «Контекст», «Історія», «Вербальні реакції» або «Коментарі», кожна з яких може бути поділена на менші категорії. Наприклад, категорія «Коментарі» може складатися з «Оцінки» та «Очікувань», у яких репортер або редактор оцінює новинні події.

Новинні структури можуть бути пов'язані з контекстуальними рутинними виробництва новин або навіть розвиватися з них. Цікавою особливістю новинних репортажів є те, що як макроструктура (тематика), так і новинна схема, що їх організовує, не з'являються у тексті у неперервному вигляді. Скоріше, вони мають тенденцію з'являтися у вигляді дискретних фрагментів [83, с. 34].

Верхівка макроструктури новинного репортажу, як правило, виражається першою, тобто спочатку подається заголовок (найвища макропропозиція), потім лід (верхівка макроструктури), а згодом – нижчі макропропозиції репортажу з деталізацією змісту та менш значущим схематичним категоріями (наприклад «Історія» або «Коментарі»), які розміщуються ближче до кінця тексту. Це все є ефективною стратегією, яка дозволяє стилістичні варіації кожному репортеру або газеті. Для реципієнта це означає, що, у цілому, початок тексту завжди містить найважливішу інформацію. Це прослідковується у зв'язку між текстовими структурами новин та стратегіями виробництва їх, а також використанням новинних репортажів у контекстах масової комунікації.

Схематично Т. ван Дейк представив новинний текст на кілька рівнів та категорій, що має такий вигляд:

1. Макроструктура: загальний зміст новин, її головна тема;
2. Суперструктура: сама схема новини, організація тексту, типова структура включає такі розділи:
 - Заголовок (Headline): відображає основну ідею тексту;
 - Лід (Lead): короткий підсумок найважливішої інформації;
 - Основна частина (Main Body): розгорнутий виклад подій із деталями;
 - Заключна частина (Closure): підсумок або додаткова інформація (присутність гіперпосилань на схожі теми).
3. Мікроструктура: включає мовний арсенал, лексико-граматичні засоби, стилістика та спосіб викладу інформації.
4. Контекстуальні аспекти: враховуються екстралінгвальні фактори, як соціальний, політичний і культурний контекст, у якому створюється та сприймається новина [83, с. 39].

Цю класичну модель новинних текстів ми зустрічаємо на сторінках сучасних медіа, але трошки зміненою під впливом глобалізаційних та інформаційних процесів. Найчастіше використовують структури перевернутої піраміди, пісочного годинника і наративного оповідання. Для новин з негативним або емоційно-шокуючим змістом використовують перевернуту піраміду. Вона підходить як для формули аналізу, так і навчання та написання новин, адже усі елементи розташовують відповідно до поняття важливості – це означає, що найважливіший елемент розміщуємо вгорі (лід), а потім вже йде детальна інформація в основному розділі. Незважаючи на свої обмеження, онлайн новини використовують її відповідно до потреб швидкого перегляду користувачів. Заголовок, який передається дієвим і коротким реченням, має значуще завдання для інформаційних новинних каналів. Про події пишуть всі, проте заголовок має бути настільки унікальним, щоб новина не загубилася серед цілого потоку інформації. Завжди перевага надається активному стану ніж пасивному, де відсутня зайва деталізація. Перевернута піраміда надає перевагу

читачам завдяки своєму формату в полегшеному пошуку термінових подій, адже немає необхідності переглядати статтю повністю [69]. Це підкреслює важливість професійного та унікального формулювання заголовків, оскільки саме від них залежить сприйняття повідомлення реципієнтом. Лід займає також не останню позицію в організації новини, він повинен бути простим, конкретним і збудованим на фактах. Інколи лід використовується самостійно, оскільки інші медіа хочуть якнайшвидше анонсувати подію. Тому ця частина має бути абсолютно незалежною змістовою одиницею, яка дає відповіді на запитання Чому? Як? У який спосіб? і є більш вагомою за інші абзаци. Сублід присутній, щоб вмістити всі додаткові елементи, що уточнюють ситуацію та не знайшли місце в попередньому абзаци [16, с. 14].

Аналіз новинних текстів має здійснюватися на різних рівнях їхньої структурної організації, що виходять за межі суто лінгвістичного опису мовних конструкцій, словосполучень і речень, охоплюючи також багатовимірні характеристики вищого порядку, зокрема: фреймову або схематичну організацію, інтегровану тематичну структуру, міжфразову зв'язність, а також комплекс стилістичних і риторичних аспектів [25, с. 17].

В описі подій найчастіше відбувається узагальнення окремих подій. При цьому кінцевий результат подій виходить на початок, а потім подається низка менш важливих подробиць. Форма опису подій використовується найчастіше для візуалізації та відтворення умов під час нещасливих випадків, стихійних лих, конфліктів або просто негативних новин. Переважна більшість новин є негативними на порталі, і цьому є логічне та об'єктивне пояснення. Такий тип новин найбільше викликає емоційно-експресивних емоцій у реципієнтів під час читання. Більш того, негативні новини є більш помітними в буденному житті, адже вони є непередбачуваними та відповідно до людської психології набувають більшого розголосу. Існують відповідні принципи для створення так званих хороших журналістських творів. Один з них – це написання новин простою та лаконічною мовою, короткими абзацами, використання активних речень, замість пасивних та уникнення штампів [77]. До того ж А. Маккейн

запропонувала уникати складних речень із довгими підрядними реченнями, звертати увагу на вибір слів, структуру речень, граматику, орфографію та пунктуацію [56, с. 34]. Редактори онлайн-новин показують, що написання новин в Інтернеті схоже на написання друкованих новин, вони теж є різкими, лаконічними та особистими [79].

1.4 Питання цінності новин

Засоби масової інформації не просто прозоро повідомляють про події, які «природно» самі по собі заслуговують на увагу. Новини є кінцевим продуктом складного процесу, який починається з систематичного сортування та відбору подій і тем відповідно до соціального створеного набору категорій.

Тексти як елементи соціальних подій мають причинно-наслідковий зв'язок, тобто викликають зміни як в матеріальному світі, що відбуваються в людях. Тексти безпосередньо можуть модифікувати нашу підсвідомість, наші переконання, наше ставлення, цінності, дії. Деякі тексти також мають довгострокові причинно-наслідковий вплив [42, с. 17]. Матіас Карлссон підкреслив у своїх дослідженнях дві важливі особливості онлайн новин, а саме участь користувачів і безпосередність [51, с. 283].

Завдяки вибірковому використанню джерел, розробці й вибору теми новин ЗМІ вирішують, яких акторів новин буде представлено публічно, що про них говоритимуть і в який спосіб. Велика кількість останніх досліджень на тему виробництва новин показала, що ці процеси не є довільними і не просто визначаються інтуїтивними журналістськими уявленнями [44, с. 123]. Ці критерії, які, ймовірно, здебільшого є несвідомими у редакційній практиці, дослідники медіа називають «новинними цінностями», і вони виконують роль «вартових», фільтруючи та обмежуючи потік новин. Чим більшої кількості критеріїв відповідає подія, тим більша ймовірність, що про неї повідомляють. Походження цінностей новин складне та різноманітне: вони включають загальні цінності суспільства, такі як «консенсус» та «ієрархія», журналістські конвенції, характер джерел, частоту та графік публікацій [44, с. 215]. Журналісти

навчаються, як зображувати силу інших, і водночас навчаються, як сприяти потужності власної організації, наприклад роблячи її незалежною від інших організацій [80, с. 116]. Інформаційна цінність базується на ідеологічних і професійних критеріях, які надають преференційний доступ до медіаелітним особам, організаціям і націям, таким чином визначаючи та узаконюючи їх владу.

Підходячи до питання цінності новин із спостережень данських тележурналістів, І. Шульц [72, с. 197] стверджує, що домінує шість цінностей новин: своєчасність, релевантність, ідентифікація, конфлікт, сенсація та ексклюзивність. Бути першим із історією – ексклюзивність додає цінності для цілого новинного порталу, який залучає аудиторію і може перекривати інші цінності новин, такі як своєчасність. Вибір новин піддається впливу журналістських процедур, таких як питання доступу та дотримання термінів, конкуренція за ексклюзив, вплив власників і рекламодавців та багато інших екстралінгвальних чинників.

Цінності новин можна розглядати не так, як відображення того, яку інформацію хочуть отримати громадяни або потреби, а більше як відображення організаційних, соціологічних і культурних норм у поєднанні з економічними факторами [88]. Комерційний тиск також може призводити до відбору новин на основі їх передбачуваної привабливості для цільової аудиторії, а не через будь-які властиві якості новинної вірогідності чи важливості [63, с. 194]. Традиційно фахівці [67] вважають, що події варті висвітлення, якщо вони відповідають таким критеріям:

- **Актуальність (Timeless)** – журналісти зосереджуються на поточних, подіях, що відбулися нещодавно, тобто сьогодні або вчора, та присутня постійна гонка з іншим медійними конкурентами.
- **Вплив (Impact)** – репортери наголошують на інформації, що має значення для аудиторії, а також на історіях, які впливають на тисячі читачів або глядачів, залучають їх або викликають інтерес.

- **Відомість (Prominence)** – навіть звичайні події можуть стати новинами, якщо вони пов’язані з відомими особистостями або відбуваються у відомих місцях.
- **Близькість/Локальність (Proximity/Localizing)** – чим ближче подія до місця проживання аудиторії, тим вона є більш новинною.
- **Конфлікт або суперечка (Conflict or Controversy)** – дискусія між двома людьми, які мають різні погляди на соціальну проблему, є більш цікавою для новин, ніж діалог між тими, хто у всьому погоджується. Напруга між учасниками створює конфлікт, який робить матеріал драматичним і привабливим для читачів, слухачів чи глядачів.
- **Незвичність/Унікальність (Unusualness/Singularity)** – відхилення від норми, тобто унікальні, незвичайні або неочікувані події, конфлікти чи суперечки, є більш новинними, ніж звичайні події.
- **Актуальність тенденцій (Currency)** – коли щось незвичне відбувається, воно може привернути увагу до схожих подій та їхніх причин. Ця *актуальність* напряду пов’язана з темами, які вже висвітлюються в новинах.
- **Близькість за характеристиками (Affinity)** – за психологією люди цікавляться іншими людьми, які мають з ними спільні риси або певну близькість за релігією, національністю, расою тощо.
- **Людський інтерес (Human Interest)** – історії, що мають сильний емоційний заряд, належать до категорії *людського інтересу*. Вони можуть варіюватися від матеріалів, які змушують нас сміятися, до тих, які викликають сльози [43].

Однак серед журналістів немає загальної згоди щодо того, які саме з цих критеріїв слід враховувати при виборі сюжету. Хоча важливі події можуть вплинути на поточне мислення. Вплив, наприклад, визначає кількість людей, яких торкнулася історія. Обізнаність із ціннісними орієнтирами сприяє фахівцям зі зв’язків з громадськістю в оптимізації висвітлення подій у ЗМІ. Це, у свою чергу, дає змогу ефективніше підвищувати медіарейтинг публікацій, що

становлять суспільний інтерес. Тому важливо зауважити, що ЗМІ по іншому висвітлюють інформацію, використовуючи нові комунікативні та технічні можливості [67]. Негативність є добре задокументованою новинною цінністю. У процесі оцінки новинної значущості реальних подій і змін журналісти керуються розумінням новинних цінностей. Вони працюють як «система критеріїв, які використовуються для прийняття рішень щодо включення чи виключення матеріалу» [70, с. 45].

Хоча кількість уваги в медіа вказує людям, «про що думати», оцінювальний тон новинного матеріалу потенційно впливає на те, як люди сприймають певну проблему.

Аналіз наукової літератури [43, с. 54], присвяченої впливу економічних новин на громадське сприйняття, засвідчує, що зростання кількості негативно забарвлених повідомлень корелює з посиленням песимістичних оцінок економічної ситуації. Причому цей факт переважає вплив як об'єктивних макроекономічних показників, так і загального інформаційного обсягу економічних новин.

З 3 березня по 4 квітня 2020 року було опитано 813 економічних експертів зі 108 країн на базі унікальної інфраструктури World Economic Survey (WES), зібраної Інститутом економічних досліджень ifo у Мюнхені [31]. Основною метою згаданого дослідження було зв'язувати, як медіаконтент впливає на економічні очікування. Результати підкреслюють, що економісти загалом сприймають журналістський медіаконтент як цінне джерело інформації. Зокрема, 40,8% усіх експертів повністю погоджуються, а ще 42% принаймні частково погоджуються з тим, що газети, вебсайти, телевізійні новини та інші журналістські медіа надають їм корисну інформацію. Однак оцінка новинних медіа як найкращого джерела інформації про поточні події є більш неоднозначною. У країнах із моніторинговою медійною моделлю, як-от: західні демократії, або з розвиваючою медійною моделлю (країни, що розвиваються як демократії), понад 60% експертів повністю або частково погоджуються.

Водночас у країнах із адвокатиною та колаборативною медійними системами (нові демократії та авторитарні режими) цей показник становить лише 40% [31]. Ці результати свідчать про суттєві відмінності у сприйнятті надійності медіа залежно від типу медійної системи країни.

1.5 Роль термінології в перекладознавстві

Термінологія як навчальна дисципліна є відносно новою. Насправді вона виникла через зростаючу потребу полегшити спеціалізовану комунікацію та переклад, а також передачу знань між користувачами тексту, які належать до різних мовних спільнот і мають подібний рівень знань. Теоретичні пропозиції у цій галузі були здебільшого засновані на практиці та зосереджені на розробці глосаріїв, спеціалізованих словників, а також термінологічних і перекладацьких ресурсів.

За словами М.Т. Кабре Кастельві, «термінологія як предметна галузь із явними передумовами виникає внаслідок потреби техніків і вчених уніфікувати концепції та терміни своїх предметних галузей, щоб полегшити професійне спілкування та передачу знань» [32, с. 14]. Дослідниця розглядає терміни як *set of conditions* (набір умов), необхідний для їх розуміння й аналізу, і в цьому контексті розробляє так звану «теорію дверей», у межах якої пропонує уявити концепт у формі багатогранника – просторової фігури У спрощеному вигляді цей концепт може бути репрезентований у вигляді трьох вимірів: когнітивного, лінгвістичного і комунікативного. Кожен з цих вимірів має свої двері, але в них не можна буде переходити, не враховуючи інші [32, с. 23].

До сьогодні в термінознавстві загальноприйнятого уніфікованого визначення «терміна» не існує через багатоаспектність цього явища. Тим не менш більшість учених погоджуються, що терміни є мовними одиницями, які передають концептуальне значення в рамках текстів спеціальних знань. Для розуміння природи термінів цей процес передачі значення є таким же важливим, як і позначуване поняття. До основних ознак терміна як одиниці спеціальної мови виділяють:

- наявність дефініції;
- відповідність терміна відображеному поняттю;
- інформаційність,
- тенденція до моносемічності (однозначність);
- стилістична нейтральність;
- відсутність експресії;
- системність [7, с. 34].

Термінологія – це набір технічних і специфічних термінів, що використовуються в певній галузі знань, наприклад, медицині, інженерії, праві, економіці, архітектурі, інформаційних технологіях або психології. Термінологія зосереджена на зв'язку між об'єктами дійсності та поняттями, які їх представляють, а не стільки на зв'язку між назвою та значенням. Термінологія в перекладі використовується в дослідженнях того, як створюються нові слова для опису понять, пов'язаних з перекладом. Щоб мати можливість точно перекласти певний зміст, розуміння термінології є життєвоважливим. Термінознавство як наука має тривалу історію впродовж багатьох століть, але зміст його основної одиниці «термін» безперервно доповнюється, оновлюється, уточнюється та переосмислюється, як наслідок змін в соціально-комунікативному суспільстві [40, с. 124].

Перекладознавство пов'язане з іншими дисциплінами, такими як філософія, герменевтика, антропологія, лінгвістика, психологія та багато інших. Деякі автори розглядають перекладознавство як багатовимірну міждисциплінарну, маючи на увазі, що воно стосується кількох різних галузей знань [27, с. 5].

Термінологія дуже важлива в перекладознавстві, оскільки в цій дисципліні створюються нові терміни. Це також відбувається в інших спеціалізованих галузях знань, у яких для опису конкретних понять існують фахові терміни.

Орієнтована на переклад термінологія (Translation-oriented Terminology) стосується типу термінології, яку використовують перекладачі для перекладу,

різновид роботи, яку виконують фахівці одномовно, щоб проаналізувати значення терміна мовою оригіналу або значення еквівалента терміна мовою перекладу; або двомовно/ багатомовно, щоб порівняти результати одномовного аналізу та побачити, чи існує еквівалентність між ними, адже дієвість, швидкість й ефективність процесу перекладу є найважливішими [78, с. 132].

Цілі орієнтованої на переклад термінології приблизно відповідають цілям перекладу, але з однією відмінністю, що перша працює виключно з мовою, специфічною для певної галузі. Однак присутні дві характерні додаткові цілі орієнтованої на переклад термінології:

1. Переклад термінів за допомогою стандартних еквівалентних термінів цільової мови.
2. Реєстрація термінів для подальшого використання по посилань.

Орієнтована на переклад термінологія працює виключно з мовою певних галузей та обмежується лише нелітературним перекладом. Фахівці декодують значення терміна вихідного тексту на основі його мовного та когнітивного контексту, за необхідності – з використанням зовнішніх джерел, таких як словники, корпуси текстів тощо, або кодують значення терміна у формі тексту цільової мови з перевіркою відповідності еквіваленту терміну та його доречності в контексті [90, с. 10].

Термінологія та переклад тісно пов'язані між собою та внутрішньо залежні. Переклад тут розуміється виключно як практична діяльність перекладача, зокрема в галузі спеціалізованого перекладу. У центрі нашої уваги знаходиться специфіка економічної термінології шведськомовних новинних текстів. Сучасна лексика відображає час становлення нової економіки. Значна частина економічної термінології з'явилася на основі загальнолітературної мови. Ці слова піддаються модифікаціям (звуженню значення), отримують спеціалізоване визначення і стають повноправними членами конкретної термінологічної системи, і найчастіше функціонують у двох вимірах і як терміни, і як загальноновживані слова.

Економіка як частина суспільно-політичної науки характеризується рядом особливостей, що мають вплив на формування її термінологічної системи, це виявляється в суб'єктивності у трактуванні значення і використання деяких термінів, більш того, в інтерпретації та використанні одних і тих самих термінів цієї професійної сфери різними науковими економічними школами існують як схожі риси, так і певні яскраво виражені відмінності.

Шведська економічна термінологія є складною й багатогранною системою, яка ієрархічно структурована і поділена на підсистеми і групи термінів на основі логіко-сміслових зв'язків.

Ганс Ландквіст (професор університету в Гетеборзі), Ніна Ніссіла (доцентка в університеті Вааса) і Ніна Пілке (професорка в університеті Вааса) викладають шведську мову в найвідоміших університетах Швеції. У рамках проєкту «Termer i tid – tidens termer. Terminologi som språklig infrastruktur då, nu och sedan» («Терміни в часі – терміни часу. Термінологія як мовна інфраструктура: тоді, тепер і в майбутньому») при Tekniska Nomenklaturcentralen/ Terminologisentrum (TNC) (Технічний центр номенклатури/ Термінологічний центр), вони досліджують, як термінологія створюється, розвивається та змінюється у шведському суспільстві в діахронічній перспективі [41]. Згадані дослідники зауважують, що терміни та технічна мова є нематеріальною інфраструктурою в суспільствах, наприклад у Швеції, Фінляндії, в Європейському Союзі та в усьому світі. Серед іншого, вони досліджували роль термінології у створенні змістової комунікації в різних спеціалізованих сферах, а також те, як терміни розробляються та використовуються на як на національному, так і на міжнародному рівнях [41].

На відміну від звичайної лексики, термінологічна лексика має специфічний статус, що потребує специфічного методу опрацювання під час перекладу текстів ділового й наукового спрямування. Значну роль відіграють спрямованість на максимальну зрозумілість термінології різномовними професіоналами, врахування культурних конотацій та світових тенденцій. Вкрай важливим та необхідним є мовне чуття науковця, ступінь його

підготовки, оскільки недостатній рівень знань може призвести до появи термінів, які не відповідатимуть законам мови або не передаватимуть адекватного змісту.

Висновки до першого розділу

З початку бурхливого інформаційного розвитку поняття «дискурс» набуло широкої популярності серед мовознавців та інших фахівців. Цей складний багатоплановий феномен почали досліджувати ще з XIX ст. і продовжують вивчати його не лише в лінгвістиці, але й інших суспільних науках для знаходження єдиного визначення, яке могло б могло охарактеризувати всі його риси. Це складне комунікативне явище, що враховує як мовні особливості, так і соціальні, культурні, когнітивні та прагматичні аспекти. Дискурс є складним явищем, яке можна вивчати у дискурс-аналізі і відповідно досліджувати, як мова використовується у різних ситуаціях та які фактори на неї впливають. Ми проаналізували жанрову класифікацію новинного дискурсу як підвиду медіадискурсу. Основні ознаки новинних текстів – це точність, стислість, об'єктивний виклад подій, позбавлений авторської оцінки, хоча саме автор формулює заголовок і те, на яких фактах чи подіях буде сфокусована увага реципієнтів. Новини зазвичай лаконічні і мають формальний тон, тому під час перекладу важливо зберігати ці параметри.

Головною місією новин є передача інформації масовій аудиторії, а завдання перекладача полягає у тому, щоб дотриматися стилю оригіналу. Раніше переклад у широкому плані розглядали як збереження змісту повідомлення при зміні його мовної форми. Тепер адекватний переклад будь-якого медійного тексту передбачає не лише точне відтворення фактичного змісту повідомлення, але й збереження функціональної спрямованості вихідного тексту.

Орієнтована на переклад термінологія та переклад мають спільні цілі, сферу діяльності, методи роботи. Однак перша зосереджена виключно на

термінах та їх точному передаванні, тоді як переклад охоплює ширший спектр мовної діяльності, включаючи літературні та загальномовні тексти.

Новинна модель допомагає аналізувати, як саме будується текст і які механізми впливають на його сприйняття.

РОЗДІЛ II.

МОВНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ШВЕДСЬКОМОВНИХ НОВИННИХ ТЕКСТІВ

2.1 Варіативність труднощів перекладу зі шведської мови на українську мову

«Переклад – це мистецтво переформатувати роботу іншою мовою, що виступає ключовим інструментом для об'єднання людей по всьому світу» [64, с. 13] – такі ідеї розвивали науковці Ю. А. Ніда та Ч. Р. Табер ще в 1982 році. Значення письмового перекладу у сучасному суспільстві є очевидним. Процеси глобалізації та поглиблення співпраці між країнами стимулюють розвиток перекладу як інструменту ефективної комунікації. Ключовим аспектом перекладацької діяльності в умовах нинішньої міжнародної ситуації є вчасний обмін інформацією та коректне сприйняття повідомлення реципієнтами. Л. Коломієць, досліджуючи розвиток та еволюцію перекладознавства в Україні, підкреслювала важливість інтеграції перекладознавства в ширший європейський академічний ландшафт [9, с. 349].

Український мовознавець О. Потебня (1913) порівнював мову з зором: «Так само, як найменша зміна у будові ока і діяльності зорових нервів неминуче дає інші сприйняття і цим впливає на все світобачення людини, так і кожна дрібниця у будові мови повинна давати без нашого відома свої особливі комбінації елементів думки. Вплив кожної мовної дрібниці на думку є у своєму роді єдиним і нічим незамінним» [17, с. 163-164].

Робота перекладача пов'язана з ретельним відтворенням тексту іншою мовою, водночас результатом роботи перекладача є реакція реципієнта на перекладений текст.

Переклад з однієї близькоспорідненої мови на іншу, наприклад з данської мови на шведську, передбачає пошук мовних і культурних еквівалентів, які можуть з часом змінюватися в обох мовах і відповідно по-іншому відтворюватися у перекладах одного і того самого тексту, здійснених у різні роки [26].

Шведська мова і українська мова належать до різних груп індоєвропейської мовної родини: шведська – до германської групи, українська – до слов'янської. Вони мають різні структурні типи: шведська мова є переважно аналітичною мовою, в ній не утворюються нові флективні форми, а українська мова – синтетична мова, в якій граматичні значення й відношення передаються за допомогою флексій, і флективні форми витісняють аналітичні. Перекладач повинен володіти обома мовами і вміти аналізувати їх структуру для досягнення точної передачі змісту висловлювання однієї мови мовними засобами іншої мови.

Як і інші мови, шведська мова має багатий набір лексичних одиниць, які позначають культурні нюанси. проблематично передати відповідним еквівалентом вихідної мови.

Можуть виникати складнощі з транслітеруванням імен людей, особливо коли невідомо, як вони вимовляються, зокрема, якщо взяти до уваги, що в шведській мові є дифтонги, яких немає в українській мові. На нашу думку, шведські імена треба передавати так, як вони звучать мовою оригіналу, тобто транскрибувати [12].

У шведському алфавіті наявні три специфічні літери (å, ä, ö) та незвичайні поєднання звуків, що ускладнює процес транслітерування українською через особливості їх вимови. На нашу думку під цю групу підпадають широко використовувані шведські імена такі як: Åsa (Оса або Осаа), Jörgen (Йорген або Єрген), Pär (Пер або Пеар), Torbjörn (Торбйорн або Тербйорн), Olof (Улоф або Олоф), Vjörn (Бйорн або Бйерн), Kjell (Шель або К'ель), Thure (Туре або Тюре), Love (Лува або Лова), Nåkan (Хокан або Гокан) та багато інших.

Друга складна річ для передачі – це артиклі, адже їх не існує в українській мові, хоча інколи за допомогою порядку слів у реченні або використання вказівних займенників ми можемо передати означену (*bestämd*) і неозначену (*obestämd*) форму слів. Неозначені артиклі (*en, ett*) можуть передаватися як «якийсь», «один» або «будь-який». Розглянемо на такому прикладі: «*Ett annat tydligt samband som studien visar är att den som vunnit mycket pengar också jobbar mindre*» (DN 26.03.2025) – «Ще один очевидний зв'язок, який показує дослідження, – той, хто виграв багато грошей, також працює менше».

Проте в більшості випадків в українських назвах артикль зазвичай просто випускається. «*När man vinner så mycket som över en miljard är det kanske svårare att veta vad som händer*» (DN 26.03.2025) – «Коли виграєш таку велику суму, як понад мільярд, можливо, важче усвідомити, що відбувається».

Дослівно майже ніколи не вдається передати гумор іншої мови, оскільки йдеться про культурні нюанси, і тут важливий контекст та свідоме розуміння всіх тонкощів, корелятивних внутрішніх стосунків в суспільстві даної країни. Письменниця Вірджинія Вулф якось зазначила «*humour is the first of the gifts to perish in a foreign tongue*» («гумор – це перший із дарів, що зникає в чужій мові») [65].

Причиною цього є тісний зв'язок із культурою та її контекстом, адже культурні явища, як-от: щорічний перегляд шведами мультфільму «*Kalle Anka och hans vänner önskar God Jul*» («Дональд Дак і його друзі бажають веселого Різдва») 24 грудня о 15:00 на каналі SVT або розігрування традиційної лотереї «*Bingolotto Uppesittarkväll*» у вечір перед Різдом, будуть незрозумілі іншим, і їх важливість складно пояснити тому, хто цього не переживав. Часто в таких ситуаціях можна перефразувати або додати кілька слів для пояснення певного явища, але тут важливо зберігати баланс, щоб пояснення не стало домінуючим у перекладі. Усе зводиться до мовних і комунікативних нюансів – тонких відмінностей, які можуть стати як перешкодою, так і перевагою, залежно від того, як їх передати.

Деякі шведські слова містять багаті культурні образи та не мають прямих еквівалентів в українській мові. У таких випадках можна застосовувати стратегію вільного перекладу. Наприклад за своєю природою скандинавські країни мають свою концепцію рівності та скромності в суспільстві, для позначення цього явища вони мають термін «Jantelagen» («Закон Янте») – неофіційні соціальні правила, що застерігають від надмірної гордині, вихваляння або виділення серед інших.

Окрім цього, Швеція славиться важливим соціальним ритуалом – *fika*, який не просто означає «перерву на каву». *Fika* – це такий собі культурний феномен, час для спілкування з колегами чи друзями за чашкою чаю та випічкою, який відображає важливість балансу між роботою та особистим життям.

Найчастіше вживане слово серед шведів – *lagom*, яке важко передати одним українським терміном і означає «не надто багато, не надто мало – саме достатньо». Це поняття відображає шведську культуру рівноваги, гармонії та помірності. В українській мові є схожі за семантикою слова як «оптимально» або «в міру», але все одно не вистачає культурної глибини. Ще один термін – це *tys*, який важко перекласти, відображає концепцію затишку та приємного проведення часу, але це не тільки фізичний комфорт, але й емоційна атмосфера близькості та спокою. У шведській мові присутній термін для опису традиції прокидатися рано вранці та виходити на природу, щоб послухати спів птахів – *gökotta*. Це слово прекрасно відображає любов до природи та гармонії з довкіллям. Усі ці поняття в шведській культурі створюють проблему лексичної варіативності через відсутність однозначного відповідника, адже слова «*tysa*» можна перекласти як «насолоджуватися затишком», так і «грітися вдома», «мило проводити час».

Поруч з цим виникає фразеологічна варіативність, оскільки фразеологізми даної мови найчастіше не мають прямих відповідників, тому їх перекладають адаптовано або описово. Наприклад: «*Att köpa grisen i säcken*» – дослівно «купити свиню в мішку», але в українській мові є семантично схожий

відповідник «купити kota в мішку». Так само з фразеологізмом «Nu är det kokta fläsket stekt» («тепер смажена свинина вже зварена») – еквівалентом буде «все пропало».

Окрему ланку виокремлюємо особливостям перекладу складених слів, які утворюються шляхом поєднання двох або більше слів, проте загальне значення складеного слова не завжди відповідає значенню його складових. Найзручніше розглядати їх у межах трьох окремих груп.

Перша група складених слів має функціональне навантаження таке ж, що в них сказане. Наприклад, bankkonto (банківський рахунок), företagsledning (керівництво підприємства), kundservice (обслуговування клієнтів), ekonomibok (економічна книга) – усі мають пряме, буквально значення.

Друга група складених слів передає лише частину буквального значення, присутність переносного. Наприклад, aktiebolag – це акціонерне товариство, хоча в іншому контексті bolag означає компанія. Riskkapital – капітал для ризикових інвестицій, проте для цього в маркетингу є свій відповідник: венчурний капітал.

Третя група складених слів має значення, які не пов'язані зі змістом окремих слів-складників. Наприклад, шведське слово upphandling означає державна закупівля, і не має нічого спільного ані зі напрямком вгору (upp), ані з дією (handling). Або omsättning – (грошовий) оборот складається з повторення/навколо (om) та розміщення (sättning).

Схожі труднощі виникають із фразовими дієслова, так звані partikelverb, тобто дієслова з прийменниками або прислівниками, які разом утворюють абсолютне нове семантичне значення, яке іноді є дуже відмінним від початкового слова. Skriva under (підписати контракт), gå igenom (проаналізувати, переглянути), lägga ner (закрити проект/бізнес), ställa in (скасувати), sätta igång (запустити процес/проект), ta över (переймати компанію), skära ner (på) (скорочувати), gå upp i (злитися наприклад з іншою компанією) – такі сполучення є поширеними як в письмовій, так і в розмовній мові в маркетингових колах.

За лексикографічними вимогами, у кожного терміна присутня обов'язкова дефініція, що тісно пов'язана з самим поняттям. У шведській мові, як в інших іноземних мовах присутнє явище омонімії та гетеронімії, що часто відомі як «фальшиві друзі перекладача». Проблема виникає у лексико-семантичній варіації, збіг у звучанні та написанні, проте різні конотативні значення залежно від контексту: шведський термін «bank» вживаємо і в реченні «Jag satte in pengar på banken.» («Я поклав гроші в банк, як фінансова установа») та «Vi satt på en bänk vid sjön.» («Ми сиділи на лавці біля озера»). На перший погляд, ці дві лексичні одиниці подібні повністю, однак їхня відмінність лежить на граматичному рівні при видозміні в реченні. Іншим яскравим прикладом є термін «ränta» «Räntan på lånet är 5%» («Відсоткова ставка за кредитом – 5%») буде стосуватися теми фінансів та «Jag räntar blommorna varje dag» («Я поливаю квіти щодня») – діалектне слово, що використовується в значенні доглядати/поливати. Загальне слово, яке неодноразово використовується як в побутовому, так і економічному значенні є värde – «вартість» або «цінність».

Гетеронімія у шведській мові зустрічається рідше, хоча контекст та наголос у складних словах відіграють вирішальну роль у розумінні значення. Наприклад «Betalingen ska ske före förfallodagen» – «Оплату слід здійснити до дати сплати», де förfallodag виступає фінансовим терміном та має дефініцію «дата погашення». Якщо інтонаційно поділити слово воно може в поетичному або переносному контексті означати «для дня падіння/занепаду».

Отже, шведська культура має чимало унікальних культурних аспектів та окремий світогляд, який важко передати в інших мовах одним еквівалентом. Переклад з однієї мови на іншу залежить від контексту, цільової аудиторії та стилістики тексту, найголовніше задача перекладача – зберегти баланс між точністю та природністю. При перекладі новинних текстів у фахівця можуть виникнути різноманітні труднощі, які залежать від лексичних, стилістичних, культурних, синтаксичних, семантичних та оперативних факторів.

2.2 Лексичні модифікації при українськомовному перекладі шведськомовних новин

Під час роботи зі шведськими новинними текстами перекладач має також враховувати їхні специфічні особливості. У сучасному термінознавстві дедалі більше уваги приділяють функціонуванню термінів у спеціалізованих текстах [21, с. 134].

Тексти шведських новин, розміщені на порталі Dagens Nyheter, часто містять згадки про культуру, формальні вирази та специфічні терміни, які часом складно передати українською мовою без втрати оригінального повідомлення. Комплексний підхід до формування терміносистеми та визначення особливостей перекладу лексичних одиниць є передумовою до адекватного перекладу. Переклад термінів найчастіше здійснюють за допомогою еквівалентів, аналогів, транслітерації, калькування, конкретизації або шляхом адаптації стратегії «заміни» [21, с. 135].

Концепція узагальнення задля уникнення використання розмовного стилю присутня в конструкції «Skyltigenkänningen fungerar inget vidare» (DN 20.03.2025) – «Розпізнавання дорожніх знаків працює погано».

Перекладачі також вдаються до так званої модуляції, тобто зміни точки зору, наприклад: «Bilen är rymlig för klassen» (DN 20.03.2025) – «Як для свого класу, автомобіль доволі просторий». Для природного звучання було змінено структуру фрази в українськомовному варіанті, схожа ситуація з «*Grande Panda är Fiats nya småbil*»(DN 20.03.2025) – «*Grande Panda – новий малий автомобіль від Fiat*». Або «*Ekonomen fick nog*» (DN 23.03.2025) – «*Економіст не витримав*», у шведському варіанті фраза бувально означає «економісту було достатньо».

Інша поширена лексична модифікація – це калькування та описовий переклад. Частина економічних текстів містить новини про нові технологічні відкриття, особливо зараз серед шведських медіа переважають статті про репрезентацію нових машинних моделей. Як відомо, на маркетинговому ринку Швеція посідає не останнє місце з виробництва автомобілів, а крім того, є відомим виробником одних з найшвидших авто на світі. У новинах такого типу

часто зазначаються детальні характеристики функціоналу тієї чи іншої марки машин. Для зрозумілості контенту при перекладі вдаються до калькування, як-от: «*Miljö 4*»(DN 20.03.2025) – «*Екологічність – 4 бали*», «*Köregenskaper 3*» – «*Ходові якості – 3 бали*». Або використання описового перекладу через відсутність прямої відповідності у мові: «*Fiat har lyckats trolla med utrymmet*» (DN 20.03.2025) – «*Fiat зумів оптимально використати простір*».

За умови відсутності усталеної української форми перекладу шведських власних назв, їх можна зберігати у перекладі в незмінному вигляді і передавати мовою оригіналу, якщо йдеться про підприємства, організації, компанії, назви медіа, бренди, назви творів та культурних об'єктів. Наприклад: «*Intresseorganisationen Företagarna har tagit fram ett verktyg där det går att räkna ut hur mycket arbetsgivaren ska betala i sjuklön de första 14 dagarna*» (DN 03.11.2024) – «*Громадська організація «Företagarna» розробила інструмент, за допомогою якого можна розрахувати розмір лікарняних, які роботодавець має виплатити за перші 14 днів*» або «*Uppsagda av Northvolt kämpar för nya jobb: «Vi är så många»*» (DN 03.11.2024) – «*Звільнені з компанії Northvolt борються за нові робочі місця: “Нас так багато”*». Це робиться з метою збереження автентичності, проте вибір залежить від аудиторії, стилю тексту та відповідних мовних норм.

У Dagens Nyheter часто йдеться про міжнародні проблеми та технологічні досягнення, тому важливо вживати відповідну термінологію для збереження чіткості повідомлення у перекладі (наприклад: «*5G-utbyggnaden kommer att prioriteras i större städer som Stockholm och Göteborg*» – «*Розширення мережі 5G буде пріоритетом у великих містах, таких як Стокгольм і Гетеборг*»).

До окремої категорії належать тексти шведських ЗМІ економічної тематики, в яких статистика та економічна термінологія часто є центральною частиною. Для правильного аналізу чисел і понять потрібні точність та чіткість у їх передачі. Наприклад: «*Arbetslösheten har sjunkit till 6,4 procent enligt SCB*» (DN 12.11.2024) – «*За даними Статистичного управління Швеції (SCB), рівень безробіття знизився до 6,4 відсотка*».

Специфічні терміни енергетичної галузі: «Stora priskast på el väntar» (DN 25.03.2025) – «Очікуються значні коливання цін на електроенергію», термін «priskast» (буквально «цінові стрибки») рідко вживається в українських ЗМІ, тому варто замінити на більш природній варіант – «цінові коливання» або «зміни цін».

Особливої уваги потребує переклад складних слів (комполітів), адже ці мовні одиниці утворені завдяки об'єднанню слів, кожне з яких є самостійним та має своє лексичне значення. Однією з ознак комполітів є неподільність, тобто неможливість вставити між частинами складного слова інші мовні елементи. Комполіти ідентифікують одиниці як природної, так і штучної мови, що вживаються для позначення спеціальних предметів або явищ. Як притаманно термінам, комполіти є експресивно нейтральними складними словами, прийнятими в певній професійній сфері або галузі науки. Часто комполіт матиме відповідник в українській мові у вигляді сполучення слів. Застосовуючи систему словотворчих правил, фахівці можуть уникнути мовних конструкцій, непридатних українській мові, досягти точності та однозначності термінів і висловів у текстах.

Зокрема, комполіти пов'язані з ринком та бізнесом: marknadsanalys – ринковий аналіз; samhällsnytta – суспільна користь; marknadsvärde – ринкова вартість; konkurrensfördel – конкурентна перевага; företagsstrategi – стратегія компанії; investeringsmöjlighet – інвестиційна можливість; kundbeteende – поведінка споживачів; marknadsföringsbudget – бюджет маркетингу; kostnadskalkel – розрахунок витрат; prisbildning – ціноутворення; produktionsutveckling – розробка продукту; försäljningsstatistik – статистика продажів.

Комполіти на енергетичну тематику: bränslepris – ціни на паливо; vindkraftpark – вітроенергетичний парк; energiförbrukning – споживання енергії; elproduktionsanläggning – енергетичний об'єкт (електростанція); fossilfri elproduktion – виробництво електроенергії без використання викопного палива; exportmarknad – експортний ринок; importberoende – залежність від імпорту;

klimatpolitik – кліматична політика; energisparåtgärd – заходи з енергозбереження; elprisområde – електроенергетична зона; elförbrukningsprognos – прогноз споживання енергії; elproduktionskapacitet – потужність виробництва електроенергії; elpris skillnad – різниця у цінах на електроенергію.

Композити на економічну та фінансову тематику: kreditbedrägeri – кредитне шахрайство; penningtvättsbrott – злочин, пов'язаний із відмиванням грошей; kostnadsbesparing – заощадження витрат; nationalekonomi – національна економіка; inflationsprognos – прогноз інфляції; skattepolitik – податкова політика; lönekostnad – витрати на заробітну плату; räntesats – процентна ставка; statsbudget – державний бюджет; kapitalinvestering – капіталовкладення; värdepappershandel – торгівля цінними паперами; valutaväxling – обмін валюти; tillvästprognos – прогноз економічного зростання.

Разом з тим, є слова, значення яких можна зрозуміти тільки в контексті. До прийому конкретизації змісту перекладачі вдаються у разі відсутності в мові вихідного тексту слова з відповідним значенням. Також наводиться значення аббревіатури: «SBAB: Rörlig boränta knappt tre procent i juni» (DN 16.01.2025) – «Державна житлово-фінансова корпорація (SBAB): зміна іпотечної ставки у червні – менше трьох відсотків». Багато шведських новин містять назви місць, установ та людей, які не завжди відомі в Україні. Наприклад: «Kommunstyrelsen i Malmö har röstat för att öka budgeten för kollektivtrafik» – «Міська рада Мальме проголосувала за збільшення бюджету на громадський транспорт». У цьому випадку «kommunstyrelse» («муніципальне управління») можна перекласти як «міська рада», щоб уточнити функцію цього політичного органу.

Інший приклад: «Om många konsumenter tänker så här får det makropåverkan» (DN 23.03.2025). – «Якщо багато споживачів почнуть діяти так само, це вплине на макроекономіку». У шведському варіанті використовується загальне слово «påverkan» (вплив), для українського читача варто додати уточнення, що мова йде саме про макроекономічний вплив. Присутні усталені конструкції, як «avgick som vd» для позначення звільнення або відставки когось,

як в прикладі «Boris Lennerhov avgick som vd för varuhuset Gekås i Ullared för fyra år sedan» (DN 25.03.2025), але навіть в таких випадках треба перефразувати для цілісності змісту – «Борис Леннергов залишив посаду генерального директора універмагу Gekås в Уллaredі чотири роки тому».

Деякі шведські вирази мають повні відповідники в українській мові: «Jag blev blåst» (DN 25.03.2025) – «Мене надули». У цьому прикладі значення «bli blåst» «бути ошуканим, обманутим» передано еквівалентним словом української мови.

«Det handlar om nästan en fördubblad prisbild» (DN 23.03.2025) – дослівно «Йдеться про майже подвоєну картину цін», але природніше сказати «Ціни майже подвоються». «Prisbild» означає «цінова картина», сумарно ідея зрозуміла, але такий вираз не притаманний для нашої мови. Схожа ситуація із композитом «värde transporter», що складається з двох слів «värde» (цінності) та «transportera» (транспортувати), проте існує відповідник для передачі повідомлення в прикладі «Man spränger inga värde transporter eller rånar banker eller bankomater – det är mycket lättare att göra såhär» (DN 25.03.2025) – «Тепер ніхто не підриває *інкасаторські машини* чи грабує банки або банкомати – набагато простіше діяти так, як вони».

Переклад новин зі шведської мови на українську мову – це процес, який вимагає як лінгвістичної компетентності, так і розуміння культури обох країн. Для передачі культурно-специфічних елементів новин фахівці можуть замінити їх на більш впізнаваний для реципієнта функціональний компонент вихідного тексту або додати коментар, який глибше розкриватиме тему. При перекладі українською мовою статті Еріка Самандера та Емми Айсберг «Закке читає реп про промислові зміни на півночі: «Мій найпохмуріший альбом на сьогодні»» (DN 05.11.2024) визначальним є збереження оригінальної назви міста, про яке йдеться у статті, – Лулео (Luleå) та розкриття його культурного значення для аудиторії, яка не знайома з цим регіоном. Адже це місто є ключовим центром промислових змін на півночі країни, де активно поширюється ідея так званої «зеленої трансформації», що полягає в переході до екологічно чистої

енергетики і сталого розвитку у Швеції. Ці аспекти є підґрунтям для правильного декодування повідомлення реципієнтами та передачі похмурої атмосфери, створеної автором тексту.

Інший приклад «I Sydsverige (elområde 4)» (DN 25.03.2025). – «У Південній Швеції (електроенергетична зона 4), де поняття *elområde* (електроенергетична зона) потребує пояснення, адже в Україні такий поділ відсутній. Умовно Швецію ділять на чотири електроенергетичні зони, такий поділ був запроваджений ще у 2011 році: **Elområde 1** – Північна Швеція; **Elområde 2** – Північна та Центральна Швеція; **Elområde 3** – Південна Центральна Швеція та **Elområde 4** – Південна Швеція. Це зробили задля балансування виробництва та споживання енергії через нерівномірний розподіл цін електростанціями на електроенергію.

В Україні відсутній аналогічний розподіл, оскільки українська енергосистема працює за іншими принципами, тому для таких випадків варто робити нотатки про культурні відмінності, аби не ввести в оману читача.

Специфіка географічних назв: в українській мові характерне використання повних форм назви міст на відміну від шведської: «*Den första bilmodellen att byggas i en ny fabrik i serbiska Kragujevac*» – «Перша модель, яка вироблятиметься на новому заводі у сербському Крагуєваці» (DN 20.03.2025).

«Räckvidden då, runt 42 mil säger bilen, med hundra procent i batteriet» (DN 24.10.2024) – «Запас ходу становить близько 420 км, як показує автомобіль зі стовідсотковим зарядом батареї». У наведеному вище прикладі одиницю довжини, яку у шведському суспільстві традиційно використовують для вимірювання або позначення відстані, милю (mil) (дорівнює 10 км), було переведено у звичні для українського реципієнта кілометри. За відповідною логікою відбувається адаптація числових значень із вказанням валютного курсу звичної для масового читача: «Riktpriset på »under 25 000 euro» gäller för basutförandet Red...» (DN 20.03.2024) – «Орієнтовна ціна «менше 25 000 євро» (приблизно 1 мільйон гривень) стосується базової комплектації Red...» .

Необхідно пам'ятати також про описовий переклад, коли значення вихідної мовної одиниці не завжди буде передане тотожною граматичною формою. У такому випадку до слова чи словосполучення оригіналу необхідно дібрати еквівалент, який передасть денотативний/конотативний зміст вихідної мови, і не обов'язково належатиме до того самого рівня мовної стратифікації. Переклад ідіом здійснюють з використанням фразеологізмів або фразеологічних зворотів відповідної мови [10, с. 84].

Зокрема, граматичної трансформації зазнає ідіоматичний вислів «slog ner som en bomb» у реченні «Regeringens besked på måndagsmorgonen slog ner som en bomb i vindkraftsbranschen» (DN 04.11.2024). Цей вислів буквально означає «впав як бомба», його переносне значення – «раптово», «неочікувано». Для збереження емоційного ефекту в українському перекладі можна обрати такий варіант: «Повідомлення уряду стало шокуючим для вітроенергетичної галузі». Інший приклад: ідіома «sätta ner foten» у контексті «På måndagen satte regeringen ner foten» (DN 04.11.2024) не має прямого еквіваленту в українській мові, тому використовуємо адаптацію: «У понеділок уряд чітко визначив свою позицію». У реченні «Något som faktiskt skulle kunna bromsa tillväxten är bland annat ökad konkurrens, inte minst från utlandet, och ökade krav EU regleringar» вираз «något som skulle kunna bromsa tillväxten» має переносне значення «щось, що може сповільнити розвиток» (дієслово «bromsa» означає «гальмувати»).

Лексичну заміну варто застосувати для речення «Sparekonomer menar att det är hög tid att sprida sparandet» (DN 23.03.2025) – «Фінансові аналітики вважають, що настав час диверсифікувати заощадження». Словосполучення «sprida sparandet» означає «розподілити заощадження», але в економічному контексті частіше вживається термін «диверсифікувати заощадження». Інший приклад виразу «vevar de på rätt bra», яке буквально має значення – «вони крутяться дуже добре». У реченні «När de här lågpriskoncepten kommit in och hittat sin plats så vevar de på rätt bra» стилістично виправданим є такий варіант його перекладу: «Коли ці концепції низьких цін з'явилися і закріпилися на ринку, вони починають працювати досить ефективно». Оскільки ця ідіома не

має еквівалента в українській мові, для відтворення її змісту ми обираємо найближчий за значенням вираз.

У реченні «Efter debatten fick ministern sina fiskar varma av kritiska journalister» (DN 14.11.2024) використано ідіому, яка не має прямого еквівалента в українській мові. Лексеми «fiskar» і «varm» означають «риба» та «тепло», але у цьому фрагменті ідіома має інше дефінітивне наповнення. «Få sina fiskar varma» означає «отримати сувору критику чи догану», що дає можливість перекласти це речення таким чином: «Після дебатів міністр зазнав різкої критики з боку журналістів».

Один і той самий термін може функціонувати у шведськомовних економічних, політичних та соціальних текстах в одному значенні, але при перекладі українською мовою він набуває відмінних семантичних значень залежно від галузі знань. Наприклад, у реченні «Det ska finnas ett tak för skulderna» (DN 04.11.2024) термін «ett tak» («стеля») набуває іншого значення («межа»), тому переклад «ett tak för skulderna» буде звучати так: «межа заборгованості».

Прийом генералізації застосовуємо в реченні «Globala indexfonder följer olika index som skapas av företag som MSCI eller Morningstar» (DN 23.03.2025) – «Глобальні індексні фонди орієнтуються на різні біржові індекси, які формують компанії на кшталт MSCI чи Morningstar». У шведському варіанті «index» має загальне значення, але в українському контексті варто наголосити, що йдеться саме про фінансові індекси, тому додаємо лексему «біржові».

Інший приклад: «Den senaste krisen i SAS har väckt starka reaktioner bland resenärer» (DN 04.10.2024) – «Остання криза у компанії SAS викликала бурхливу реакцію серед пасажирів». Тут може знадобитися коротке пояснення того, що таке SAS (Scandinavian Airlines), щоб читач зрозумів контекст. У статті Dagens Nyheter від 20 грудня 2024 року обговорюється новий звіт Шведського інституту економічних досліджень (Konjunkturinstitutet): «Ny prognos från Konjunkturinstitutet: Hushållens framtidstro sjunker». Шведський реципієнт обізнаний з тематикою і йому відомо, що Konjunkturinstitutet (буквальний

переклад назви: Інститут кон'юнктури) є агентством, яке аналізує та прогнозує економічний розвиток. При перекладі на українську мову необхідне уточнення: «Новий прогноз від Шведського інституту економічних досліджень: довіра домогосподарств до майбутнього зменшується». Завдяки додаванню прикметника «шведський» та опису функції інституту текст стає більш зрозумілим для української аудиторії.

Отже, під час перекладу новин шведською на українську текст зазнає значних модифікацій на лексичному рівні. Фахівець зобов'язаний вільно володіти обома мовами, відчувати природність мови задля забезпечення адекватного перекладу до масового читача. До перекладу економічних текстів використовуємо комплексний підхід різних технік, але в результаті за своєю функціональною спрямованістю вихідний текст має залишатися максимально наближеним до свого оригіналу.

2.3 Особливості заголовків шведських новин та конструкції їх перекладу

Однією з особливостей шведськомовних новинних текстів є їхня структура й формат, зокрема лаконічний та прямий стиль викладу, що потребує адаптації до українських стилістичних норм. Заголовки є ключем у перекладі новин, оскільки виражають головний зміст тексту. Крім того, заголовки виступають таким собі «гачком», що привертає увагу читачів та мотивує їх прочитати цю статтю. Наприклад: «Så mycket kostar det att vara sjuk – tabeller för olika löner» (DN 03.11.2024) – «Скільки коштує хворіти – таблиці для різних рівнів заробітної плати». Щоб створити привабливий заголовок, перекладачі вдаються до перефразування, часткової або повної заміни оригінальної назви [21, с. 135]. Водночас існують і певні труднощі, з якими зіштовхуються фахівці під час перекладу заголовків новин, як-от: відсутність контексту, в якому реалізується основна ідея статті. Обізнаність з фактажем, історією питання і

контекстом подій дає перекладачу можливість запропонувати адекватний переклад заголовків новин.

Якщо при перекладі шведських новинних заголовків не враховувати їхні особливості, це може призвести до неточних результатів перекладу та низької читабельності, що вплине на їхнє поширення. Особливості шведських новинних заголовків в основному відображаються в таких аспектах:

1. стислість, виняткова простота на граматичному рівні:
 - «Bröllopsfotograf uteblev – paret tillkompenseras» – «Весільний фотограф не з'явився – пара отримає компенсацію»;
 - «Kritik mot olika svar om kinesiska ägare» (DN 19.03.2025) – «Критика щодо різних відповідей про китайських власників»;
 - «Så gör du – för att få återbäring före påsk» (DN 18.03.2025) – «Ось що потрібно зробити, щоб отримати податкове відшкодування до Великодня»;
 - «Då blir du skattskyldig för dina andrahandsförsäljningar» (DN 12.03.2025) – «За свої перепродажі ви станете платником податків»;
 - «Varningen i deklarationstider: Stor bedrägeririsk» (DN 09.03.2025) – «Попередження під час податкової декларації: Великий ризик шахрайства»

Ці заголовки слугують яскравими прикладами простоти та чіткості. У процесі перекладу фахівці звертають увагу на довжину та зміст речення, щоб ефективно адаптувати структуру речень та забезпечити їхню лаконічність. Адже у добу інформаційних технологій стає більш помітною тенденція до фрагментованого читання. Щоб привернути увагу читачів до шведськомовних новин, при перекладі заголовків необхідно максимально передавати ключову інформацію в коротких реченнях. Тільки так реципієнти зможуть отримати основний зміст усього матеріалу вже після прочитання заголовка та зацікавленні матеріалом.

2. пропуск певних елементів речення для досягнення стислості. Найчастіше пропускають службові слова (артиклі, прийменники, сполучники, займенники), хоча іноді навіть іменники або дієслова;

– «Kärnkraft planeras på gränsen till Sverige» (DN 29.03.2025) («Атомну електростанцію планують побудувати на кордоні зі Швецією») – повна версія могла мати такий вигляд: «Kärnkraft byggs/planneras att byggas på gränsen till Sverige», пропущено допоміжне дієслово або уточнення щодо планування.

– «Fler än 50 000 lediga jobb till sommaren» (DN 30.03.2025) – «Понад 50 000 вакансій на літо», пропущена дієслівна частина «det finns» (є/існує).

– «Golvtillverkaren: Fackens krav för höga» (DN 29.03.2025) – «Виробник підлогових покриттів: Вимоги профспілок надто високі», пропущено допоміжне дієслово «är» та слова непрямой мови «säger att».

3. модні слова (vogue words), що з'являють з розвитком суспільства:

❖ «Med e-C3 Aircross lär Citroën inte bara locka den som är ute efter en kompakt suv» (DN 29.03.2025): suv – запозичене слово, яке широко використовується у світі авто, підкреслюючи популярність сегменту кросоверів.

❖ «Carl Johan von Seth: Kan Trumps chockpolitik leda till en fransk Iphone?» (DN 30.03.2025): «chockpolitik» (шокова політика) – термін, який використовується для позначення радикальних змін у політиці, створює сильний емоційний ефект. «Iphone» – це неологізм, у тексті використаний як метафора для символу успіху. Часто можна зустріти цей термін в текстах як синонім до інновацій або високих технологій.

4. широко застосовуються аббревіатури та числові слова, наприклад:

● «SD sade nej till extra barnbidrag – S rasar» (DN 27.03.2025): «SD» – Sverigedemokraterna (Шведські демократи), «S rasar» – Socialdemokraterna (Соціал-демократична партія Швеції).

● «KI: Bräcklig återhämtning och deppiga hushåll» (DN 26.03.2025): KI – Konjunkturinstitutet (Шведський національний інститут економічних досліджень).

● «Lön och arbetstid förhandlas för 3,4 miljoner svenskar: »Vad som helst kan hända» (DN 26.03.2025) – «Зарплата та робочий час обговорюються для 3,4 мільйона шведів: “Може статися що завгодно”»

- «Ledare: Vet du vad som händer med barnfamiljen som får 14 000 kronor mindre i månaden?» (DN 10.03.2025) – «Редакційна стаття: Чи знаєте ви, що відбувається з сім'єю з дітьми, яка отримує на 14 000 крон менше на місяць?»
- «Det känns helt absurt – jag har förlorat 75 000 kronor» (DN 30.03.2025) – «Це здається абсолютно абсурдним – я втратив 75 000 крон».

5. риторичні особливості заголовків новин:

а) метафора:

«Europas största laddstation sväljer 1 500 bilar» (DN 31.03.2025) – «Найбільша зарядна станція Європи *«проковтує» 1 500 автомобілів»*. У цьому прикладі використано метафору «sväljer» (проковтнути), що створює образ зарядної станції як живої істоти.

«Trumptullar skakar börserna – faller» (DN 31.03.2025). Для передачі драматичного ефекту присутня конструкція «skakar börserna» – «біржі тремтять».

б) каламбур (гра слів)

«Börsen rusar – är allt frid och fröjd?» (DN 10.04.2025) («Фондовий ринок мчить – чи все спокійно та радісно?») – цей заголовок повністю побудований на мовній грі між динамікою та спокоєм, де стійким вираз «frid och fröjd?» є римованою алітерацією, який також має відтінок іронії: чи насправді все так ідеально, як здається.

в) рими:

«Trumptullar skakar börserna – faller» (DN 31.03.2025). Цей заголовок використовує ритмічність та мелодійність слів, що робить його більш виразним та в ньому описується вплив митної політики Дональда Трампа на фінансові ринки.

г) повторення:

6. культурні особливості заголовків новин:

– алюзії та відомі цитати:

«Sanningens minut för avtalsrörelsen» (DN 31.03.2025) – «Хвилина істини для переговорного процесу». Присутній стійкий вираз «sanningens minut», що означає вирішальний момент, аналом в українській є «момент істини».

– сленг і діалектизми: частіше зустрічається в новинах на культурну та суспільну тематику, так як Dagens Nyheter орієнтоване на всю країну, переважає офіційний тип написання.

Таким чином, заголовки новин мають унікальні лексичні, граматичні, риторичні та культурні особливості, що робить їх стислими, виразними та ефективними у передаванні інформації.

В українськомовному поширенні новин вміле використання навичок перекладу актуальних термінів дозволяє представити так звані «гарячі слова» (hot words) іноземним читачам більш яскраво та конкретно. Завдяки вдалим комбінаціям дослівного перекладу та новинного контексту, читачі мають змогу не тільки зазирнути у побут певної соціальної групи в шведському суспільстві через призму Інтернету, а й глибше зрозуміти соціальні явища та культурні підтексти, що стоять за цими словами. Наприклад серед економічних, суспільних та культурних термінів були «Högbadsskydd» – «Захист від високих витрат» (Державна програма компенсацій за високі ціни на електроенергію для споживачів); «Matprisinflation» – «Продуктова інфляція» (Зростання цін на продукти харчування, що широко обговорюється в новинах); «Elområde» – «Електроенергетична зона» (Поділ Швеції на зони з різними цінами на електроенергію – важливо пояснити для українського читача, оскільки відсутні асоціативні зв'язки з Україною); «Klimatångest» – «Кліматична тривога» (психологічна тривожність через зміни клімату, поширене явище серед молоді в Скандинавії), «Ljusfesten» – «Свято світла» (святкування Дня Святої Люсії в грудні, яке потребує пояснення для іноземних читачів) тощо.

У процесі перекладу заголовків для покращення їхньої лаконічності та зрозумілості необхідно активно застосовувати скорочення.

Вкрай важливо дотримуватися принципу точного перекладу заголовка без опущення будь-яких слів, що може призвести до втрати точності та ясності. Збереження вірності вихідному тексту у перекладі є надзвичайно важливим для підтримання об'єктивності та точного представлення оригінальної новинної історії.

Метод локалізації понять перекладачі активно використовують у заголовках. Наприклад, замість іншомовних назв установ або організацій часто використовують описові назви з акцентом на функції установи. Прикладом може слугувати заголовок «Svenska folkets förtroende för Riksbanken är fortsatt lågt» (DN 21.11.2024) – «Довіра шведського народу до Ріксбанку залишається низькою». Заголовок потребує адаптації, оскільки назва «Riksbanken» маловідома в Україні, тому кінцевий переклад має такий вигляд: «Довіра шведського народу до Центрального банку Швеції залишається низькою». Назва за функцією установи («Центральний банк Швеції») використана для полегшення розуміння читачами назви «Riksbanken».

Прагнучи точно передати інформацію, журналісти також враховують когнітивні особливості іноземних читачів і створюють інноваційні переклади. Це робить шведськомовні новини більш привабливими завдяки свіжим і цікавим інтерпретаціям популярних термінів, дозволяючи читачам відчувати зіткнення та взаємопроникнення різних культур під час читання.

2.4 Синтаксичні та стилістичні модифікації при українськомовному перекладі шведськомовних новин

Граматична трансформація у вигляді заміни нерідко супроводжується зміною граматичних ознак словоформ (наприклад, замість форм однини у перекладі вживається форма множини), частин мови (вживання віддієслівних іменників) та речень (просте речення перетворюється на складне або навпаки). Приклади граматичних трансформацій буде проаналізовано на основі наведених далі перекладів речень.

«DN har utan framgång sökt Ebba Busch för en kommentar»(DN 23.03.2024) – «Газета DN безуспішно намагалася отримати коментар від Ебби Буш». Шведська конструкція з «har sökt» означає «шукала», але в цьому контексті ми вдалися до зміни форми дієслова на «намагалася отримати коментар».

«Den höjda nivån som finns i dag och som säger att om lånet överstiger 70 procent av bostadens värde ska hushållet amortera minst 2 procent per år (...)» (DN 04.11.2024). — «Поточний підвищений рівень передбачає, що якщо розмір кредиту перевищує 70 відсотків від вартості житла, домогосподарство повинно погасити щонайменше 2 відсотки на рік (...)». У цьому перекладі відбулася трансформація порядку слів та зміна підмета і присудка задля уникнення складнопідрядного речення і спрощення конструкції. Інший приклад «Det handlade inte om att jag förväntade mig en avkastning, som man tänker sig att en ekonom skulle göra» (DN 23.03.2025) – «Йдеться не про те, що я очікував прибутку, як це зазвичай роблять економісти».

У прикладі «Storvarslet på Hylte paper har fått halländska riksdagsledamöter att reagera»(DN 23.03.2025) – «Масове скорочення на підприємстві Hylte Paper змусило депутатів парламенту з Галланду відреагувати» відбулася зміна структури речення, а саме перебудова граматичної конструкції «har fått ... att reagera» (означає буквально «змусило ... реагувати»), то як в перекладі змінено структуру для природнішого звучання.

Замість калькування використовуємо більш характерні для української мови конструкції. У реченні «Det är den stora exportvolymen som gör att vi har billig el» (DN 05.11.2024) для зрозумілості контексту змінюємо структуру речення (конструкцію «det är någon/något som» перекладаємо часткою «саме») – «Сама великий обсяг експорту забезпечує нам дешеву електроенергію».

Так само як в англійській мові, у шведській часто використовують пасивні конструкції речень для опису подій або факту, що щось було здійснено кимось. Наприклад «Ej testad av Euro NCAP» (DN 20.03.2025) – «Не пройшла тестування Euro NCAP». Або «Elflödena från norr till söder är inte lika tydliga

framöver» (DN 25.03.2025) – «Енергопотоки з півночі на південь надалі будуть менш очевидними».

Інколи структуру речень необхідно трансформувати, щоб зберегти у перекладеному тексті причинно-наслідкові зв'язки, наприклад: «Andra kostnader som faller är utgifter för elen» (DN 30.10.2024) – «Інші витрати, які зменшуються, – це витрати на електроенергію». Бувають випадки, коли потрібно додати головний член речення для цього: «Sammantaget är bedömningen att dagens prisskillnader mellan norr och söder kommer att jämnas ut» (DN 25.03.2025) – «Загалом, прогнозується, що поточні відмінності в цінах між північчю та півднем вирівнюються».

Ще одна граматична трансформація перекладу, яку часто використовують фахівці, – перестановка, адже синтаксис української мови відрізняється від синтаксису шведської мови. «Att, som många, släcka lampor ger med andra ord inte så stora besparingar» (DN 01.11.2024) – «Іншими словами, вимикання світла, як це роблять багато хто, не дає великих заощаджень». «Den kommande veckan firar många höstlov och med tanke på det väder som väntar kan det vara bra att gardera med inomhusaktiviteter» (DN 28.10.2024) – «Наступного тижня багато хто відзначає осінні канікули, і, зважаючи на прогнозовану погоду, може бути корисно підготуватися до занять у приміщенні».

Інша синтаксична трансформація – це розчленування речення, тобто розбиття складного на менші частини для кращого розуміння. У цьому перекладі ми спростили та розділили речення на логічні частини: «Undantaget innebär att Kinas främsta export till USA nu är undantagen, skriver BBC» (DN 14.04.2025) – «За даними BBC, виняток стосується основного китайського експорту до США. Ця продукція тепер не підпадає під дію нових мит.».

«Men även den förmodade förbrukningen av el skjuts på framtiden sedan flera elintensiva industrier har blivit försiktigare i sina investeringar» (DN 25.03.2025) шведський оригінал містить складну структуру, яку можна змінити на – «Очікуване зростання споживання електроенергії відкладається, оскільки кілька енергоємних підприємств стали обережнішими у своїх інвестиціях».

Процес перекладу вимагає від перекладача наукової обізнаності з вузькоспеціалізованою літературою та розуміння культурного контексту [57, с.520]. Також варто зазначити, що фахівці повинні знати граматичні особливості вихідної та цільової мов і розуміти можливості застосування перекладацьких трансформацій. Важливо мати на увазі екстралінгвальні особливості перекладу, які мають вплив на достовірність повідомлення для масового реципієнта, такі, як нотування про тимчасовий вимір. Новинні статті стосуються поточних подій. Під час перекладу важливо відкоригувати часи та зберегти контекст. Приклад: «I morgon kommer regeringen att mötas för att diskutera de nya riktlinjer» (DN 07.10.2024) – «Завтра уряд збереться для обговорення нових директив». Оскільки часові рамки можуть відрізнятись через різницю в часі між Швецією та Україною, іноді слід додати виноску про час або дату події, або навести у примітці додатковий контекст.

До цієї категорії ми також можемо віднести емоційність та цінність новини. Деякі новини написані, щоб викликати емоційну реакцію, і для збереження ефекту може знадобитися певний тон у перекладі. Наприклад: «Katterna som räddades från branden har hittat nya hem.» – «Врятовані коти з пожежі знайшли нові домівки». У перекладі спрощено синтаксичну будову речення, що дозволяє зберегти позитивну налаштованість оригінального тексту і викликати такий же емоційний відгук в українських читачів. Крім вже визначених лексичних, граматичних та синтаксичних модифікацій варто звернути увагу на стилістичні, які направлені на покращення відповідності українським нормам, однією з таких є усунення повторів і спрощення конструкцій.

Часто журналісти повторюють головну інформацію в лідах шведськомовних новин, яка може передаватися в різних переформатованих варіантах впродовж всього тексту, але основна ідея залишається незмінною. Одна з причин цього явища – це надання словам зрозумілості та очевидності, що нібито змушує в цілому прийняти інформацію аудиторією. Водночас перекладі ці повтори інколи виступають стилістичними навантажувачами і

фахівець має видозмінювати їх. Наприклад: «Det räcker inte att hänvisa till att vi om femton år kanske har ny kärnkraft» (DN 23.03.2025) – «Недостатньо просто сказати, що через 15 років у нас, можливо, з'явиться нова атомна енергетика». Оригінальне речення дослівно мало б вигляд – «Недостатньо посилатися на те, що через 15 років, можливо, з'явиться нова атомна енергетика». Ми усуваємо частину «hänvisa till» (посилатися на те) для кращої стилістичної плавності.

Ще одна функціонально-стилістична особливість новин – це інтертекстуальність [24, с. 82]. Інтертекстуальність відіграє важливу роль і в реалізації функцій заголовків, і в композиційній організації медійних текстів. Журналісти найчастіше використовують інтертекстуальні прийоми в заголовках, лідах або в епіграфах для реалізації ідейно-тематичного задуму. Ці текстотвірні елементи слугують ефективним засобом привернення уваги до проблеми, проведення паралелей, порівняння з минулими подіями та для вираження ставлення. Новини містять імпліцитні згадки про минулі події, з якими читач може бути необізнаний. Тому це мінімальна професійна етика та норма для тих, хто працює в індустрії новинних медіа, — відображати об'єктивність та створювати зрозумілий текст для своєї цільової аудиторії.

Яскравим прикладом може бути новина за 25 березня 2025 із заголовком «Gekås-Boris lurad på 800 000 av bedragare: «Skamkänslör» (DN) – «Гекос Бориса ошукали на 800 000: «Відчуття сорому» має культурні та медійні відсилки, які можуть вплинути на спосіб перекладу. Борис Леннергов зазначає, що онлайн-шахрайство є «сучасним варіантом пограбування банків». Це є відсилкою до історичних реалій Швеції, де раніше траплялися збройні напади на банки, до речі, вираз «стокгольмський синдром» походить саме зі шведського пограбування банку в 1973 році. Сьогодні як в усіх інших країнах, у Швеції часто піднімають питання «skamkänslor» щодо шахрайства на медіа платформах. Жертви шахраїв приховують інколи ці ситуації через сором, що робить ситуацію ще складніше. Так само варто адаптувати назву «Handelsbanken» (назва однієї з провідних банківських установ), бо через різницю в культурних реаліях українському читачеві вона буде маловідома.

Важливо дотримуватися етичного кодексу і точності в передачі інформації, а тому має бути відповідність між вихідним текстом та його перекладом. Та все ж залишається фактор суб'єктивності, що може проявлятися в процесі перекладу. Слід зазначити, що врахувати всі лінгвістичні нюанси, які можуть виникнути в процесі перекладу, неможливо. До тих, на які варто звернути особливу увагу, належать лексичні відповідники термінів та їхня адаптація в українськомовному тексті, синтаксична структура речення, використання фразеологізмів та сталих виразів, тонкощі перекладу власних назв та прагматичні особливості шведськомовних новин

Висновки до другого розділу

Процес перекладу новин з іноземної мови на українську потребує глибоких культурологічних знань, розуміння мовної специфіки відповідної мови, наукової чи технічної галузі та її термінології. Важливим елементом перекладу новин є збереження стилю оригіналу і точне відтворення реалій, про які йдеться в первинному тексті. Економічні новини відомі за своєю логічністю й стислістю викладу інформації, їхня структура відіграє ключову роль в залученні якнайбільшої кількості читачів через свою варіативність. Більш того, необхідно розуміти особливості новинних заголовків, щоб виконувати переклад з урахуванням цих характеристик та покращувати якість перекладу, адже в іншому випадку це може призвести до неточних результатів та низької читабельності, що вплине на їхнє поширення.

У заголовках журналісти вдаються до різних стратегій на мовному рівні, одна з них є використання метафор, каламбурів та рими в спробі зробити його більш живим, емоційним та легко запам'ятовуваним. Основна інформація сучасних подій подається в ліді, що передбачає адекватний виклад головного перекладачем. Для забезпечення взаєморозуміння між фахівцями та читачами варто дотримуватися однозначних термінів, що мають чітку конотацію залежно від контексту. Якщо в текстах присутні лексичні одиниці однієї мови, але

відсутні будь-які еквівалентні варіанти похідної, то вони можуть бути передані за допомогою транслітерації латиницею або транскрибацією із додатковим поясненням. Такі граматичні трансформації допомагають зробити переклад більш зрозумілим і природним для української аудиторії, дозволяючи при цьому зберегти зміст і тон оригіналу, їх використання має бути вмотивованим і продуманим. Труднощі перекладу присутні на всіх мовних рівнях, включно із стилістичним та культурним, тому до рішень адаптації вихідного тексту треба підходити комплексно.

Не останню роль відіграє правильний підбір фразеологічних виразів українською мовою, щоб вдало передати основну семантику експресії журналістами новин. Треба дотримуватися етичного кодексу і бути максимально наближеним до оригінального тексту.

РОЗДІЛ III.

АСПЕКТИ УКЛАДАННЯ ДОВІДНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

3.1 Специфіка термінологічних словників

Своєрідність термінологічної лексикографії зумовлена насамперед характером матеріалу, що аналізується. На відміну від загальномовних словників, які базуються переважно на мовному матеріалі, термінологічні словники формуються з урахуванням професійно-предметної інформації та даних, зокрема, з галузевої лінгвістики. Вони створені для точного відображення понятійної структури певної галузі, забезпечуючи точне спілкування між фахівцями.

Для лінгвіста, який працює з термінологією, загального словника зазвичай недостатньо – виникає потреба у спеціалізованих, присвячених певним мовознавчим напрямам. Якщо такі ресурси відсутні, фахівець змушений створювати власну картотеку, в яку заносить професійну лексику. При цьому значення термінів часто з'ясовується шляхом консультацій з іншими експертами

у відповідній галузі. Мультикультурний соціум сприяв розвитку перекладів наукової термінології, що на сьогодні посіло чільне місце в перекладознавстві.

У випадку перекладних термінологічних словників важливо не стільки буквально перекладати дефініції лексичних одиниць, скільки встановлювати їх відповідність у системі понять іншої мови. Проблема перекладу термінів має свою історію ще з давніх часів, оскільки наука не є історичною константою та термінологічний вокабуляр поповнюється у відповідності до розвитку відповідних галузей. Термінологічний переклад варто розглядати подібно до перекладу ідіоматичних виразів – із врахуванням мовної специфіки та контексту вживання.

Однак користувачами термінологічних словників є не лише перекладачі, до них активно звертаються й фахівці з інших галузей. Для цих спеціалістів, можливо, не завжди важливий переклад іншою мовою, натомість велике значення має правильне написання, вимові та співвідношення термінів у рамках професійної системи.

Лінгвістичні словники класифікують на декілька видів: тлумачні, перекладні та енциклопедичні. Кожен із них виконує призначену роль – пояснювати лексичне значення слів тієї чи іншої мови певними засобами, перекладати їх або пояснювати зміст, характер і сутність самого поняття в енциклопедичній статті. Залежно від того, чи буде цей словник одномовний, двомовний або багатомовний по різному буде формуватися подальша робота зі складання термінологічного словника. Присутність іншої мови та декодування терміна означає, що він матиме тлумачний складник.

Засновником сучасного термінознавства вважають Ойгена Вюстера, він був першим, хто висунув вимоги до принципів термінологічної модернізації та стандартизації, що були викладені як теоретичні та методологічні основи у його праці «*Internationale Sprachnormung in der Technik, besonders in der Elektrotechnik*» (1931) [89]. Підхід О. Вюстера характеризується концепцією орієнтованою на поняття та нормативну структуру, в якій термінологія розглядається не просто як набір лексичних одиниць, а як система чітко

визначених понять, які входять до певної професійної чи наукової галузі. В основі його теорії закладені такі принципи:

1. Пріоритет концепту: кожний термін має визначене поняття, а зв'язки між поняттями мають бути організовані у логічну структуру.
2. Стандартизація – одна з центральних ідей О. Вюстера, потреба узгодження термінології в науково-технічній комунікації у межах як однієї мови, так і між мовами.
3. Прескриптивний підхід, тобто науковець закладав ідею, що спільноти фахівців мають визначати і регулювати вживання термінів для забезпечення єдності й точності.
4. Систематизація понять, усі терміни впорядковані в концептуальні системи, які відображають структуру знань.
5. Термінологія як інструмент інженерії знань, управління спеціалізованими знаннями у сферах технічного письма, його перекладу.

Рушієм термінологічної модернізації є саме переклад науково-технічний, в процесі якого фахівець мусить орієнтуватися на норми мови перекладу під час словотворення. Адже постає питання систематизації та стандартизації термінологічних одиниць, як внутрішньо так і зовнішньо, яка має усунути синонімію та полісемію між ними. Перекладачі інколи змушені самостійно створювати або підбирати еквівалентні терміни рідною мовою, що веде до появи неологізмів, які пізніше складатимуть певний відсоток всієї лексики у науково-технічних перекладах. Виходячи з цього, фахівець має посилатися не тільки на досвід розвинених мов світу, але й місцеві звичаї та традиції, що пов'язані зі словниковим складом мови. Не останню роль відіграють граматична та фонетична будова мови. Інколи саме перекладачі помічають, що той чи інший термін рідної мови не слідує законам термінотворення, бо саме вони мають змогу робити когнітивний аналіз лексичних одиниць оригіналу та похідної мови. У цьому випадку невідповідності, фахівці замінюють його іншомовним еквівалентом, що відбувається як природньо, так і стихійно.

Перш за все звертається увага на естетичний бік мовного планування, а саме: здатність утворювати дверивати за допомогою евфонії термінів. Загалом, питання термінологічної лексикографії було інституалізоване та включене до переліку стандартів, які розробляються уповноваженими міжнародними організаціями.

Іншою особливістю таких словників можна вважати джерело для відбирання відповідних термінів, що є штучною селекцією форм та варіантів, це можуть бути монографії, статті відомих вчених, підручники, галузеві енциклопедії або вторинні документи тощо. Звідси починається збір лексикографом прикладів та знаходження їхнього правильного і неправильного вживання, розкриття випадків коливання норм, аналіз явищ, які ховаються за ними. Відповідно до цього визначаються тенденції розвитку мови та надаються настанови. Як наслідок вітчизняні та зарубіжні дослідники (Н. Тоцька, І. Кочан, О. Ахманова, Садні Ландау, Г. Віганд) протягом багатьох років приділяли багато уваги й розробляли різні підходи до класифікації словників, їхньої систематизації за змістом, структурою призначенням та галузевою належністю.

Структура словникових статей у термінологічних словниках формується із використанням спеціалізованої мови опису – метамови. Вона призначена для опису мовних явищ, яка в лінгвістичних словниках використовується для відтворення точного та науково обґрунтованого вживання термінів. Визначення цієї мови стало предметом окремої лінгвістичної дисципліни – металінгвістики, яка аналізує метамову з трьох основних аспектів [7, с.175-176].

– термінологічний: включає термінологічні одиниці, які не вживаються в повсякденному мовленні або запозичуються, хоча набувають у фаховому контексті спеціального значення;

– структурно-семантичний рівень: охоплює сталі словосполучення та їх відповідники, які утворюють повноцінну систему понять і відображають звершений вигляд метамови;

– соціолінгвістичний аспект: передбачає, що форма метамови може змінюватися залежно від лінгвістичної школи або теоретичного напрямку, який

вона репрезентує і відображає ідеологічні або методологічні особливості наукової парадигми.

Такий словник здійснює три функціональні дії: навчальну, довідкову та систематизуючу; більш того, зосереджується на загальних проблемах, таких як: 1) репрезентація деяких важливих стратегій термінотворення впродовж прочитання науково-технічної літератури за фахом; 2) розробка організації та накопичення словникового запасу в раціональній системі. Терміноряд постійно еволюціонує у співвіднесенні з сучасним розвитком галузей в суспільстві та здійснюється стандартизація нових термінів, що є мовною інтерференцією [71, с. 218].

Як відомо, категоризація понятійних словників є процесом групування слів у лексико-семантичні системи. Враховуючи розрізнення галузевих понять і розподіл термінів відповідно до галузевих терміносистем, вважаємо доцільним розрізняти в економічній термінології такі групи термінів:

- загальногалузеві термінологічні назви – однослівні або двокомпонентні терміни: *en bostad* (житло), *en börs* (біржа), *en faktura* (рахунок), *en arbetslöshet* (безробіття), *ett lån* (позика), *en tillväxt* (зростання). До того ж, у зазначеній групі виокремлюють родові загальногалузеві терміни, які називають родові поняття (*ett företag* (підприємство), *en skatt* (податок), *en marknad* (ринок), *en transaktion* (транзакція), *en vara* (товар)). Вони охоплюють широкі категорії, до яких входять інші терміни.
- опорні терміни – це однослівні або термінологічні словосполучення, що зазвичай формують ядро тематичної сфери: *en aktie* (акція), *ett aktiebolag* (акціонерне товариство), *en marknad* (ринок), *en inflation* (інфляція), *ett företag* (підприємство).
- периферійні терміни – є менш частотними, представлені однослівними або термінологічними словосполученнями, котрі є похідними від підвидових понять, тобто є вузькоспеціалізованими одиницями: *ett järnvägsprojekt* (проект залізниці), *ett återtalandeförbehåll* (застереження щодо повернення), *ett spionprogram* (шпигунська програма).

Терміни навчального довідника подаються в початковій формі, позбавлені будь-якого вияву експресії. Досі залишається актуальним питанням, які частини мови повинні належати до лінгвістичних термінів. Воно полягає в тому, чи дана термінологія обмежується лише іменниками, або ж до неї входять прикметники та дієслова. Ми зарахували до нашого двомовного довідника термінологічні одиниці, які виступають самостійними елементами як іменники, прикметники та дієслова. Варто дотримуватися чіткої специфіки розташування матеріалу. Кожний окремих елемент повинен бути самостійною одиницею та зайняти своє місце в залежності від алфавітного чи ідеографічного поділу. Головна відмінність полягає в розташуванні слів, адже в ідеографічних словниках заголовні терміни розташовані в тематично організованому порядку. Складання термінологічного словника починається з відбору термінів за тематичними та лінгвістичними ознаками. Укладач довідника має простежити за відповідністю дефінітивних значень в обох мовах, в нашому випадку з шведської на українську мову, при цьому дотримуватися усіх орфографічних норм та визначених лінгвістичних критерій. [71, с. 226].

Окрема увага приділяється аббревіатурам, які найчастіше потребують лексикографування, проте їхня поява може бути мотивована зовнішніми факторами та є актуальними лише для вузького кола осіб, що зумовлює непорозуміння між представниками інших галузей. Для написання новин, аналітик та звітів економічної тематики журналісти послуговуються переважно аббревіатурами, які є відомими для їхніх реципієнтів. Найпоширенішими з них є: BNP (Bruttonationalprodukt), SCB (Statiska centralbyrå), RB (Sveriges riksbank), SEK (Svenska kronor), OMXS30 (OMX Stockholm 30), ECB (Europeiska centralbanken), KPIF (Konsumentprisindex med fast ränta), PPI (Producentprisindex), NPM (Nettoprismarginal) тощо.

Отже, функціональна спрямованість наукових словників полягає в систематизації, стандартизації та пояснення термінів, що відіграють важливу роль у тій чи іншій науковій галузі. Саме термінологічні словники є вузькоспеціалізованими ресурсами, орієнтованими на концепції та

призначеними для точних і часто технічних областей. Ці словники здатні лише частково забезпечувати ефективну передачу знань між фахівцями та різними галузями науки через сучасний технологічний розвиток, що спричиняє необхідність у постійних переглядах, доповненні та приведенні словників у відповідність, зважаючи на зовнішні фактори у світі.

3.2 Перекладацький глосарій шведських економічних термінів (ПГШЕТ)

У цьому розділі ми пропонуємо спробу укладення лінгвістичного глосарію термінів (зосередженого на галузі економіки на матеріалі шведської мови), який може стати в нагоді практичним додатком до підручників і посібників. Лінгвістична термінологія відноситься не до загальної, а до спеціальної лексики й існує в спеціальній підмові. Для того, щоб прийнята наукова термінологія стала загальним здобутком, її треба зафіксувати в друкованих джерелах. Найбільш зручним й доступним є словник або лексикографічне джерело, і таким чином загальні термінологічні проблеми сполучаються з проблемами термінологічної лексикографії.

Розвиток науки та технологій вимагає створення специфічних найменувань для предметів та явищ в кожній з наукових галузей. Термінологія як певна сукупність понять є невід'ємною складовою словникового запасу будь-якої мови. Основне призначення фахових термінів – назвати та максимально коректно визначити відповідне явище чи предмет, а його трактування мусить бути однозначним, позбавлене емоційного складника.

У час глобалізації та мультикультурності нагальним є дослідження функціонування термінології саме в медійному просторі як носієві найактуальнішої інформації про дійсні події. Оволодіння будь-якою професією, включно з професією перекладача, відбувається в процесі послідовного вільного використання професійної мови, в тому числі і системи спеціальних понять та термінів, які складають її основу.

Тому до нашого наукового дослідження ми вирішили додати згрупований перекладацький глосарій актуальних економічних термінів, які фігурували в попередніх розділах цієї роботи. Тематичне спрямування лексичних одиниць охоплює теми економіки, фінансів, ринку праці, торгівлі та податків. Метою створення двомовного глосарію було полегшити сприйняття та переклад економічних текстів, уніфікувати переклади для практичного використання в ЗМІ, освіті, бізнесі та адміністративній сферах. При укладенні було застосовано контекстуально-комунікативний підхід, який передбачає переклад терміна з урахуванням його функціонального навантаження в конкретному фаховому тексті. До ПГШЕТ увійшли системи понять, якими журналісти послуговувалися в написанні новин на економічну тематику.

Добір термінів здійснювався з огляду на їх теоретичну значущість, медійну вживаність та належність саме до економічної сфери. Кожне поняття було взято з єдиного джерела – новинного шведськомовного порталу Dagens Nyheter, що обмежує термінологічну варіативність. Насамперед зі статей економічної тематики, які початково згадувалися в прикладах перекладацьких модифікацій на різних лінгвістичних рівнях впродовж цього дослідження, увесь ілюстративний матеріал прикріплений гіперпосиланнями та аналітичними звітами. Тому до словника потрапили найбільш поширені та часто вживані поняття, що фігурують в медійному просторі (наприклад *BNP*, *inflation*, *ränta*, *skatt*). Основний акцент робився на лексичні одиниці, що мають високу частотність саме у шведських економічних ЗМІ. Переважна більшість термінів запропонована у формі однини неозначеної форми, проте присутні лексеми у формі множини, як наприклад: **kostnader** – витрати, **inflationsförväntningar** – інфляційні очікування, **insatser** – внески, інвестиції тощо, одна з причин – відсутність однини, а інша – підбір актуальних форм слів з новинних статей.

У процесі створення глосарію були взяті статті за березень-квітень 2025 року. Цей період року також знаменує декларування та перевірку сплачених податків (18 березня – 2 квітня) усіма громадянами Швеції, що є відповідальною подією, яка займає першопочаткову роль в обговореннях та на

медіа сторінках. Оскільки податки високі (приблизно 30%) порівняно з іншими країнами, проводиться клопітка процедура та їх перерахування, у найкращому варіанті робітникам повертають переплату за рік, в іншому – треба доплачувати. Це є причиною присутності великої кількості лексем на дану тему в нашому довіднику, наприклад: **skatteverket** – податкова служба, **skatteåterbäringen** – податкове відшкодування, **skattskyldig** – платник податків, **skatteflykt** – ухилення від сплати податків, **bolagsskatt** – корпоративний податок. Більшість новостворених термінів утворилися внаслідок типу словотворення, що відомий як композити (compounds words) – це комбінації двох або більше основ, що є виявом дії закону семантичної компресії синтаксичних одиниць. У шведській мові всі композити будуть писатися суцільно, тобто одним словом.

Ці конструкції на мовнограматичному рівні виглядають так: іменник + іменник (skatt + verket), прийменник + іменник (av + kastning) або іменник + прикметник (skatt + skyldig) тощо.

Специфіка економічної термінології полягає в її функціонуванні, бо фахівець має володіти правильними еквівалентами для забезпечення адекватного інтерпретування текстів. Економічна мова є найдинамічнішою та пов'язана як із загальнолюдськими поняттями, так і зі специфічними концептами кожної окремої системи. Цей глосарій може бути застосований у написанні медійних статей, навчальних та перекладацьких робіт як для журналістів, перекладачів, так і для економістів. У свою чергу, двомовний збірник економічних одиниць полегшить роботу з використанням актуальних знань в цій сфері та надасть користувачу переваги в процесі передачі точної й чіткої інформації до реципієнтів.

Подані поняття позбавлені багатозначності, розташовані за класичним алфавітним принципом та демонструють актуальні термінологічні одиниці в сфері економіки. Переклад здійснювався з урахуванням трьох принципів, а саме: концептуальний – функціонування терміна в контексті; зіставлення джерел – використання паралельних текстів з обох мов, що дозволило уточнити значення; прагматичний підхід – деякі терміни були адаптовані для розуміння

масової аудиторії, навіть якщо в українській мові такий відповідник відсутній. Упродовж роботи над перекладами термінів ми використовували такі онлайн-словники:

- Lexin/ kth.se
- SAOL/ svenska.se
- Svensk ordbok

Економічний перекладацький глосарій розрахований насамперед на фахівців – перекладачів, журналістів, економістів, бухгалтерів, бізнесменів, але він також може стати в нагоді викладачам та студентам перекладацької спеціальності, спрямованої на тексти науково-технічного характеру. Шведсько-український глосарій вміщує 346 найуживаніших економічних та термінологічних словосполучень, згрупованих в алфавітному порядку. Наукове дослідження пройшло декілька етапів: від формування корпусу текстів для аналізу до перекладацького аналізу та фіксації еквівалентів, з адаптацією перекладу для українського читача.

Укладання такого двомовного перекладацького глосарія стало прикладом прикладної лінгвістики, ідея полягала у тому, щоб створити не просто картотеку, а інструмент міжкультурної комунікації та розуміння економічної картини світу через мову.

Висновки до третього розділу

Термінологічна лексикографія як галузь мовознавства має свою специфіку, що окреслюється фаховим спрямуванням та орієнтацією на точність і однозначність у поданні понять. Вона базується не лише на мовних фактах, але й на концептуальній структурі професійної сфери; основні принципи були закладені Ойгеном Вюстером. Він виділив чотири з визначальних принципів, серед яких є орієнтація на поняття, систематизація, прескриптивність і стандартизація термінів.

У межах наукового дослідження запропоновано складений нами двомовний перекладацький глосарій шведських економічних термінів, він розміщений в додатку та слугує яскравим прикладом застосування лексикографічних принципів у вузькоспеціалізованій галузі. Глосарій орієнтований на актуальні теми економіки, ринку праці, податків і має практичне застосування в ЗМІ, освіти, бізнесу та перекладу. Прояв тенденцій до міждисциплінарності у галузі сучасного мовознавства. Переклад економічної термінології має особливу специфіку через те, що економічна мова є однією з найструктурованіших галузевих мов, хоча економіка швидко змінюється, тому перекладач має постійно стежити за новими термінами та їх вживання. Термінологія в динамічному змінному світі досліджує функціональні складові інформаційної сфери, що впливає на розвиток мови. Процес перекладу вимагає технічної обізнаності й аналітичного мислення, гнучкості, адаптивності та глибоких знань предметної сфери для збереження легкості, природності, які є властивими оригінальному тексту. Економічні терміни мають тяжіти до точності й однозначності, оскільки навіть незначне зміщення змісту може спричинити серйозні помилки у розуміння тексту або в укладанні документів. Створення ПГШЕТ було спрямоване на уніфікацію, зручність сприйняття й стандартизації термінології, що є актуальним в умовах глобалізації та мультикультурної комунікації.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Аналіз та узагальнення результатів проведеного дослідження дає можливість зробити такі висновки. У зв'язку із швидким глобалізаційним процесом та міжкультурної комунікації між країнами, перекладознавство набуло за останні роки значної уваги науковців, як підрозділу мовознавства. Завдяки підбору наукової літератури як вітчизняних, так і закордонних лінгвістів ми прослідкували еволюцію ідей в дефінітивному наповненні таких термінів як «дискурс» та «новинний дискурс», що мали спільні погляди в інтерпретуванні цих термінів. Прослідковується цікаве концептуальне осмислення терміна «дискурс», який присутній майже в усіх сферах діяльності, проте досі залишається відкритим питання щодо його однозначного визначення, здатного охопити всі функціональні аспекти. Шведські науковці представляють це поняття як специфічний спосіб міркування в межах певної сфери.

У загальному розумінні дискурс розуміється як поняття, що позначає мову в реальному використанні з акцентом на комунікативний контекст та прагматичний аспект. Найбільший внесок у декодування та інтерпретацію цього терміну був зроблений нідерландським лінгвістом Т. ван Дейком. Більш того, ми взяли для наших подальших досліджень категорію, яку Т. ван Дейк виділив у своїй жанровій класифікації, а саме – новинний дискурс. У медіалінгвістиці це явище формується під впливом соціокультурних, політичних й економічних контекстів, враховуючи інтернаціональні та екстралінгвальні фактори.

Як наслідок, новини вбачаємо як один із оперативних та інформативних засобів зв'язку зовнішнього світу з реципієнтами. Крім цього, новини сприяють соціальній інтеграції, де громадяни можуть відчувати себе частиною суспільства, розуміти спільні проблеми, виклики та досягнення. Якщо брати стилістичний аспект, то новинні тексти ділимо на кілька структурних рівнів, кожний з яких характеризується специфічним оформленням та окремим мовним арсеналом. Вони виділяються серед інших жанрів своєю репрезентацією, що представлена лаконічним та прямим стилем викладу, що, у свою чергу, потребує адаптації до українських стилістичних норм. Ми концентрували нашу увагу на аналізі саме

економічних новинах, які, на нашу думку, є так званим «ядром» і відіграють ключову роль у формуванні обізнаного суспільства. Економіка завжди виступала та є одним з головних індикаторів ефективності влади, від якої залежить процвітання усіх інших сфер суспільства. Тут постає питання довіри з боку читачів до медіа, що базується на якісному перекладі іноземних економічних новин.

У цій роботі ми розглядаємо перешкоди, з якими зіштовхуються фахівці під час перекладу новинних текстів зі шведської мови на українську мову, враховуючи лінгвістичну, культурну та наукову специфіку. Після глибокого аналізу текстів на лінгвістичному, синтаксичному й стилістичному рівнях було зазначено, що історично ці дві мови належать до відмінних мовних родин і як наслідок мають різні структурні витоки. В українській мові переважають граматичні значення, порівняно до іноземної мови, тому перекладачі часто вдаються до модифікацій текстів, використовуючи низку перекладацьких технік. Для досягнення цілей дослідження було використано різні методики та підходи. Основним джерелом ілюстративного матеріалу роботи є шведський новинний портал Dagens Nyheter.

Завдяки йому ми змогли виявити, що для вдалого перекладу доцільно використовувати лексичні й граматичні трансформації, що включають вибір еквівалентного відповідника, модуляції, концепції узагальнення, модифікації, перестановки, описовий переклад, конкретизація та генералізація значення, калькування, зміни порядку слів або стратегія «заміни». Стилiстична адаптація направлена на збереження чіткості й привабливості заголовку впродовж перекладу, бо ця частина виступає так званим «гачком» для зацікавлення читачів і має на меті змотивувати до прочитання новини повністю.

У процесі перекладу шведських статей було проаналізовано різноманітні синтаксичні конструкції, що зазнали змін у словоформі, частині мови або навіть цілого речення.

Процес перекладу композитів є складним і вимагає вдосконалення існуючих методів із подальшим застосуванням їх на практиці. Щоб досягти

бажаного результату, перекладач повинен ретельно дослідити контекст, в якому вони наявні і добре знати культуру країни оригіналу. Незважаючи на всі зміни, важливо дотримуватися етичного кодексу й добросовісності у передачі інформації, щоб вихідний та оригінальний текст мали однакову семантичну функцію чи то інформування, чи маніпуляція, чи розважальна. Перекладачі повинні зберігати оригінальну ідею й атмосферу тексту, одночасно роблячи його зрозумілим і близьким до українського реципієнта.

Навіть з чіткою структурою та вимогами до інтерпретації, текст не позбавляється від суб'єктивної точки зору перекладача, що сприяє адаптації культурного контексту для інших. Деякі новини наділені емоційно забарвленим повідомленням або морально-етичними цінностями, що мусять бути витримані й передані схожому стилі в похідному тексті. Дослідження підтвердило гіпотези про компетенції фахівців, яким забрякне володіння лише культурними знаннями двох мов, адже переклад передбачає також глибокого розуміння мовної специфіки науково-технічної галузі та відповідної термінології. Оскільки труднощі можуть виникнути вже на етапі транслітерування, якщо фахівець не ознайомлений з природою дифтонгів. Так само стосується передачі гумору, артиклів, традиційних культурних образів або особливих висловів шведською мовою для яких дуже часто відсутні прямі еквіваленти в українській мові, що створює труднощі їхнього перекладу на українську мову. Одним з варіантів вирішення цієї проблеми є використання техніки опису або заміни, що максимально чітко будуть передавати настрій оригінального тексту. У результаті таких модифікацій перекладачі можуть запобігти створенню хибних уявлень і непорозумінь у свідомості читачів, зберігши культурні нюанси країни, та створення якісного перекладу.

Спотворення закодованого повідомлення може мати глобальні наслідки, як створення фальшивих уявлень та непорозумінь як в одній державі, так і між декількома, що може в подальшому вплинути на майбутньому співпрацю.

У цій роботі ми приділили увагу специфіці термінологічної семантики й обговорили важливість укладання перекладацьких глосаріїв з

науково-технічними лексичними одиницями. Сам процес починається відбором актуальних термінів певної галузі, далі уніфікація і стандартизація, підбір еквівалентних термінів для перекладних довідників. Нами був запропонований шведсько-український перекладацький глосарій економічних термінів, який має на меті допомогти фахівцям використовувати єдину термінологічну базу у своїх роботах, зменшити кількість варіативних перекладів понять, стремління до однозначності. Дефінітивне визначення термінів було передано відповідником з української мови, транслітерацією, контекстуальним перекладом, моделюванням або запозиченням.

Фахові словники мають велику перевагу для фахівців з різних галузей, у нашому випадку – економічна, що забезпечує підвищення якості науково-технічних текстів, полегшує міжнародну комунікацію й участь у міжнародних проєктах. Проте з динамічним розвитком інформаційного простору такі довідники потребують постійних оновлень і доповнень для відповідності розвитку мовних процесів.

Підбиваючи підсумок, зазначаємо, дослідження мовних особливостей новинних текстів економічної тематики у шведських ЗМІ та їх перекладу на українську мову є актуальним і важливим для розвитку перекладацької й журналістської теорії, а також сприяє розширенню розуміння культурних нюансів Швеції українськими реципієнтами.

ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ГЛОСАРІЙ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ

A

- en aktie** – акція
ett aktiebolag (AB) – акціонерне товариство
en amortering – погашення кредиту
en arbetsgivare – роботодавець
en arbetslöshet – безробіття
en arbetsmarknad – ринок праці
en arbetsplats – робоче місце
en avkastning – дохід, прибутковість
en avtalsrörelse – переговорний процес щодо колективного договору

B

- ett bankkonto** – банківський рахунок
ett barnbidrag – дитяча допомога
ett bedrägeriförsök – спроба шахрайства
en begagnatförsäljning – продаж уживаних товарів
en begagnatmarknad – ринок уживаних товарів
ett belopp – сума грошей
att bifoga – додавати, прикріплювати
en bolag – компанія, товариство
ett bolån – іпотечний кредит
en bolagsskatt – корпоративний податок
en bolagsstämma – збори акціонерів
en bostad – житло
att bygga – будувати
en bygglag – будівельний закон
en börs – біржа
en bruttonationalprodukt (BNP) – валовий національний продукт (ВНП)
en bruttoinlandsprodukt (BIP) – валовий внутрішній продукт (ВВП)

C

en chefsanalytik – головний аналітик

D

att deklarerera – декларувати

en depression – депресія

en deflation – дефляція

att driva upp – розганяти, вирощувати (залежно від контексту)

en deklARATION – декларація

en deklARATIONSEKSPERT – експерт із декларацій

en deklARATIONSTID – період подачі декларацій

en digital brevlåda – цифрова поштова скринька

E

att etablera – засновувати, створювати

att exportera – експортувати

en elexport – експорт електроенергії

ett elunderskott – дефіцит електроенергії

en energiproduktion – виробництво енергії

en exponering – експозиція, вплив

enskild firma – приватний підприємець

ett elområde – електроенергетичний район

ett elpris – ціна на електроенергію

en export – експорт

en ekonomisk integration – економічна інтеграція

F

en faktura – рахунок

en fakturametod – метод обліку за рахунками

ett företag – підприємство

en förändring – зміна

en förbrukning – споживання

förbättringsutgifter (pl.) – витрати на поліпшення

en försäljning – продаж

ett fondinnehav – володіння фондом

en fond – фонд

en fondonsskatt – податок на фонд

en fackförening – профспілка

en fastighetsskatt – податок на нерухомість

en frihandel – вільна торгівля

en förlust – збиток

en finansminister – міністр фінансів

ett förvaltningsmedlen – управлінські кошти

G

en att granska branschen – перегляд галузі

en generalfullmakt – генеральна довіреність

H

en handelsbalans – торговий баланс

ett handelsbolag – торгове товариство

ett husavdrag – відрахування на будинок

I

ett IBAN-nummer – номер IBAN

att importera – імпортувати
inflationsförväntningar (pl.) – інфляційні очікування
en inflation – інфляція
ett inflöde – приплив капіталу
ett industrialavtal – промислова угода
insatser (pl.) – внески, інвестиції
indexfonder (pl.) – індексні фонди
inkomster (pl.) – доходи
en inkomstdeklaration – податкова декларація про доходи
ett inköpspris – закупівельна ціна
att investera – інвестувати
ett investeringsråd – інвестиційна порада

J

en juridisk person – юридична особа
ett järnvägsprojekt – проєкт залізниці

K

att komplettera – доповнювати
att kontrollera – контролювати
en konkurrens – конкуренція
ett konjunkturlag – економічний цикл
en konjunktur – економічна ситуація, кон'юнктура
en konjunkturutveckling – розвиток економічної кон'юнктури
en konsument – споживач
en konsumentmakt – влада споживачів
ett konsumentprisindex – індекс споживчих цін
konsumtionsmönster (pl.) – модель споживання
en kostandkris – криза витрат

kostandeffektiva – економічно ефективний
kostnader (pl.) – витрати
kostnadsökningar (pl.) – зростання витрат
en korgeffekt – ефект кошика
en konfidensindikator – індикатор довіри
ett kortnummer – номер картки
kontouppgifter (pl.) – банківські реквізити
ett kollektivavtal – колективний договір
en kapitalskatt – податок на капітал
en konkurs – банкрутство
en kvarskatt – залишковий податок (податкова заборгованість)

L

ett levnadsmönster – стиль життя
en låginkomsttagare – особа з низьким доходом
lågprisvaror (pl.) – товари за низькою ціною
en löneökning – підвищення заробітної плати
ett livsmedel – продукти харчування
ett lån – кредит, позика
en likviditet – ліквідність
en löntagare – найманий працівник
en lagervärdering – оцінка запасів
en lön – заробітна плата

M

en marknad – ринок
en marginals katt – податок на додатковий дохід
en makroekonomi – макроекономіка
en matbojkott – бойкот продуктів харчування

ett matpris – ціна на продукти харчування
matjättar (pl.) – великі продовольчі компанії
en mervärdesskatt (Moms) – податок на додану вартість (ПДВ)
en marknadsränta – ринкова процентна ставка
en marknadsanalys – аналіз ринку
att motsvara – відповідати
att motverka – протидіяти
en minimilön – мінімальна зарплата
att omfördela – перерозподіляти

N

ett netto – чистий дохід
en nettoomsättning – чистий оборот
en nettolön – чиста заробітна плата
ett nuvärde – теперішня вартість
ett nyckeltal – ключові показники
en nyemission – нова емісія акцій

O

en obligation – облігація
obetalda löner (pl.) – невиплачена заробітна плата
ett OCR-nummer – номер OCR
en omsättning – оборот
en omsättningstillgång – оборотний актив
en option – опція
ett organisationsnummer – номер організації

P

ett pantbrev – іпотечний акт

en polisanmälan – заява в поліцію
en plan- och bygglag (PBL) – закон про планування та будівництво
en prisnivå – рівень цін
en prishöjning – підвищення цін
en prisökning – зростання цін
en prisskillnad – різниця в ціні
en prisstopp – замороження цін
en preliminärskatt – попередній податок
ett pressmeddelande – пресреліз
ett penningvärde – вартість грошей
en privatperson – приватна особа
en procent – відсоток
en prognoschef – керівник прогнозування
en punktskatt – акцизний податок
en påminnelse – нагадування

Q

en globalfond – глобальний фонд

R

att redovisa – звітувати
en redovisning – звітність
en redovisningsbyrå – бухгалтерська фірма
en redovisningsekonom – бухгалтер
ett redovisningssystem – система обліку
en referensränta – базова процентна ставка
en reklamskatt – податок на рекламу
en reporänta – ставка рефінансування
ett reseavdrag – відрахування на поїздки
ett resultat – результат

en resultaträkning – звіт про прибутки та збитки

en revision – аудиторська перевірка

en revisor – аудитор

en recession – рецесія

ett riskkapital – венчурний капітал

en renovering – ремонт

en ränta – відсоткова ставка

en räntabilitet – рентабельність

en rörelsemarginal – операційна маржа

ett rörelsekapital – оборотний капітал

en regering – уряд

S

att stabilisera – стабілізувати

att strejka – страйкувати

att sänka – знижувати, зменшувати

att sälja – продавати

en självrapportering – самостійне звітування

Skatteverket – податкова служба

en skatteåterbäring – податкове відшкодування

en skattskyldig – платник податків

en skärpning – посилення

att slutja till – сприяти

en småsparare – дрібний інвестор, дрібний вкладник

ett slutskattebesked – остаточне податкове рішення

en solkraft – сонячна енергія

ett spionprogram – шпигунська програма

sparekonomer (pl.) – економісти, що спеціалізуються на заощадженнях

ett svek – зрада, підступність

en styrning – управління, керування

en styrränta – ключова процентна ставка
en statsbudget – державний бюджет
en skuld – борг
en sysselsättning – зайнятість
en skatteflykt – ухилення від сплати податків
små och medelstora företag (SMF) (pl.) – малий і середній бізнес

T

en tillväxt – зростання
en tull – мито
en transaktion – транзакція
techjättarna – технологічні гіганти
ett trendbrott – переломний момент в тренді
en träindustri – лісова промисловість
en tillgång – актив
ett täckningsbidrag – внесок на покриття витрат
en täckningsgrad – коефіцієнт покриття

U

ett uppror – повстання
ett utflöde – відтік капіталу
en utgående balans – вихідний баланс
en utgående moms – вихідний ПДВ
ett utlägg – витрати
en utmätning – арешт майна (відповідно до виконавчого провадження)

V

en vara – товар
en vinst – прибуток

en vindkraft – вітрова енергетика

en vårändringsbudget – бюджет на весняні зміни

en valuta – валюта

en valutahandel – валютна торгівля

en valutakurs – валютний курс

en verifikation – документація, підтвердження

en verksamhetsbeskrivning – опис діяльності

en verksamhetsplan – план діяльності

en vinstmarginal – маржа прибутку

en vinstmarginalbeskattning – оподаткування маржі прибутку

W

en warranter – варанти (фінансові інструменти)

Å

en återhämtning – відновлення

att åtgärda problemen – вирішувати проблеми

ett årgenomsnitt – середнє за рік

en årsredovisning – річний звіт

en årsredovisningslagen – закон про річний звіт

ett återtagandeförbehåll – застереження щодо поверненн

Ö

att öka – збільшувати

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

DN 10.07.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/har-ar-de-sex-elbilarna-du-maste-ha-koll-pa-i-host/>

DN 15.10.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/arbetslosheten-kan-avgora-storleken-pa-rantesankning/>

DN 28.10.2024 –

<https://www.dn.se/sverige/risk-for-ishalka-pa-mandagen-i-stora-delar-av-landet/>

DN 30.10.2024 –

<https://www.dn.se/sverige/forskare-varnar-sverige-for-golfstrommens-kollaps-2/>

DN 01.11.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/smart-teknik-sparar-el-i-villan-kravs-inga-expertkunskaper/>

DN 02.11.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/uppsagda-av-northvolt-kampar-for-nya-jobb-vi-ar-sa-manga/>

DN 03.11.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/sa-mycket-kostar-det-att-vara-sjuk-tabeller-for-olika-lonerna/>

DN 04.11.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/lindrigare-krav-pa-bolantagare-kan-prensa-upp-priserna/>

DN 04.11.2024 –

<https://www.dn.se/sverige/regeringen-nobbar-vindkraft-extremt-forvanande/>

DN 05.11.2024 –

<https://www.dn.se/ekonomi/expert-export-central-for-laga-elpriser-i-sverige/>

DN 16.01.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/sbab-rorlig-boranta-knappt-tre-procent-i-juni/>

DN 09.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/varningen-i-deklarationstider-stor-bedrageririsk/>

DN 10.03.2025 –

<https://www.dn.se/ledare/vet-du-vad-som-hander-med-barnfamiljen-som-far-14-000-kronor-mindre-i-manaden/>

DN 12.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/da-blir-du-skattepliktig-for-dina-andrahandsforsaljningar/>

DN 18.03.2025 – <https://www.dn.se/ekonomi/sa-far-du-skatteaterbaringen-fore-pask/>

DN 19.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/ernkrans-regeringen-verkar-oense-om-kinesiskt-agande-a-v-northvolt/>

DN 20.03.2025 – <https://www.dn.se/motor/det-har-kan-bli-sveriges-billigaste-elbil/>

DN 23.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/ekonomen-fick-nog-konsumenter-kan-paverka-makroekonomin/>

DN 23.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/riksdagsledamoter-kraver-svar-efter-varsel/>

DN 25.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/stora-priskast-pa-el-vantar-billigare-i-soder/>

DN 25.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/gekas-boris-lurad-pa-800-000-av-bedragare-skamkanslor/>

DN 26.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/lon-och-arbetstid-forhandlas-for-3-4-miljoner-svenskar-vad-som-helst-kan-handa/>

DN 26.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/sa-lycklig-blir-du-av-att-kamma-hem-storvinsten/>

DN 26.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/ki-bracklig-aterhamtning-och-deppiga-hushall/>

DN 27.03.2025 –

<https://www.dn.se/sverige/sd-sade-nej-till-extra-barnbidrag-s-rasar/>

DN 29.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/har-vill-norsk-stad-bygga-karnkraft-15-kilometer-fran-sverige/>

DN 29.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/fackens-krav-ar-for-hoga-for-krisande-golvtillverkaren/>

DN 30.03.2025 –

<https://www.dn.se/motor/citroen-c3-aircross-kompakt-komfort-till-lagpris/>

DN 30.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/tiotusentals-lediga-sommarjobb-det-publiceras-annonser-anda-fram-till-sommaren/>

DN 30.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/carl-johan-von-seth-darfor-har-trumps-chockpolitik-skap-at-en-europahajp/>

DN 30.03.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/energibolag-fakturerade-orjan-fel-i-19-ar-vagnar-aterbetal-a-hela-summan/>

DN 31.03.2025 –

<https://www.dn.se/motor/europas-storsta-laddstation-svaljer-1-500-bilar/>

DN 31.03.2025 – <https://www.dn.se/ekonomi/sanningens-minut-for-avtalsrorelsen/>

DN 10.04.2025 – <https://www.dn.se/ekonomi/borsen-rusar-ar-allt-frid-och-frojd/>

DN 14.04.2025 –

<https://www.dn.se/ekonomi/expert-trump-lar-ha-en-mycket-svagare-forhandlingsposition/>

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. – 344 с.
2. Баркар Д., Романюк О. Ядро новин. Яким темам та джерелам віддають перевагу медіа України. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/yadro-novyn-yakym-temam-ta-dzherelam-vidda-yut-perevagu-media-ukrayiny-i63099>(дата звернення: 04.03.2025).
3. Голік О. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <https://bit.ly/3i7pWIw> (дата звернення: 08.03.25 р.)
4. Про сайт | Горох – українські словники. Про сайт | Горох – українські словники. URL: <https://goroh.pp.ua/> (дата звернення: 15.04.2025).
5. Деордіца Т., Вороніна М. РЕЦЕНЗІЯ НА КНИГУ: ЯК ПИСАТИ ДОБРЕ. КЛАСИЧНИЙ ПОСІБНИК ЗІ СТВОРЕННЯ НЕХУДОЖНИХ ТЕКСТІВ. Physical and Mathematical Education. 2024. Т. 39, № 4. С. 46–48. URL: <https://doi.org/10.31110/fmo2024.v39i4-07>(дата звернення: 14.04.2025).
6. Довженко З. К. О. Коли новинам не до влади. Про що говорили і кого піарили теленовини у грудні 2021 року. detector.media. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/195888/2022-01-26-koly-novynam-ne-do-vlady-pro-shcho-govoryly-i-kogo-piaryly-telenovyny-u-grudni-2021-roku/> (дата звернення: 11.03.2025).
7. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни. Т. 4. – Д. : ДНУ, 2012. – 388 с.
8. Ковчак В. О. Гілея: науковий вісник. Дискурс як чинник суспільного здійснення людини Вип. 97, 2015. С. 203–207. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_97_52
9. Коломієць Л. В. Український поетичний переклад 1920–30-х років: огляд окремих видань. Мовні і концептуальні картини світу, 38, 2012. С. 347–359.

10. Коптілов В. В. Теорія і практика перекладу. Київ: Юніверс, 2003.
11. Кравченко А. Г. Дискурс у світлі наукових дискусій. Концепція дискурсивного аналізу Т. Ван Дейка. Актуальні проблеми сучасної германістики та методика викладання іноземних мов : колективна монографія / А. Б. Брутман, В. М. Бутов, Г. В. Василенко та ін.; під заг. ред. П. В. Прохорової. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. С. 5–19.
12. Куншт. URL: <https://kunsht.com.ua/articles/osnovi-perekladu-intervyu-z-sergiy-em-svyatenkom> (дата звернення: 25.03.2025).
13. Куліш Т. В. Паранояльна риторика в американському політичному дискурсі. Автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 16 с.
14. Лук'янець В. С. та ін. Сучасний науковий дискурс: Оновлення методологічної культури. Київ: ВІПОЛ, 2000. 304 с.
15. Мантуло Н. Б. Текст і дискурс у комунікаціях Паблік Рилейшнз. Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки, №4, 2012. с. 84-88.
16. Марушкіна І. Як писати новини : навч. посіб для журнал. 31 с. URL: <https://varianty.lviv.ua/files/posibnyk-jurnalista.pdf>.
17. Потебня А. Мысль и языкъ. Типографія "Мирный Трудъ", 1913.
18. Рябокінь Н. О., Капіталова Т. І. МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СФЕРА СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ. *Nova filologiâ*. 2023. № 87. С. 62–66. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2022-87-10> (дата звернення: 28.02.2025).
19. Савосько К. О. (науковий керівник: к. філол. н. Радван Д. В.). Особливості перекладу новин шведськомовних медіа українською мовою. Тези Міжнародної наукової конференції «Українська гуманітаристика в координатах сучасності» 14-15 листопада 2024 року. Київ, 2024. С. 102–103. URL: <https://philology.knu.ua/nauka/konferentsii/ukrainian-humanities-in-the-coordinates-of-contemporary-time/>
20. СЛОВНИК – тлумачний словник української мови, орфографічний словник онлайн. URL: <https://slovnyk.ua/> (дата звернення: 16.04.2025).

21. Тагільцева Я. М., Матвієнко Л. Г. Особливості перекладу складних слів з англійської на українську мову в економічній терміносистемі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, 2022. С. 133–137. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.spec/21>
22. Орфографічний словник української мови - Словники - Словопедія. Словники - Словопедія. URL: <http://slovopectia.org.ua/35/53405/130351.html> (дата звернення: 15.04.2025).
23. Чічановський А. Новина в журналістиці. Проблеми практичної політики. Київ: Грамота, 2003. 48 с.
24. Шевченко Л. І. Інтертекстуальність у медіа: дослідницький ресурс категорії. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика, 29, 2014. С. 79–86.
25. С.Ю Юхимець, Л.В. Клячкова. Типологічні лінгвістичні риси телевізійного (новинного) дискурсу. Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського Лінгвіст.науки. 2016. 23. <https://www.lingstud.od>.
26. Abiri N. Normer vid nyöversättning mellan närliggande språk och kulturer. Gothenburg University Library, 2020. URL: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/64709/gupea_2077_64709_1.pdf
27. Al-Sulaimaan D. M. M. D., Khoshaba L. M. Translation Revisited: A New Approach. International Journal of English Literature and Social Sciences. 2018. Vol. 3, no. 5. P. 761–767. URL: <https://doi.org/10.22161/ijels.3.5.11> (date of access: 13.04.2025).
28. Atkinson A, Messy F-A. Measuring Financial Literacy Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. OECD. URL: https://www.oecd.org/en/publications/measuring-financial-literacy_5k9csfs90fr4-en.html (date of access: 15.04.2025).
29. Barchinoy B. THE IMPORTANCE OF CULTURAL UNDERSTANDING IN TRANSLATION. European Journal of Higher Education and Academic

- Advancement. 2024. Vol. 1, no. 4. P. 1–4. URL: <https://doi.org/10.61796/ejheaa.v1i4.446> (date of access: 14.04.2025).
30. Blenkinsopp J., Pajouh M. S. Lost in translation? Culture, language and the role of the translator in international business. *Critical Perspectives on International Business*, 6(1), 2010. C. 38–52. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17422041011017612/full/html>
31. Boumans D., Müller H., Sauer S. How media content influences economic expectations: evidence from a global expert survey. *Journal of Forecasting*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1002/for.2961> (date of access: 29.03.2025)
32. M. T. Cabré Castellví, Theories of Terminology. Their Description, Prescription and Explanation, „Terminology. International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication» 2003, т. 9 №2 <http://www.jbeplatform.com/content/journals/10.1075/term.9.2.03cab> [доступ: 11.10.2024].
33. Carey J. W. *Communication as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge, 2009.
34. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>
35. Cottle, S. (2006). Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent. *Media, Culture & Society*, 28(3), 411–432. doi:10.1177/0163443706062910.
36. Cook T. I., Lasswell H. D., Kaplan A. Power and Society; a Framework for Political Inquiry. *The Journal of Philosophy*. 1951. Vol. 48, no. 22. P. 690. URL: <https://doi.org/10.2307/2021056> (date of access: 13.04.2025).
37. Coulthard M. *An Introduction to Discourse Analysis*. Routledge, 2014. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315835884> (date of access: 16.04.2025).
38. Dagens Nyheter. URL: <https://www.dn.se>
39. Deik T. A. van. *Language. Cognition. Communication*. Moscow, 1989.
40. Faber P. *Cognitive Linguistics View of Terminology and Specialized Language*. De Gruyter, Inc., 2012. 322 p.

- https://www.researchgate.net/publication/235424403_Terminology_and_Specialized_Language
41. Facktermer – viktigare än du kanske tror. Institutionen för svenska, flerspråkighet och språkteknologi. 2021. URL: <https://www.gu.se/nyheter/facktermer-viktigare-an-du-kanske-tror>.
 42. Fairclough N. *Analysing Discourse*. Routledge, 2003. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203697078> (date of access: 06.03.2025).
 43. Flew T., Stepanik A. *The Value of News: Aligning Economic and Social Value From an Institutional Perspective*. Media and Communication. 2023. Vol. 12. URL: <https://doi.org/10.17645/mac.7462> (date of access: 13.04.2025).
 44. Fowler R. *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London : Routledge, 1991. 254 p.
 45. John S. and James L. Knight Foundation. URL: <https://knightfoundation.org/features/jskpulitzer/> (дата звернення: 04.03.2025).
 46. Hardy, C., Palmer, I., & Phillips, N. (2000). *Discourse as a Strategic Resource*. *Human Relations*, 53, 1227-1248. <https://doi.org/10.1177/0018726700539006>
 47. Harris Z. S. 1952. *Language*, 28 (1): 1–30, selected 1–3, 29–30. *The Discourse Studies Reader*. Amsterdam, 2014. P. 37–40. URL: <https://doi.org/10.1075/z.184.17har> (date of access: 23.02.2025)
 48. Holcombe A. N. *Public Opinion*. By Walter Lippmann. *American Political Science Review*, 16(3), 1922. C. 500–501. URL: <https://doi.org/10.2307/1943740>
 49. *How news affects people's expectations and drives economic change*. *The Conversation*. URL: <https://theconversation.com/how-news-affects-peoples-expectations-and-drives-economic-change-186065> (date of access: 15.03.2025).
 50. Jensen K. B. *News as Social Resource: A Qualitative Empirical Study of the Reception of Danish Television News*. *European Journal of Communication*.

1988. Vol. 3, no. 3. P. 275–301. URL: <https://doi.org/10.1177/0267323188003003003> (date of access: 16.04.2025).
51. Karlsson, M. 2011. The immediacy of onlinenews, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12 (3), 279-295.
52. Lista: De mest lästa TN-artiklarna 2024. *Tidningen Näringslivet*. URL: <https://www.tn.se/naringsliv/40691/lista-de-mest-lasta-tn-artiklarna-2024/> (date of access: 11.03.2025).
53. Lippmann W. *Public Opinion*. Taylor & Francis Group, 2017. 427 p.
54. Luhmann-Gedächtnistagung. *Luhmanns Funktionssysteme in der Diskussion*. Heidelberg: Verlag für Systemische Forschung im Carl-Auer-Systeme-Verlag, 2001.
55. Lycett A. Lord Northcliffe's war of words. *THE SPECTATOR*. URL: <https://www.spectator.co.uk/article/lord-northcliffe-s-war-of-words/> (date of access: 05.03.2025).
56. McKane, A. 2006. *News writing*. London, California, & New Delhi: Sage Publications.
57. Mehawesh M., AL-Allawi S. M. Challenges in Translation News Headlines. *World Journal of English Language*, 14(5), 2024. C. 515–525. URL: <https://www.sciedupress.com/journal/index.php/wjel/article/view/26066/16148>
58. Nationalencyklopedin. URL: <https://www.ne.se>
59. Newmark, P. (1981). *Approaches to Translation*. London: Pergamon
60. News Platform Fact Sheet. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet/> (date of access: 11.03.2025)
61. News55 och Relevance får 6 miljoner unika läsare. E55. URL: <https://e55.se/ekonomi/news55-och-relevance-far-6-miljoner-unika-lasare/> (date of access: 11.03.2025).

62. News in Transition: Key Insights from the Reuters Digital Institute Report 2024 - tchop™ CommUnity Pulse. tchop™ CommUnity Pulse. URL: <https://blog.tchop.io/en/news-in-transition-key-insights-from-the-reuters-digital-institute-report-2024/> (date of access: 11.03.2025).
63. Niblock, Sarah, and David Machin. 2007. «News Values for Consumer Groups: The Case of Independent Radio News, London, UK.» *Journalism* 8 (2): 184-204
64. Nida E. A., Taber C. R. *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: E. J. Brill, 1982.
65. Ord som är svåra att översätta till engelska | Native. Native. URL: <https://native.se/svart-att-oversatta-till-engelska/> (date of access: 26.03.2025).
66. Oxford English Dictionary. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/> (date of access: 14.04.2025)
67. Owen Spencer-Thomas : Journalist, writer/broadcaster, media consultant. URL: <https://owenspencer-thomas.com/journalism/newsvalues/> (дата звернення: 04.10.2024).
68. Rachel A. Michel Foucault: Discourse. CLT. URL: <https://criticallegalthinking.com/2017/11/17/michel-foucault-discourse/> (date of access: 17.02.2025). або Фуко М. Археологія знання. – К.: Основа, 2003. – С. 326
69. Reeves, I & Keeble, R. L. 2015. *The newspapers handbook*. Fifth edition. Abingdon New York: Routledge.
70. Palmer J., *Spinning into Control. News values and Source Strategies*. London, Continuum Books/Leicester, University Press, 2000, 195 p
71. Piet van Sterkenburg (ed.) *A Practical Guide to Lexicography. (Terminology and Lexicography Research and Practice 6)*. Amsterdam: Benjamin's Publishers, 1984. – 321 p.
72. Rörlig bild och sociala nätverk mest populärt – så använde svenskarna medier 2023 | Nordicom. Nordicom | Göteborgs universitet. URL: <https://www.nordicom.gu.se/sv/aktuellt/nyheter/orrlig-bild-och-sociala-natverk>

- mest-populart-sa-anvande-svenskarna-medier-2023 (date of access: 11.03.2025)
73. Robinson J. P., Levy M. R. Interpersonal Communication and News Comprehension. *Public Opinion Quarterly*, 50(2), 1986. C. 160. URL: <https://doi.org/10.1086/268972>
74. Schultz, Ida. 2007. «The Journalistic Gut Feeling.» *Journalism Practice* 1 (2): 190–207
75. Slovník.me. URL: <https://slovnkyk.me/dict/newsum> (дата звернення: 13.04.2025)
76. Svenska Akademiens ordböcker. URL: <https://svenska.se>
77. Stafford T. Psychology: Why bad news dominates the headlines. BBC Home - Breaking News, World News, US News, Sports, Business, Innovation, Climate, Culture, Travel, Video & Audio. URL: <https://www.bbc.com/future/article/20140728-why-is-all-the-news-bad> (date of access: 13.04.2025).
78. Thelen, Marcel (2012): *The Structure of the Lexicon. Incorporating a Cognitive Approach in the TCM Lexicon, with Applications to Lexicography, Terminology and Translation*. Ghent: Academia Press
79. Thompson, R. 2010. *Writing for broadcast journalists*. New York: Routledge.
80. Turow J. Local Television: Producing Soft News. *Journal of Communication*. 1983. Vol. 33, no. 2. P. 111–123. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02393.x> (date of access: 15.04.2025).
81. Payne D., van Dijk T. A. *Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication*. Language. 1990. Vol. 66, no. 1. P. 175. URL: <https://doi.org/10.2307/415292> (date of access: 13.04.2025)
82. van Dijk T. A. *Critical Discourse Analysis*. *Discourse & Society*. 1994. Vol. 5, no. 4. P. 435–436. URL: <https://doi.org/10.1177/0957926594005004001> (date of access: 13.04.2025)

- 83.van Dijk T. A. Discourse Analysis: Its Development and Application to the Structure of News. *Journal of Communication*. 1983. Vol. 33, no. 2. P. 20-43. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02386.x> (date of access: 13.04.2025).
- 84.van Dijk T. A. Structures of Discourse and Structures of Power. *Annals of the International Communication Association*. 1989. Vol. 12, no. 1. P. 18–59. URL: <https://doi.org/10.1080/23808985.1989.11678711> (date of access: 16.04.2025).
- 85.van Dijk T. A. Structures of Discourse and Structures of Power. *Discourse and Power*. London, 2008. P. 27–64. URL: https://doi.org/10.1007/978-1-137-07299-3_2 (date of access: 27.02.2025)
- 86.van Dijk T. A. *News As Discourse*. London: Routledge, 2013. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203062784> (date of access: 09.03.2025).
87. van Dijk T. A. *Discourse Analysis: Its Development and Application to the Structure of News*.
- 88.Weaver, David, Randal Beam, Bonnie Brownlee, Paul Voakes, and G. Cleveland Wilhoit. 2007. *The American Journalist in the 21st Century*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates)
- 89.Wüster's View of Terminology. *Slovene Linguistic Studies*. 2017. URL: <https://doi.org/10.17161/1808.25036> (date of access: 14.04.2025).
- 90.Xamidjanovna A. N. The Interaction between Terminology and Translation or Where Terminology and Translation Meet. *International Journal of Teaching, Learning and Education*. 2023. Vol. 2, no. 1. P. 10–11. URL: <https://doi.org/10.22161/ijtle.2.1.4> (date of access: 27.03.2025).