

УДК: 81'25:33]:[81'36:81'373]

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-12\(42\)-571-585](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-12(42)-571-585)

Кобзар Олена Іванівна доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української, іноземних мов та перекладу Полтавського університету економіки і торгівлі, м. Полтава, <https://orcid.org/0000-0002-5975-4312>

Єжелей Юрій Олексійович здобувач вищої освіти ступеня магістра спеціальності 035 Філологія, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, <https://orcid.org/0009-0001-8629-1448>

Педченко Наталія Сергіївна здобувачка вищої освіти ступеня магістра спеціальності В 11 Філологія, м. Полтава, <https://orcid.org/0000-0001-5093-2453>

Гасій Олена Володимирівна здобувачка вищої освіти ступеня магістра спеціальності В 11 Філологія, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, <https://orcid.org/0000-0002-5116-0448>

Франко Людмила Сергіївна здобувачка вищої освіти ступеня магістра спеціальності 035 Філологія, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, <https://orcid.org/0000-0002-0597-1960>

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ: ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація. У статті здійснено комплексний лексико-граматичний аналіз особливостей перекладу економічної термінології з германських мов (англійської та німецької) українською. Доведено, що адекватний переклад економічних текстів виходить за межі лексичної еквівалентності й передбачає глибоке розуміння граматичних і стилістичних закономірностей, які формують професійний дискурс мов оригіналу. Лексичний рівень охоплює проблематику полісемії, перекладу неологізмів і явища міжмовної омонімії, відомого як «хибні друзі перекладача». Показано, що полісемія термінів, як-от *market*, створює необхідність контекстуального аналізу, а поява неологізмів на зразок *fintech* чи *blockchain* відображає глобалізаційний характер економічної комунікації, що зумовлює застосування стратегій запозичення, калькування або описового перекладу.



Граматичний аспект аналізу розкриває принципові відмінності між аналітичною англійською моделлю, яка тяжіє до пасивних конструкцій для створення об'єктивованого стилю викладу, та синтетичною німецькою, що характеризується активним уживанням номіналізації й композитотворення. Виявлено, що українська мова, яка надає перевагу активним конструкціям, потребує системних граматичних трансформацій – зокрема заміни пасиву на актив, введення неозначено-особових форм або використання дієслів на *-но*, *-то* – для досягнення природності перекладу. У випадку німецької мови перекладачеві доводиться здійснювати зворотні процеси – «розгортати» номіналізовані структури або декомпонувати складні композити для збереження динамічності й зрозумілості українського тексту.

Дослідження доводить, що перекладач економічних текстів виступає не лише мовним посередником, а й аналітиком когнітивних структур, закладених у дискурсивні моделі різних культур. Переклад у цьому контексті є процесом інтерпретації та реконструювання змісту, де лексичні, граматичні та прагматичні елементи взаємодіють у межах єдиної когнітивної системи. Такий підхід дозволяє досягти не просто смислової адекватності, а справжньої комунікативної рівноваги між оригіналом і перекладом, що забезпечує інтеграцію української економічної терміно-системи у глобальний фаховий простір.

Ключові слова: економічна термінологія, лексико-граматичний аспект, перекладацькі трансформації, пасивний стан, номіналізація, композитотворення, корпоративна соціальна відповідальність, англійська мова, німецька мова.

Kobzar Olena Doctor of Philological Sciences, Professor, Professor at the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, <https://orcid.org/0000-0002-5975-4312>

Yezhelyi Yurii 2nd year student of the Master's degree programme B11 Philology, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, <https://orcid.org/0009-0001-8629-1448>

Pedchenko Nataliia Doctor of Economics, Professor, 1st year student of the Master's degree programme B11 Philology, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, <https://orcid.org/0000-0001-5093-2453>

Hasii Olena candidate of economic sciences, associate professor, 1st year student of the Master's degree programme B11 Philology, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, <https://orcid.org/0000-0002-5116-0448>



Franko Liudmyla candidate of economic sciences, 2nd year student of the Master's degree programme B11 Philology, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, <https://orcid.org/0000-0002-0597-1960>

SPECIFIC FEATURES OF ECONOMIC TERMINOLOGY TRANSLATION: LEXICAL-GRAMMATICAL ASPECT

Abstract. The article presents a comprehensive lexical and grammatical analysis of the peculiarities of translating economic terminology from Germanic languages (English and German) into Ukrainian. It is proven that an adequate translation of economic texts goes beyond lexical equivalence and requires a deep understanding of the grammatical and stylistic patterns shaping the professional discourse of the source languages.

The lexical level covers issues of polysemy, the translation of neologisms, and the phenomenon of interlingual homonymy known as “false friends of the translator.”

It is shown that the polysemy of terms such as market necessitates contextual analysis, while the emergence of neologisms like fintech or blockchain reflects the globalized nature of economic communication, which determines the use of borrowing, calquing, or descriptive translation strategies.

The grammatical aspect of the analysis reveals fundamental differences between the analytical English model, which tends to favor passive constructions to achieve an objective style of presentation, and the synthetic German model, characterized by extensive use of nominalization and compound formation. It has been found that the Ukrainian language, which generally prefers active constructions, requires systematic grammatical transformations – particularly the replacement of passive voice with active, the introduction of indefinite-personal forms, or the use of verbs ending in -no, -to – to ensure the naturalness of translation. In the case of German, translators often need to perform reverse processes – to «unfold» nominalized structures or decompose complex compounds in order to preserve the dynamism and clarity of the Ukrainian text.

The study demonstrates that a translator of economic texts acts not only as a linguistic mediator but also as an analyst of cognitive structures embedded in the discursive models of different cultures. In this context, translation is viewed as a process of interpreting and reconstructing meaning, where lexical, grammatical, and pragmatic elements interact within a unified cognitive system. Such an approach allows achieving not merely semantic adequacy but a genuine communicative balance between the original and the translation, thereby facilitating the integration of the Ukrainian economic terminology system into the global professional discourse.



Keywords: economic terminology, lexico-grammatical aspect, translation transformations, passive voice, nominalization, compounding, corporate social responsibility, English language, German language.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення глобалізаційних процесів та інтеграції України у світовий економічний простір, переклад текстів економічної тематики набуває виняткової ваги. Він є не лише інструментом міжмовної комунікації, а й ключовим механізмом трансферу знань, технологій та бізнес-практик. Від точності та адекватності перекладу фінансових звітів, маркетингових досліджень, юридичних угод та наукових праць залежить успішність міжнародної співпраці, інвестиційна привабливість та конкурентоспроможність національної економіки. Цей процес є складним актом міжкультурної та міждискурсивної медіації, що виходить далеко за рамки простого пошуку лексичних відповідників.

Основна проблема, що розглядається в даному дослідженні, полягає у зростаючій розбіжності між високим попитом на якісний економічний переклад та недостатньою увагою науковців до *порівняльного граматичного аналізу* ключових мов-джерел, якими для України є англійська та німецька. Якщо лексико-семантичні аспекти перекладу економічної термінології є предметом численних досліджень, то синтаксичні та стилістичні норми, що формують специфіку економічного дискурсу, часто залишаються поза увагою. Це призводить до появи перекладів, які, будучи лексично коректними, є граматично та стилістично неприродними для української мови, що знижує їхню комунікативну ефективність та ускладнює сприйняття фахівцями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасне перекладознавство приділяє значну увагу проблемам відтворення економічної термінології в міжмовній комунікації. Н. Демченко та Н. Береговенко досліджують процеси появи англomовних неологізмів у сучасному економічному дискурсі, наголошуючи на труднощах їх перекладу українською мовою [1]. Т. Ускова й Н. Карабітська підкреслюють важливість контекстуального підходу до багатозначних економічних термінів, доводячи, що полісемія є не випадковою, а закономірною характеристикою терміносистеми [2]. О. Гордій і Г. Сокол розглядають проблему «хибних друзів перекладача» у германських мовах, звертаючи увагу на необхідність семантичного розмежування близьких за формою, але різних за змістом економічних одиниць [3].

Граматичні аспекти перекладу економічних текстів залишаються менш розробленими, хоча в окремих працях простежується спроба систематизувати характерні граматичні трансформації. О. Зубач і



А. Трушковська аналізує лексико-граматичні зміни під час перекладу з англійської та німецької мов, наголошуючи на важливості граматичної адаптації для досягнення природності українського тексту [4]. І. Белло досліджує функцію номіналізації у науковому дискурсі, що має безпосереднє значення для перекладу термінології, пов'язаної з аналітичними структурами [5]. Додаткові спостереження щодо композитотворення в німецькій мові й принципів утворення економічних термінів висвітлено у працях М. Кузів і Т. Паничок [6], а також у джерелах, що аналізують розвиток сучасної німецької лексики [7, 8, 9].

Окрему увагу в наукових публікаціях приділено культурним і когнітивним чинникам, які впливають на інтерпретацію економічних понять у процесі перекладу. Дослідження підкреслюють, що семантика термінів, як-от *sustainability* або *Nachhaltigkeit*, формується під впливом культурно-історичних контекстів, що зумовлює розбіжності в їх змістовому наповненні [10, 11]. Таким чином, попередні роботи створили міцну основу для аналізу лексичних і когнітивних аспектів перекладу економічної термінології, однак порівняльні граматичні моделі перекладу англійських і німецькомовних текстів досі потребують системного дослідження.

Мета статті – здійснити порівняльний лексико-граматичний аналіз англійської та німецької економічної термінології та дискурсивних структур з метою виявлення системних викликів та формулювання ефективних стратегій їх перекладу українською мовою.

Виклад основного матеріалу. Лексичний рівень є першим і найбільш очевидним полем перекладацьких труднощів. Економічна сфера, що динамічно розвивається, постійно генерує нові поняття та переосмислює існуючі, що створює для перекладача низку викликів, які вимагають не лише досконалого володіння мовами, а й глибокого розуміння предметної галузі.

Однією з фундаментальних характеристик економічної термінології є полісемія, тобто багатозначність. Всупереч ідеалістичному уявленню про термін як однозначну одиницю, реальна практика свідчить, що більшість ключових економічних понять є полісемантичними [2]. Це не недолік терміносистеми, а радше засіб мовної економії та відображення складності самих економічних явищ. Наприклад, англійський термін *market* залежно від контексту може перекладатися українською як *ринок* (у значенні інституції), *збут* (у значенні процесу реалізації), *попит* або *кон'юнктура*. Так, у словосполученні *emerging market* йдеться про *ринок, що розвивається*, у фразі *to enter a market* – про *вихід на ринок збуту*, а в конструкції *the market for luxury goods is shrinking* – про *попит на предмети розкоші*.



Це означає, що досягнення еквівалентності у перекладі є результатом не механічного пошуку відповідника у словнику, а ретельного контекстуального аналізу. Перекладач має враховувати як мікроконтекст (найближче оточення слова в реченні), так і макроконтекст (галузь економіки, тип документа, цільова аудиторія), щоб зробити правильний вибір.

Економіка є однією з найбільш продуктивних сфер творення неологізмів, що відображає стрімкий розвиток технологій, фінансових інструментів та управлінських підходів [1]. Переклад лексичних інновацій є своєрідним індикатором глобалізаційних процесів. Для їх відтворення перекладачі використовують кілька основних стратегій.

Запозичення (шляхом транскрипції або транслітерації) застосовується для термінів, що позначають нові, глобально стандартизовані явища, для яких відсутні відповідники в українській мові. Це, зокрема, стосується лексики зі сфери інформаційних технологій та венчурного бізнесу: *startup* (стартап), *blockchain* (блокчейн), *fintech* (фінтех). Пряме запозичення відображає домінуючу роль англійської мови як джерела економічних інновацій та сигналізує про швидку, не опосередковану адаптацію відповідних концептів в українському бізнес-середовищі.

Калькування (*loan translation*) – це спосіб перекладу, за якого складові частини слова або словосполучення мови оригіналу замінюються їхніми прямими відповідниками у мові перекладу [12]. Ця стратегія є поширеною, коли концепт є зрозумілим для цільової культури, а мова перекладу має необхідні словотвірні ресурси. Класичними прикладами є *skyscraper* → *хмарочос* або *worldview* → *світогляд* [13]. В економічній термінології цей прийом застосовується до таких понять, як *value chain* → *ланцюг вартості* [2] або *money laundering* → *відмивання грошей*.

Описовий переклад стає необхідним, коли поняття є настільки новим або культурно специфічним, що в мові перекладу відсутній лаконічний еквівалент [14]. У такому разі перекладач вдається до розгорнутого пояснення суті явища. Наприклад, англійський термін *due diligence* на початкових етапах його входження в український дискурс часто перекладався описово як *процедура всебічної перевірки об'єкта інвестування*, перш ніж закріпився більш лаконічний варіант *належна перевірка* [2].

Вибір між цими стратегіями не є довільним. Він може слугувати діагностичним інструментом для оцінки ступеня культурно-економічної конвергенції. Переважання прямого запозичення свідчить про високий ступінь інтеграції у глобальний контекст. Активне використання калькування вказує на те, що мова має внутрішні ресурси для осмислення та асиміляції нових концептів. Часте вдавання до описового перекладу,



навпаки, сигналізує про значну концептуальну дистанцію між культурами [2]. Аналіз динаміки цих стратегій у часі може показати, як швидко український економічний простір зближується з глобальним, переважно англомовним, стандартом.

Особливу небезпеку для перекладача становлять так звані «хибні друзі» – слова, що мають схожу форму в різних мовах, але відмінне значення. Це явище, зумовлене спільним етимологічним корінням або випадковими збігами, є поширеним у германських мовах [3].

Між англійською та українською мовами класичними прикладами є *actual* (фактичний, реальний), яке часто помилково перекладають як *актуальний* (правильний переклад – *relevant, current*), або *magazine* (журнал), а не *магазин* (*shop, store*) [15]. В економічному контексті небезпечним є слово *prospect*, що означає *перспектива* або *потенційний клієнт*, а не *проспект* (документ або широка вулиця).

Порівняльний аналіз з німецькою мовою виявляє ще більше подібних пасток. Наприклад, німецьке *die Provision* означає *комісійна винагорода*, тоді як українське слово *провізія* стосується продуктів харчування. Критично важливим для фінансового перекладу є розрізнення числівників: англійське *billion* – це *мільярд*, тоді як німецьке *die Billion* – це *трильйон* [16]. Помилка в перекладі такого терміна може мати катастрофічні фінансові наслідки. Ці приклади підкреслюють необхідність постійної пильності та критичного ставлення до слів, що здаються знайомими.

Якщо лексичні проблеми є помітними на поверхні тексту, то граматичні відмінності лежать у його глибинній структурі. Вони відображають різні способи організації думки та конструювання аргументації, притаманні різним лінгвокультурам. Контрастивний аналіз англійського та німецького економічних дискурсів виявляє фундаментальну опозицію між аналітичним та синтетичним підходами до викладу інформації.

Характерною рисою англомовних економічних та наукових текстів є висока частотність вживання пасивного стану (*Passive Voice*). Це не граматична випадковість, а свідомий стилістичний прийом, що виконує прагматичну функцію об'єктивізації та створення безособового, авторитетного тону. Конструкції на кшталт *The decision was made to increase investment* («Було ухвалено рішення збільшити інвестиції») або *The results will be published in the next report* («Результати будуть опубліковані в наступному звіті») дозволяють змістити фокус з виконавця дії (агента) на саму дію або її результат. Агент або взагалі не згадується, або виноситься в кінець речення у вигляді додатка з прийменником *by*, що зменшує його значущість.



Для української мови, яка тяжіє до активних конструкцій, дослівний переклад англійського пасиву часто звучить громіздко та неприродно. Тому адекватний переклад вимагає застосування граматичних трансформацій [17]. Найбільш поширеними є:

1. Заміна пасивної конструкції на активну з неозначено-особовим підметом. Замість *The contract was signed* природніше звучить *Контракт підписали*.

2. Заміна пасивної конструкції на активну з введенням логічного суб'єкта, якщо він відомий з контексту. *The new policy was implemented by the management* → *Керівництво запровадило нову політику*.

3. Використання безособових дієслів на -но, -то. *It was noted that...* → *Було зазначено, що...*

Вибір конкретної трансформації залежить від контексту та стилістичних завдань. Головне завдання перекладача – зберегти об'єктивний тон оригіналу, але передати його засобами, органічними для української мови [4].

На противагу аналітичному стилю англійської мови, німецький економічний дискурс демонструє яскраво виражені синтетичні риси. Це проявляється у двох ключових явищах: номіналізації та композитотворенні.

Номіналізація – це процес утворення іменників від дієслів або прикметників, наприклад, *durchführen* (виконувати) → *die Durchführung* (виконання), *untersuchen* (досліджувати) → *die Untersuchung* (дослідження) [8]. У німецьких фахових текстах цей прийом використовується надзвичайно активно. Він дозволяє «згорнути» ціле речення або підрядну частину в один іменник, що робить текст більш щільним, абстрактним та концептуально насиченим [5]. Наприклад, речення *Als wir das Projekt durchführten, stießen wir auf Probleme* («Коли ми виконували проєкт, ми зіткнулися з проблемами») може бути трансформоване в *Bei der Durchführung des Projekts stießen wir auf Probleme* («При виконанні проєкту...»). Переклад таких номіналізованих конструкцій українською мовою часто вимагає зворотної трансформації – «розгортання» іменника назад у дієслівну конструкцію або підрядне речення для збереження ясності та динамічності викладу [4]. Дослівний переклад може призвести до надмірного нагромадження віддієслівних іменників, що нехарактерно для українського наукового стилю.

Композитотворення, або словоскладання, є ще однією візитівкою німецької мови. Економічна термінологія рясніє багатокomпонентними іменниками-композирами, які поєднують кілька коренів в одне слово: *Bruttoinlandsprodukt* (валовий внутрішній продукт), *Kapitalmarkt* (ринок капіталу) [7], *Wettbewerbsfähigkeitssteigerung* (підвищення конкурентоспро-



можності) [6]. Такі слова є надзвичайно інформативними, але їх переклад вимагає від перекладача вміння правильно визначити головний компонент (зазвичай останній) та семантичні зв'язки між частинами [9]. Українською мовою вони, як правило, передаються словосполученнями, що складаються з прикметника та іменника (*економічне зростання*), двох іменників (один у називному, інший у родовому відмінку – *зростання економіки*) або іменника з прийменниковою конструкцією.

Ці граматичні відмінності є не просто поверхневими стилістичними уподобаннями. Вони відображають глибинні розбіжності у когнітивних підходах до структурування реальності. Англomовний аналітичний синтаксис представляє економічні події як послідовність дій та зв'язків між окремими суб'єктами (*The assets were acquired by the company*). Це процес-орієнтований підхід. Німецький синтетичний стиль, навпаки, «пакує» цілі процеси та відношення в єдину концептуальну одиницю (*die Unternehmensübernahme* – придбання компанії). Це концепт-орієнтований, холістичний підхід. Завдання перекладача, таким чином, стає когнітивним: він має деконструювати німецький концептуальний «пакунок» у процесуальну послідовність, зрозумілу для українського читача, або, навпаки, структурувати англійську аналітичну конструкцію у спосіб, що відповідає вимогам цільового тексту. Це доводить, що граматичний переклад – це фундаментально процес перекодування когнітивних моделей, що є значно складнішим завданням, ніж проста синтаксична заміна.

Для ілюстрації взаємозв'язку лексичних, граматичних та культурних аспектів перекладу розглянемо термінологію, пов'язану з концептом корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Цей концепт, що виник у західній бізнес-філософії, активно впроваджується в українську практику, тому переклад його ключових понять є не лише лінгвістичним, а й культурним трансфером [18]. Порівняльний аналіз базової термінології КСВ в англійській, німецькій та українській мовах виявляє цікаві розбіжності, що виходять за межі простої еквівалентності.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз ключової термінології КСВ

Англійський термін	Німецький термін	Український відповідник(и)	Примітки та стратегії перекладу
Corporate Social Responsibility (CSR)	Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung	Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)	Калькування. Український термін є прямою калькою з англійської, що відображає міжнародний характер концепту. Німецький відповідник є більш описовим («суспільна відповідальність підприємців»).



Англійський термін	Німецький термін	Український відповідник(и)	Примітки та стратегії перекладу
Stakeholder	Anspruchsgruppe	Стейкхолдер; Зацікавлена сторона	Запозичення та калькування. Стейкхолдер – пряме запозичення. Зацікавлена сторона – калька. Німецький термін <i>Anspruchsgruppe</i> («група, що має претензію/право») несе сильніший юридичний відтінок, який може бути втрачений при прямому перекладі
Sustainability	Nachhaltigkeit	Сталий розвиток	Калькування. Сталий розвиток є калькою міжнародного терміна <i>sustainable development</i> . Німецьке слово <i>Nachhaltigkeit</i> має глибоке історичне коріння (походить з лісівництва XVIII ст.) і несе культурну конотацію дбайливого, довгострокового господарювання, що вимагає контекстуальної адаптації для повного відтворення
Corporate Citizenship	Corporate Citizenship	Корпоративне громадянство	Запозичення / Калькування. І німецька, і українська мови переважно запозичують або калькують цей термін. Він підкреслює роль компанії як члена суспільства, що вимагає ретельної контекстуалізації у різних правових та соціальних системах

Джерело: [10, 11, 19, 20, 21, 22]

Аналіз цієї термінології підтверджує центральну тезу дослідження. Навіть у випадку з інтернаціональними поняттями, як-от КСВ, переклад не є механічним процесом. Термін *stakeholder* в англomовному світі має дуже широке значення, охоплюючи будь-яку особу чи групу, на яку впливає діяльність компанії. Німецький еквівалент *Anspruchsgruppe* є вужчим і підкреслює наявність у цієї групи певної легітимної *претензії* або *вимоги* (*Anspruch*) до компанії [10]. Українські перекладачі стоять перед вибором: використовувати англіцизм *стейкхолдер*, що зберігає широту поняття, але може бути незрозумілим для частини аудиторії, або вдаватися до кальки *зацікавлена сторона*, яка є більш прозорою, але може не передавати всієї повноти значення.



Ще яскравішим є приклад пари *sustainability* та *Nachhaltigkeit*. Англійський термін є відносно сучасним і пов'язаний з глобальним дискурсом про екологію та розвиток. Німецьке слово *Nachhaltigkeit*, як зазначалося, має значно глибшу культурну історію, пов'язану з ідеєю раціонального використання природних ресурсів, щоб їх вистачило майбутнім поколінням [11]. Перекладач, який просто ставить знак рівності між цими двома словами, ігнорує цей важливий культурний фон, що може призвести до збіднення змісту, особливо в текстах, де апеляція до традиції є важливою.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити низку узагальнюючих висновків щодо особливостей перекладу економічної термінології з лексико-граматичного погляду.

1. Адекватний переклад економічних текстів є комплексним завданням, що вимагає від фахівця не лише володіння термінологією, а й глибокого розуміння граматичних та стилістичних особливостей мови оригіналу та мови перекладу. Лексична точність без граматичної та стилістичної природності не забезпечує повноцінної комунікативної ефективності перекладеного тексту.

2. Граматичні структури економічного дискурсу не є універсальними. Виявлено фундаментальний контраст між аналітичним стилем англійської мови, де для створення об'єктивного тону широко використовується пасивний стан, та синтетичним стилем німецької мови, що характеризується домінуванням номіналізації та композитотворення для досягнення концептуальної щільності. Ця розбіжність вимагає від перекладача володіння різними наборами синтаксичних трансформацій для створення адекватних українських текстів.

3. Лексико-семантичні виклики, такі як полісемія, неологізми та «хибні друзі перекладача», вимагають постійного контекстуального аналізу та критичного мислення. Вибір перекладацької стратегії для відтворення неологізмів (запозичення, калькування, описовий переклад) може слугувати індикатором ступеня концептуальної близькості між лінгвокультурами.

4. Аналіз перекладу термінології корпоративної соціальної відповідальності підтвердив, що навіть інтернаціональні поняття можуть мати значні культурно-специфічні конотації (як у випадку з *sustainability* та *Nachhaltigkeit*). Ігнорування цих нюансів призводить до семантичних втрат та збіднення змісту.

Отже, професійний перекладач у сфері економіки виступає як медіатор між різними професійно-дискурсивними традиціями. Його завдання – не просто замінити слова та граматичні конструкції однієї мови на іншу, а реконструювати зміст, стиль та прагматичну спрямованість



оригіналу засобами, що є органічними та ефективними в комунікативному просторі цільової культури.

Література:

1. Демченко Н., Береговенко Н. Англомовні неологізми у сучасному економічному дискурсі // *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. Вип. 16. С. 25–32.
2. Ускова Т., Карабітська Н. Труднощі еквівалентного перекладу термінології сучасної англійської мови // *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2024. Вип. 79. Том 2. С. 218–223.
3. Гордій О. М., Сокол Г. Р. Фальшиві друзі перекладача: дослідження міжмовної омонімії у мовній парі «німецька-англійська» // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2024. Вип. 69, т. 1 : т. 1. С. 183–186.
4. Зубач О. А., Трушковська А. Д. Лексичні та граматичні трансформації в процесі перекладу на матеріалі мовної пари англійська-німецька // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2024. Вип. 66. С. 229–233.
5. Bello I. Cognitive Implications of Nominalizations in the Advancement of Scientific Discourse. *International Journal of English Studies*. 2016. № 16 (2). PP. 1–23.
6. Kusiw M. Z., Panytschok T. Ya. Deutsche wirtschaftsterminologie: struktur-semantische besonderheiten. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 126–129.
7. Economic Terms In German: Vocabulary, Usage. StudySmarter, URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/german/german-vocabulary/economic-terms-in-german> (дата звернення: 01.11.2025 р.).
8. Nominalisation German: Rules & Examples. Vaia, URL: <https://www.vaia.com/en-us/explanations/german/german-grammar/nominalisation-german> (01.11.2025 р.).
9. The Best Way to Learn German Compound Nouns. Superprof. URL: <https://www.superprof.com.au/blog/german-lessons-in-nouns> (дата звернення: 01.11.2025 р.).
10. Krause F., Clasen E., Haunschild A. Ridder H.-G., Meyer R. Nachhaltigkeit durch Mitbestimmung. Hans-Böckler Stiftung. URL: https://www.boeckler.de/fpdf/HBS-007995/p_study_hbs_452.pdf (дата звернення: 01.11.2025 р.).
11. Nachhaltigkeit und Unternehmens- verantwortung Gemeinsame Pflichten und neue Herausforderungen. Pwc.at. URL: <https://www.pwc.at/de/publikationen/aufsichtsrat/nachhaltigkeit-und-unternehmensverantwortung.pdf> (дата звернення: 01.11.2025 р.).
12. The Cambridge Handbook of Linguistic Code-Switching / Barbara E. Bullock & Almeida Jacqueline Toribio. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press. 2009. 422 pp.
13. What Is a Calque in Translation & Linguistics? URL: <https://translinguist.com/blog/calque-in-translation-linguistics> (дата звернення: 01.11.2025 р.).
14. Циганюк В. М. Особливості перекладу англійських економічних текстів українською мовою // *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Вип. 16. С. 208–213.
15. Пескова В. Фальшиві друзі перекладача: Як уникнути поширених пасток в англійській мові. URL: <https://justschool.me/uk/blog/falshyvi-druzi-perekladacha-yak-unyknyty-poshyrenyh-pastok-v-anglijskij-movi> (дата звернення: 01.11.2025 р.).
16. Ліннік Л. Хибні друзі перекладача в перекладі економічних текстів. URL: <https://profpereklad.ua/lozhnye-druzja-perevodchika-v-perevode-jekonomicheskikh-tekstov> (дата звернення: 01.11.2025 р.).



17. Sim Monica A. Voice Problems In Translations Of Romanian And English Economic Texts, *Annals of Faculty of Economics*, University of Oradea, Faculty of Economics, 2011, vol. 1(1), PP. 153–159.

18. Tkal Y., Yarmak T., Martynova L., Yurchyk I. and Andrusenko N. Corporate Social Responsibility in Ukraine as a Tool for Sustainable Development. *Grassroots Journal of Natural Resources*, 2025, № 8(1). PP. 566–582.

19. Єжелій Ю., Тягунова З. Етичні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: теорія зацікавлених сторін, соціальний контракт та інші релевантні теорії // *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2025. № 2(16), С. 104–117.

20. Федорова Х. Що таке корпоративна соціальна відповідальність та навіщо вона бізнесу? URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu> (дата звернення: 01.11.2025 р.).

21. Beteiligung von Anspruchsgruppen. Deutscher Nachhaltigkeitskodex. URL: <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de/bericht-erstellen/bericht-nach-dem-bisherigem-dnk-standard/berichtsinhalte/beteiligung-von-anspruchsgruppen> (дата звернення: 01.11.2025 р.).

22. Honcharenko O., Neskorozhena L., Iefremova I., Lomakina I. & Malyshko I. Development of the Concept of Corporate Social Responsibility: Practice in Ukraine. *Comparative Law Review*, 2022. T. 28, PP. 36-392.

References:

1. Demchenko, N., & Berehovenko, N. (2022). Anglomovni neolohizmy u suchasnomu ekonomichnomu dyskursi [English neologisms in modern economic discourse]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii – Current Issues of Foreign Philology*, 16, 25–32. [in Ukrainian].

2. Uskova, T., & Karabitskova, N. (2024). Trudnoshchi ekvivalentnoho perekladu terminolohii suchasnoi anhliiskoi movy [Difficulties of equivalent translation of modern English terminology]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Current Issues of the Humanities*, 79(2), 218–223. [in Ukrainian].

3. Hordii, O. M., & Sokol, H. R. (2024). Falshyvi druzi perekladacha: doslidzhennia mizhmovnoi omonimii u movnii pari "nimetska–anhliiska" [False friends of the translator: a study of interlingual homonymy in the German–English language pair]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Philology Series*, 69(1), 183–186. [in Ukrainian].

4. Zubach, O. A., & Trushkovska, A. D. (2024). Leksychni ta hramatychni transformatsii v protsesi perekladu na materiali movnoi pary anhliiska–nimetska [Lexical and grammatical transformations in translation based on the English–German language pair]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Philology Series*, 66, 229–233. [in Ukrainian].

5. Bello, I. (2016). Cognitive implications of nominalizations in the advancement of scientific discourse. *International Journal of English Studies*, 16(2), 1–23.

6. Kusiw, M. Z., & Panytschok, T. Ya. (2023). Deutsche wirtschaftsterminologie: struktur-semantische besonderheiten [German economic terminology: structural-semantic features]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia": serii "Filolohiia" – Scientific Notes of the National University "Ostroh Academy": Philology Series*, 17(85), 126–129. [in Ukrainian].



7. Economic Terms In German: Vocabulary, Usage. (n.d.). StudySmarter. Retrieved from <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/german/german-vocabulary/economic-terms-in-german>
8. Nominalisation German: Rules & Examples. (n.d.). Vaia. Retrieved from <https://www.vaia.com/en-us/explanations/german/german-grammar/nominalisation-german>
9. The Best Way to Learn German Compound Nouns. (n.d.). Superprof. Retrieved from <https://www.superprof.com.au/blog/german-lessons-in-nouns>
10. Krause, F., Clasen, E., Haunschild, A., Ridder, H.-G., & Meyer, R. (n.d.). Nachhaltigkeit durch Mitbestimmung [Sustainability through co-determination]. Hans-Böckler Stiftung. Retrieved from https://www.boeckler.de/fpdf/HBS-007995/p_study_hbs_452.pdf [in German].
11. Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung: Gemeinsame Pflichten und neue Herausforderungen [Sustainability and corporate responsibility: shared duties and new challenges]. (n.d.). PwC Austria. Retrieved from <https://www.pwc.at/de/publikationen/aufsichtsrat/nachhaltigkeit-und-unternehmensverantwortung.pdf> [in German].
12. Bullock, B. E., & Toribio, A. J. (2009). *The Cambridge Handbook of Linguistic Code-Switching*. Cambridge: Cambridge University Press.
13. What Is a Calque in Translation & Linguistics? (n.d.). Translinguist. Retrieved from <https://translinguist.com/blog/calque-in-translation-linguistics>
14. Tsyhaniuk, V. M. (2021). Osoblyvosti perekladu anhliiskyykh ekonomichnykh tekstiv ukrainskoiu movoiu [Features of translating English economic texts into Ukrainian]. *Zakarpatski filolohichni studii – Transcarpathian Philological Studies*, 16, 208–213. [in Ukrainian].
15. Pieskova, V. (n.d.). Falshyvi druzi perekladacha: yak unyknyty poshyrenykh pastok v anhliiskii movi [False friends of the translator: how to avoid common traps in English]. JustSchool. Retrieved from <https://justschool.me/uk/blog/falshyvi-druzi-perekladacha-yak-ynyknuty-poshyrenyh-pastok-v-angliiskij-movi> [in Ukrainian].
16. Linnik, L. (n.d.). Khybni druzi perekladacha v perekladi ekonomichnykh tekstiv [False friends of the translator in translation of economic texts]. ProfPereklad. Retrieved from <https://profpereklad.ua/lozhnye-druzja-perevodchika-v-perevode-jekonomicheskikh-tekstov> [in Ukrainian].
17. Sim, M. A. (2011). Voice problems in translations of Romanian and English economic texts. *Annals of Faculty of Economics, University of Oradea*, 1(1), 153–159.
18. Tkal, Y., Yarmak, T., Martynova, L., Yurchyk, I., & Andrusenko, N. (2025). Corporate social responsibility in Ukraine as a tool for sustainable development. *Grassroots Journal of Natural Resources*, 8(1), 566–582.
19. Yezhelyi, Yu., & Tiahunova, Z. (2025). Etychni aspekty upravlinnia korporativnoiu sotsialnoiu vidpovidalnistiu: teoriia za tsikavlenykh storin, sotsialnyi kontrakt ta inshi relevantni teorii [Ethical aspects of corporate social responsibility management: stakeholder theory, social contract and other relevant theories]. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii – European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations*, 2(16), 104–117. [in Ukrainian].
20. Fedorova, Kh. (n.d.). Shcho take korporativna sotsialna vidpovidalnist ta navishcho vona biznesu? [What is corporate social responsibility and why does business need it?]. Kyivstar Hub. Retrieved from <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu> [in Ukrainian].



21. Beteiligung von Anspruchsgruppen [Stakeholder involvement]. (n.d.). Deutscher Nachhaltigkeitskodex. Retrieved from <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de/bericht-erstellen/bericht-nach-dem-bisherigem-dnk-standard/berichtsinhalte/beteiligung-von-anspruchsgruppen> [in German].

22. Honcharenko, O., Neskorozhena, L., Iefremova, I., Lomakina, I., & Malyshko, I. (2022). Development of the concept of corporate social responsibility: Practice in Ukraine. *Comparative Law Review*, 28, 36–392.