*Шифр «ВОГНЯНА ЗОРЯ»*

***Економічний дискурс у розрізі сучасних медіа***

**ЗМІСТ**

[ВСТУП 3](#_Toc534311900)

[РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ 5](#_Toc534311901)

[1.1 Поняття дискурсу у сучасній лінгвістиці 5](#_Toc534311902)

[1.1.1 Поняття економічного дискурсу 7](#_Toc534311903)

[1.1.2 Особливості економічного дискурсу 9](#_Toc534311904)

[1.2. Економічні тексти via мас-медіа 10](#_Toc534311905)

[РОЗДІЛ 2. ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ 12](#_Toc534311906)

[2.1. Лексичні перекладацькі особливості 12](#_Toc534311907)

[2.1.1 Переклад економічних термінів та спеціальної лексики 13](#_Toc534311908)

[2.1.2 Переклад загальновживаної лексики 14](#_Toc534311909)

[2.1.3 Переклад абревіатур та назв організацій 16](#_Toc534311910)

[2.2. Стилістичний потенціал економічного дискурсу 18](#_Toc534311911)

[2.3.1. Перекладацькі трансформації з фразеологізмами 19](#_Toc534311912)

[2.3. 2. Переклад метафоричних моделей 21](#_Toc534311913)

[ВИСНОВКИ 24](#_Toc534311914)

[СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ 26](#_Toc534311915)

# **ВСТУП**

Економіка виступає однією з найважливіших складових цивілізованого світу. Дана закономірність спонукає до стрімкого розвитку економічного дискурсу в усіх існуючих медіа ресурсах. Раніше інформація отримувалась через журнали, газети та довідники, проте зараз ті ж самі формати перейшли на сторінки Інтернет-простору. Для привернення уваги читачів до складних економічних рубрик, журналісти мас-медіа, при написанні текстів, звертаються до застосування найрізноманітніших прийомів.

Запропонована тематика неодноразово виступала об’єктом наукових досліджень. В історії лінгвістичних студій особливо помітними є праці Н.Е.Агаркової, К. І. Алексєєва, Н. Д. Арутюнової, Е. Г. Беззатєєвої, М.І.Голянича, А. О. Лютої, Н. І. Маругиної, М. О. Нікітиної, Л.Г.Просвирниної, Т.В.Терещенко, А. Ю. Кланщакової, Н. Алоуска, Д. Арома, С. Гнуцманна, М.Джонсона, Ф. Монтанарі, Є. Музану, Г. Лакоффа та Дж. Чартеріс-Блека.

 **Актуальність** дослідження полягає у зростаючій ролі економічної складової життя людей, а, як наслідок, у потребі вивчення та аналізу економічного дискурсу, зокрема на прикладах англо- та україномовних медіа.

 **Об’єктом дослідження** виступає економічний дискурсу середовищі сучасних засобів масової інформації.

 **Предметом** вивчення є перекладацькі, лексико-граматичні та стилістичні характеристики економічних текстах у розрізі сучасних ЗМІ.

 **Матеріалом** дослідження слугували такі журнали як *KyivPost, The Guardian, The New York Times* та *BBC News* за 2018 рік. Ілюстративний матеріал обирався з економічних рубрик наведених засобів масової інформації.

 У якості **мети** було обрано дослідження ролі лексичних, граматичних та стилістичних особливостей економічних статей, а також безпосереднє визначення їхньої міри сприйняття та сили впливу на реципієнта.

 **Завдання** дослідження полягає у визначенні наступних пунктів:

* розкриття поняття дискурсу в сучасній лінгвістичній науці;
* з’ясування особливостей економічного дискурсу;
* обґрунтування вагомості економічних текстів в ЗМІ;
* аналіз місця та ролі перекладацьких лінгвістичних засобів реалізації функції економічного дискурсу;
* розкриття стилістичного потенціалу економічного дискурсу.

**Методами дослідження**, які використовувалися при виконанні вищезазначених завдань, були: а) загальнонаукові методи – спостереження, аналіз, моделювання та описовий метод; б)лінгвістичні методи – дискурс-аналіз, типологічний, структурний та функціональний методи.

 **Практичне значення** роботи полягає у розкритті комунікативної ролі лінгвістичних перекладацьких засобів в сучасному економічному англомовному та україномовному медіа просторі.

**Апробація результатів та публікації**. Результати наукової роботи апробовані у статті на тему *«Особливості функціонування метафоричних моделей в економічному дискурсі мас-медіа»*, що увійшла до фахового наукового журналу *«Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації»* Том 29 (68) №4, 2018 року.

 Наукова робота складається з двох розділів. У першому сконцентрована увага на теоретичних питаннях: з’ясування поняття дискурсу, розгляд характерних рис його економічного різновиду та їхня важливість крізь призму ЗМІ. У другому розділі розглядаються різноманітні лінгвістичні особливості перекладацьких трансформацій та засоби впливу на реципієнта через економічні тексти.

# **РОЗДІЛ 1**.  **ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ**

## 1.1 Поняття дискурсу у сучасній лінгвістиці

Семантичний діапазон терміну «*дискурс*» у лінгвістиці дуже широкий. Його асоціюють з усіма виявами комунікації в суспільстві: у межах окремих каналів таких як слуховий, візуальний, тактильний, та виявом правил спілкування, способів викладу та втілення прагматичної мети мовців [4, с. 153].

Часто поняття дискурсу асоціюють з формами та типами мовлення, способами побудови повідомлення, риторикою, характеристиками певної особи чи групи осіб [4, с.153]. Також дискурс розглядають як функціональний стиль (*науковий, діловий, літературний, писемний, усний, художньо-белетристичний*), як підвид функціонального стилю (*кінодискурс, газетний, судовий, юридичний*), а також як рід художньої літератури *(епос, лірика, драма тощо).*

Дискурс (*від французького “discourse” – «мовлення»*) – це текст в аспектi події, зв’язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними факторами; це мовлення, яке виступає цілеспрямованим соціальним актом, що бере участь у взаємодії людей та їхніх когнітивних процесах [3, с. 136-137].

Підсумовуючи різні трактування дискурсу, М. Л. Макаров виділяє основні координати, за якими визначається дискурс: формальна, функціональна та ситуативна інтерпретації. Формальна інтерпретація – це розуміння дискурсу як утворення вищого за речення рівня. Мова йде про надфразову єдність, складне синтаксичне ціле. Функціональна інтерпретація – це розуміння дискурсу як використання мови в усіх її різновидах. Ситуативна інтерпретація – це врахування психологічно, культурно та соціально значимих умов спілкування [15, с. 190].

У руслі когнітивно-комунікативного тлумачення дискурсу І. С. Шевченко та О. І. Морозова підкреслюють, що це інтегральний феномен, когнітивно-комунікативна діяльність, як сукупність процесу та результату, що включає як екстралінгвальний, так і власне лінгвістичний аспект; в останньому, крім тексту виділяється пресупозиція та контекст *(прагматичний, соціальний, когнітивний)*, які обумовлюють вибір мовних засобів [22, с. 19].

Дискурс звернений до прагматичної ситуації, що визначає комунікативну адекватність та зв’язність дискурсу, його iмплікації та пресупозицiї. «*Фрейми*» (типові ситуації) та «*сценарії*» (акцентування на розвитку ситуації) моделюють контекст дискурсу [12, с. 4]. Дискурс також звернений до ментальних процесів учасників комунікації: соціокультурних, етнографічних та психологічних правил розуміння мовлення в певних умовах, які й визначають ступінь зв’язності мови, співвідношення загального i конкретного, експлiцитного й iмплiцитного в змісті дискурсу.

Сучасний мовознавець Ф. С. Бацевич стверджує, що мовлення (дискурс) і текст – це не тотожні поняття. Текст – це інертний дискурс, позбавлений живих обставин. У дискурсі виявляються паралiнгвістичні засоби, чого не відбувається в тексті. Дискурс є одиницею комунікативного аналізу, в той час, як текст – одиницею лінгвістичного. Дискурс – це одиниця інтерактивна, соціолiнгвальна і трансактивна, а текст – лiнгвальна. Термін «*текст*» можна застосувати до давніх текстів, у яких зв’язки з життям безпосередньо не відтворюються [4, с. 164].

Поняття «*дискурс*» не дорівнює поняттю «*текст*», проте в них є спільні риси, такі як реалізація певних змістових і формальних категорій, що містять підтекстову, концептуальну та змiстово-фактуальну інформацію, можуть бути розглянуті в парадигматичному та синтагматичному планах та мають свою структуру [7, с. 41].

Є два типи досліджень, присвячених дискурсу – це когнітивно-дискурсивні та комунікативно-дискурсивні. Таке протиріччя підходів до дискурсу можна пояснити різницею між семантикою і прагматикою знаку. Семантика дискурсу в такому розумінні може трактуватися як сукупність інтенції та установок у спілкуванні, а прагматика – як спосіб вираження відповідних інтенцій та установок. У такому випадку численні зв’язки дискурсу з іншими явищами, включаючи зв’язки конкретного типу дискурсу з іншими, представляє собою його синтактику (зв’язок одного знаку з іншим), що ще також називається інтертекстуальністю [11, с. 191].

Беручи участь у процесах комунікації, а тим самим створюючи різноманітні типи дискурсів, адресат і адресант одночасно створюють текст. Дискурс і текст пов’язані між собою як процес і його результат.

Зараз є багато типологій дискурсів. Сучасний дискурсолог В.І.Карасик виділяє наступні три типи дискурсу: інституційний *(педагогічний, релігійний, науковий, політичний та медичний),* побутовий та прагмалінгвістичний *(гумористичний та ритуальний)* [12, c. 16].

Отже, з усього вищезазначеного можна зробити висновок, що опис дискурсного підходу для лінгвістичного аналізу як концептуальної установки та методології в дослідженнях економічних текстів ЗМІ вимагає, в першу чергу, розуміння самого номінального значення дискурсу в сучасних гуманітарних науках.

## 1.1.1 Поняття економічного дискурсу

Економічний дискурс – це такий тип дискурсу, в ході розгортання якого здійснюється процес мовлення на основі певних економічних ідей [13, с. 56]. Змістовні аспекти економічного дискурсу актуалізуються такими базовими поняттями як «*товар*», «*гроші*», «*прибуток*», «*ринок*», «*інвестування*», «*економіка*», «*економічна діяльність*».

У нашій роботі економічний дискурс представлений, перш за все, текстами масової комунікації. Даний тип текстів відноситься до газетно-публіцистичного стилю і є пластом економічного дискурсу, що тяжіє до його ядра [13, с. 58].

Посилаючись на модель дискурсу, запропоновану М.О.К. Холлідєєм, можна сказати, що учасники економічного дискурсу – це люди, які можуть бути однаково компетентними і не компетентними, проте зацікавленими в колі обговорюваних економічних проблем. Учасники економічного дискурсу – це не тільки вчені, які займаються дослідженням економіки, сюди входять в першу чергу бізнесмени, керівники підприємств, студенти економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, люди, які цікавляться економічними зведеннями, новинами тощо [23].

Для того, щоб визначити сферу діяльності економічного дискурсу та весь широкий спектр проблем, які розглядаються в рамках економічного дискурсу, необхідно з'ясувати, що становить саме поняття «економіка». З цією метою розглянемо декілька визначень, що стосуються концептів «*ECONOMY*», «*ECONOMICS*» в зарубіжних та вітчизняних словників.

Так, Кембриджський та Оксфордський сучасні словники англійської мови дають наступні визначення:

Economics *– 1) the study of the way in which economies work, for example, the way in which they make money and produce and distribute goods and services; 2) business activities considered from a financial point of view, and whether or not products or services are likely to make a profit* [29].

Economy *– 1) the system of trade and industry by which the wealth of a country is made and used; 2) the intentional saving of money or, less commonly, the saving of time, energy, words, etc. – згідно зі словником Кембриджського університету* [28].

В Оксфордському словнику даються такі значення:

Economics *– the branch of knowledge concerned with the production, consumption, and transfer of wealth* [29].

Economy *– the state of a country or region in terms of the production and consumption of goods and services and the supply of money* [28].

Із даних визначень випливає, що економічні тексти охоплюють великий спектр тематик. Економіка пронизує всі сторони життя сучасної людини, і тому в економічний дискурс входять тексти, які можуть відповідати соціально-економічному, економіко-правовому розрізу, тексти ділового листування, документи, презентації, газетно-журнальні статті на економічні теми тощо [20, с. 185].

Економіка – це не тільки наука, це також особлива сфера суспільного життя, яка виходить за межі наукового знання. Усі нагальні сучасні проблеми: інфляція, безробіття, військові витрати, бюджетні дефіцити, бідність і нерівність, забруднення навколишнього середовища, урядове регулювання бізнесу та інше – сягають своїм корінням в проблему ефективного використання ресурсів, а отже їх також можна віднести до економічних проблем [25, с. 3]

Економіка – це громадська наука про використання економічних ресурсів з метою максимального задоволення необмежених матеріальних потреб суспільства [25, с. 27]. Економіка досліджує проблеми ефективного використання обмежених виробничих ресурсів або управління ними з метою досягнення максимального задоволення матеріальних потреб людини.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що економіка являється нібито конгломератом різноманітних концептів, що охоплюють багато галузей людського життя. Економічний дискурс як об'єкт дослідження вже давно займає передові місця серед досліджень лінгвістичного характеру.

## 1.1.2 Особливості економічного дискурсу

Сучасне розуміння економічного дискурсу дозволило виділити наступні особливості:

* складність та неоднорідність його структури (основні комунікативно-мовні сфери представлені професійною економічною діяльністю, на периферії якої знаходиться непрофесійна економічна діяльність);
* різноманітність учасників комунікації (вчені, фахівці, неспеціалісти);
* різноманіття ситуацій спілкування [8, с. 45].

Наукова та професійна економічна діяльність розрізняються цілями, предметом і умовами протікання, що відображаються на текстотворенні в даних сферах. Інтегральною типологічною ознакою економічного дискурсу є спільність концептів та вербалізація їх термінології [8, с. 45].

До особливостей економічних текстів відносять:

* інформативність тексту та насиченість термінами, їх визначення;
* не завжди стандартна та послідовна манера викладу;
* переважання поєднань, ядром яких служить іменник, особливо різних видів атрибутивних груп;
* широке використання метафор;
* поширеність фразеологічних еквівалентів слова [8, с. 45].

Ці та інші особливості ми розглянемо докладніше з прикладами у другому розділі нашої роботи.

## 1.2. Економічні тексти via мас-медіа

Економічний дискурс як об'єкт вивчення вже давно зайняв своє місце як серед досліджень лінгвістів, так і серед досліджень економістів. О.Ю.Махніцька характеризує економічний дискурс як сукупність всіх мовних актів, які використовуються при описі та характеристиці економічних реалій. Під економічним дискурсом автор розуміє усні та письмові фрагменти тексту і цілі тексти, що відображають економічну практику [16, с. 159]. На думку О. Д. Степанової, економічний дискурс – це інтерактивна взаємодія учасників спілкування в сфері фінансово-кредитних, податкових, комерційних, підприємницьких відносин [19, с. 436].

Дискурс мас-медіа вже давно став моделлю мовного спілкування між різними інститутами. Учасники такої «мови, зануреної в життя», наприклад, економічної, часом сприймають мас-медіа як єдиний канал комунікації. Тут давно вже стерлися кордони часу. Адже інформація, отримана через ЗМІ, доходить до одержувачів надзвичайно швидко, завдяки чому користується величезною популярністю в економістів. Слід також відзначити і комерційну складову цього аспекту, яку вбачають у залежності учасників економічного дискурсу від мас-медіа. Головна мета комерційних організацій – отримання прибутку – цілком і повністю залежить від якості отриманих за допомогою ЗМІ економічних даних.

Така тенденція привела до появи нової сфери в лінгвістиці, медіа-лінгвістиці, об'єктом вивчення якої є мова мас-медіа[16, с. 160].

Серед інших, не менш важливих передумов зародження медіа-лінгвістики – однієї з галузей традиційної лінгвістики – виступає1) стрімке зростання інформаційно-комунікаційних технологій, завдяки чому і була створена глобальна мережа медіа-комунікації; 2) формування і розвиток єдиного інформаційного простору як нового віртуального середовища текстового спілкування; 3) становлення і наукове осмислення поняття «мова ЗМІ», визначення його функціонально-стилістичних особливостей і внутрішньої структури [1, с. 54]. При цьому один з головних аргументів появи медіа-лінгвістики як окремої галузі полягає, на думку вчених, в необхідності застосування інтегрованого підходу до вивчення медіа мовлення, що покликане об'єднати зусилля представників різних гуманітарних дисциплін. Не менш важливим є розгляд досліджень мови ЗМІ в рамках медіалогії як ще однієї самостійної дисципліни, предметом якої є всебічний аналіз історичного розвитку, сучасного стану та особливостей функціонування всього комплексу засобів масової комунікації [10, с. 42].

Усе вище зазначене, а також той факт, що економічний дискурс є ще й дуже експресивним, робить таку модель спілкування однією з найбільш динамічних і, як результат, цікавих для вивчення. Це проявляється в тому, що відправнику повідомлення часто доводиться вдаватися до лінгвістичних мовних зворотів, коли нейтральна лексика вже не діє.

Таким чином, економічний дискурс – це один з типів дискурсу, представлений газетно-публіцистичними повідомленнями, що пов'язані зі змістовно економічною проблематикою, об'єднані комунікативно та функціонально-прагматичними відносинами, оціночно відображають актуальні економічні події та соціально значущі явища з метою впливу на масового адресата і формування громадської думки.

# **РОЗДІЛ 2. ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГОДИСКУРСУ**

## 2.1. Лексичні перекладацькі особливості

У рамках текстів певної спрямованості можна виділити деякі мовні особливості, що впливають на сприйняття інформації реципієнтом через переклад та дають змогу виокремити специфіку дискурсу. У нашому випадку, в текстах економічного профілю – це лексичні та стилістичні перекладацькі особливості економічних текстів.

Матеріали, опубліковані в засобах масової інформації, на відміну від більшості текстів масової культури, завжди орієнтуються на адресата і шукають доступ до його уваги та свідомості. При цьому сприйняття інформації адресатом – так само як і автором / замовником тексту – завжди належить до конкретного місця та проміжку часу, а також освітлює певні суспільно-політичні обставини.

Особливість економічного дискурсу полягає в тому, що тексти ЗМІ одночасно є результатом і метою його функціонування [20, с. 181]. Тому дослідження публікацій ЗМІ на економічні тематики, що мають в своїй основі лінгвістичний перекладацький аналіз, повинні концентруватися не тільки на внутрішніх характеристиках текстів, проте також на їх прагматичних рисах.

Коли мова заходить про складну тему (наприклад, гроші чи борги), в економічному дискурсі особливо часто використовуються алегорія та евфемізми. Говорячи про метафорику економічного дискурсу в цілому, слід пам'ятати, що цей дискурс рясніє метафоричними рефлексами, в основі яких лежить метафоричне перенесення при словотворенні. Численні абревіації, реалії фігурантів економічної тематики, що вимагають екстрамовних знань та розуміння самих концептів реципієнтами, метафори, перифрази,неологізми, незрозумілі та складні терміни – усі ці поняття виступають складовими економічного дискурсу, що визначають його особливості на рівні лексичних одиниць, які ми більш детально розглянемо у другому розділі даної наукової роботи.

### **2.1.1 Переклад економічних термінів та спеціальної лексики**

Звертаючись до наукових словників, можна віднайти наступне трактування поняття «терміну».

Термін – це слово або словосполучення, що вживається для точного вираження поняття з якої-небудь галузі знання – науки, техніки, мистецтва, політики. Терміни мають визначення (дефініцію), вони позбавлені емоційно-експресивного забарвлення. У галузі однієї науки терміни утворюють систему (термінологію). У межах цієї системи термін не повинен мати синонімів, він також не може бути багатозначним [26].

Завдяки застосуванню термінологічної лексики, переклад економічних текстів в рамках мас-медіа правильно має однозначне трактування щодо змісту позначуваного предмета. Серед інших загальновживаних або експресивно забарвлених слів на термінах лежить усе основне семантичне навантаження.

Під спеціальною лексикою ми розуміємо слова або словосполучення, яким не притаманна основна властивість терміну – ідентифікувати поняття та об'єкти, проте сферою вжитку яких слугує виключно спілкування на зазначену тематику. Як правило,вони вживаються вузьким колом фахівців в якості професійних лексичних одиниць, що дозволяють фахівцях спрощувати процес комунікації та способу вираження думки [17, с. 86].

Економічна наука, як і будь-яка інша, має свої власні терміни. Відповідно до лінгвістичного словника, термін – це однозначна одиниця мови. Однак в сучасному світі, чисті терміни являється рідкісним явищем. Найчастіше слово-термін володіє декількома значеннями. Для обґрунтування даної думки, наведемо декілька прикладів зі статті *“What next for Trump's trade agenda?”* економічного кореспондента BBC News Ендрю Уолкера.

- “*It is however debateable whether that* ***provision*** *really applies in this case [32].”*

У даному випадку під економічним терміном “**provision**” мають на увазі «*положення*» або «*умову*». Проте в Оксфордському англомовному словнику окрім визначення “*а condition or requirement in a legal document*” присутні ще три визначення з підпунктами. Вони позначають: *«постачання», «забезпечення», «продовольство», «резервне відрахування»* та навіть *«призначення на церковну посаду».*

“*And sometimes the buyers of the affected goods are businesses that use them as* ***inputs****. Steel and aluminium are cases in point [32].”*

При досліджені цього речення нашу увагу привернув економічний термін “**inputs**”, що в цьому прикладі перекладається як «*ресурси*» чи «*сировина*». Проте здійснюючи семантичний аналіз, зустрічаємо такі компоненти значення як «*внески*», «*інвестиції*», «*вхідні дані*» тощо.

“*But the* ***resignation*** *of Gary Cohn, as head of the National Economic Council did [32].”*

Термін “**resignation**” є українським еквівалентом слова «*відставка*». Здавалось би,у цього іменника не може бути іншого значення, проте Оксфордський словник констатує протилежне. Другим еквівалентом цього терміну виступає слово «*покірність*» – “*The acceptance of something undesirable but inevitable*” [29]. І як приклад подано словосполучення “*a shrug of resignation*”.

Таким чином, вище наведені слова підтверджують таке явище, як багатозначність перекладу терміну. Важливо підкреслити, що їх переклад значення напряму залежить від самого контексту їх вживання. Коли перекладач ознайомлюється з економічним текстом, він обирає саме те значення, що ближче підходить за змістом та відповідає заданому контексту.

### **2.1.2 Переклад загальновживаної лексики**

Окрім вживання спеціальної лексики та термінологічних сполучень,в економічних текстах широко зустрічається загальновживана лексика.

Загальновживана лексика – це лексика, представлена у всіх функціональних стилях мови, загальна для всіх мовних різновидів. До неї відносять сполучники, прийменники, прислівники, прикметники, різні вставні слова тощо [6, с.7].

У дослідженні загальновживаних слів в економічних статтях ми дійшли висновку, що одна їхня частина відноситься до загальновідомої лексики та не перешкоджає сприйняттю інформації, а друга частина виступає перепоною до розуміння контексту англомовних економічних текстів українськими реципієнтами. Беручи до уваги напрацювання Л. І. Борисової, ми пропонуємо підрозділити останню групу на три категорії:

1. Слова, відмінні в значеннях від їхнього повсякденного вживання [6, с. 14]. Наприклад, дієслово “**to impose”** в економічному тексті частіше вживається в значенні «*обкладати (митом, податком)*», а не «*надурити*». Дієслово “**tо afford**” – «*надавати (право))»*, а не «*мати можливість»*, дієслово “**to press**” частіше зустрічається у значенні «*наполягати (на своїх точці зору)»*, а не «*тиснути»*.

Звертаючись до вищезгаданої статті Ендрю Уолкера, візьмемо наступний приклад:

“*It will be many months until there is a* ***ruling*** *and even if China loses and fails to comply there will be a further delay before the US is given authority* ***to retaliate*** *[32].”*

Коли зустрічається слово «**ruling**» без контексту, на думку одразу спадають такі значення, як «*управління*» чи «*керівництво*», проте в економічному дискурсі воно набуває значення «*судове рішення*» або синонімічне словосполучення як «*постанова судді*».

В економічній літературі найбільш поширеним відповідником слова “**to retaliate**” є дієслово «*подавати зустрічне обвинувачення*», на відміну від таких уживаних його відповідників як «*відплатити тим же*», «*мстити*» тощо.

2. Слова, що постійно реалізують як свої словникові нормативні значення, так і значення, що не зареєстровані в словниках, а набуті в економічному контексті [6, c. 15]. Наприклад: “**associate**” – «*товариш*» та «*кандидат в члени*», “**trade off**” – «*компроміс*» та «*спекуляція*», “**to impact**” – «*ударяти*» та «*впливати*» тощо.

3. Псевдоінтернаціоналізми неминуче перешкоджають сприйняттю українським реципієнтом англомовних економічних текстів. Наприклад:

* **insult** — не виступає українською калькою «*інсульт*» (*відповідник stroke*), а позначає лексичне значення слів «*образа*» чи «удар»;
* **invalid** — не позначає «*інвалід*» (*більш чіткий відповідник person with disabilities*), а транслює значення «*недійсний*» або «*невідповідний*»;
* **morale** — не «*мораль*» (*відповідник morality*), а «*бойовий дух*».

Таким чином, перекладач під час сприйняття економічних текстів через засоби масової інформації орієнтується в контексті та змісті статті в першу чергу саме на загальновідому лексику повсякденного вжитку. Адже саме вона виступає нібито «містком» розуміння між повідомленням та складною економічною термінологією з окремими економічними концептами, які перекладач переносить на мову перекладу реципієнта.

### **2.1.3 Переклад абревіатур та назв організацій**

Згідно з визначенням лінгвістичного словника Т. В. Матвєєвої, абревіатура – це слово, утворене на базі словосполучення шляхом значного скорочення його одиниць. Як правило, використовуються початкові елементи вихідного словосполучення – букви або звуки, а також частини слів або поєднання частини слова з цілою кінцевою одиницею словосполучення[27,c. 9].

Сприйняття абревіатур в економічних текстах реципієнтами ми пропонуємо поділити на наступні типи:

1.Шляхом знаходження значень початкових елементів абревіатури через довідковий матеріал:

*“Health at a Glance is a major annual review by the* ***OECD*** *of the extent of ill-health, prevention and care across the European Union [*36*].”*

Уданому випадку, звертаючись до Оксфордського словника, знаходимо наступне розшифрування виділеної абревіатури – “**Organization for Economic Cooperation and Development**”.

“*The* ***IMF*** *has forecast growth for the UK of 1.4% in 2018 and 1.5% in 2019 [*36*].”*

За тим же принципом знаходимо розшифрування абревіатури –**International Monetary Fund**.

*“‘As the* ***G.C.S.B****. has noted, this is an ongoing process,’the company said in a statement, referring to the* ***Government Communications Security Bureau*** *of New Zealand [*38*].”*

У цьому реченні зі статті журналу *The New York Times* наочно продемонстрований журналістський прийом ознайомлення читача з імовірно невідомою реципієнту абревіатурою. Спочатку у прямій мові подається скорочення “**G.C.S.B**.”, а після медійний працівник дає розшифрування зазначеної абревіатури – “**Government Communications Security Bureau**”.

“*A series of developments in recent months have cooled the simmering trade tensions between the White House and several other countries, including the renegotiation of the* ***North American Free Trade Agreement (Nafta)*** *between the US, Mexico and Canada [34].”*

На даному прикладі також спостерігаємо ідентичний медіа прийом, проте спочатку було надано повне розшифрування скороченого словосполучення, а лише після в дужках – сама абревіатура. Журналісти часто застосовують цей варіант, щоб в подальшому розгортанні економічного тексту використовувати лише одну абревіатуру.

2.Розуміння загальновідомих абревіатур повсякденного вжитку:

*“Social skills are already important but will become even more valuable in an* ***AI*** *world [32].”*

У двадцять першому столітті, ері технологічного та наукового прогресу, навряд чи зустрінеш людину, яка б не розуміла значення скорочення “**AI**”, що позначає “**artificial intelligence**”.

“*Economists at the Dutch lender Rabobank said the world economy could suffer badly over the next decade if the US-China trade war escalates further, with as much as 2% of* ***GDP*** *growth lost by 2030[34].”*

Не дивлячись на те, що абревіатура **GDP** має суто економічний характер з розгорнутим значенням “**Gross Domestic Product**”, нефахівець зрозуміє сутність даного скорочення.

До цього ж розряду можна віднести такі розповсюджені економічні скорочення, як:

* **BBC = British Broadcasting Corporation**;
* **EU = European Union**;
* **UN = United Nations**;
* **WTO = World Trade Organization**;
* **UNESCO = United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization**.

З наведених вище прикладів можна зробити висновок, що до розряду загальновідомих для перекладу абревіатур відносяться а) скорочення світових організацій, органів правління, телепередач, які виступають провідними інститутами протягом значного проміжку часу; б) розповсюджені скорочення наукового або технічного характеру, що ввійшли до повсякденного вжитку сучасного суспільства.

## 2.2. Стилістичний потенціал економічного дискурсу

Одним з найбільш цікавих аспектів лінгвістичної теорії є проблема передачі стилістичних прийомів на мову перекладу.

При застосуванні стилістичних прийомів будь-який текст в розрізі економічного дискурсу мас-медіа набуває виразності та самобутності. Важливо підкреслити, що стилістичні засоби володіють емоційним ефектом. Саме ця характеристика є ключовою при розгляді стилістичного потенціалу економічних текстів. Адже завдання ЗМІ – донести інформацію та вплинути на думку реципієнтів, а дана ціль найкраще досягається через емпіричний підхід у співпраці з емоційною складовою.

Багато з лінгвістів підкреслюють необхідність збереження образу оригіналу у перекладі цільовою мовою, справедливо вважаючи, що, перш за все перекладач повинен прагнути відтворити функцію прийому, а не сам прийом.

Як зазначає К. І. Алексєєв, використання метафори та метонімії в сучасних науково-технічних текстах наближає їх за стилем до художніх, робить їх більш цікавими та живими [2, с. 43]. Через розбіжності картин світу двох мов або повну несумісність образів, ми часто вимушені деформувати значення оригіналу при перенесені на мову перекладу.

До стилістичних прийомів належать порівняння, метафора, метонімія, уособлення, алегорія, синекдоха, епітет, гіпербола, літота, іронія, антитеза, градація, зевгма, оксюморон, риторичні питання, інверсія, евфемізми тощо.

У наступному пункті ми будемо розглядати способи перекладу стилістичних прийомів з найбільшою частотою застосування в економічних текстах сучасних ЗМІ, а також фразеологізмів у мовах оригіналу та перекладу.

### **2.3.1. Перекладацькі трансформації з фразеологізмами**

З метою надання емоційного забарвлення економічному тексту, працівники медіа часто вдаються до залучення фразеологічних одиниць, таким чином полегшуючи сприйняття складних економічних статей та приближаючи їх до живої мови реципієнтів.

Відповідно до визначення лінгвістичного словника термінів В. І. Зевако, фразеологізм або фразеологічна одиниця – це лексично неподільне, стійке у своєму складі, цілісне за значенням словосполучення слів, що відтворюється у мовленні. Як правило, фразеологізм має форму словосполучення. Форму закінченого речення мають такі різновиди фразеологізмів, як прислів’я, приповідки, приказки. Фразеологічні одиниці розрізняються між собою щодо ступеня лексичної цілісності [26].

Жоден словник не може передбачити всіх можливих значень та функцій використання фразеологізму в контексті. Тому при появі даного стилістичного прийому в економічному дискурсі перекладачу треба брати до уваги, яку мету хотів досягти автор, використавши ту чи іншу фразеологічну одиницю.

Окрім фразеологічних одиниць існують ще такі поняття, як фразеологічні зрощення або ідіоми, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення та фразеологічні вирази [18, с. 85].

Для збереження точності передачі фразеологізмів необхідно дотримуватися стилістичної та жанрової однорідності між мовою оригіналу та мовою перекладу. Розглянемо декілька прикладів зі сторінок засобів масової інформації в розділі економіки.

“*So it is certainly possible that the US will* ***jump the gun*** *and decide to go ahead while the WTO process rumbles on[*32*].”*

Англомовний вираз “***jump the gun***” можна віднести до фразеологічного зрощення, тобто він виступає нероздільним словосполученням, значення якого не збігається зі значенням окремо взятих його складників [26]. У буквальному сенсі воно позначає «*стрибати (на) пістолет*», проте вірним перекладом буде «*забігати наперед*», «*випереджати події*». Таким чином, автор попереджає про загрозу неприємних наслідків, тобто даний вислів несе на собі повчальну (моральну) функцію та має негативну конотацію.

“*It is worth noting that China* ***is striking*** *its first retaliatory* ***blows*** *without a WTO ruling, though there is a way that can sometimes be done under the rules [*32*].”*

У даному випадку ми спостерігаємо фразеологічне сполучення – стійке у вживанні словосполучення, що складається зі слів з вільним та фразеологічно зв’язаним значенням. При цьому зміст фразеологізму розкривається через зміст окремих його частин (слів) [26]. Складові частини дієслівного сполучення “**to strike a blow**” підсилюють значення одна одної та перекладаються як «*наносити удар*» або неформально «*влупити*».

“*Anything less would amount to* ***pulling the wool over the eyes*** *of parliamentarians and the people we represent [35].”*

Наочний приклад застосування фразеологічного англомовного виразу **«to pull the wool over the eyes»** в економічному дискурсі. Дане словосполучення відносять до австралійського сленгу. У перекладі на українську мову буде позначати *«вводити в оману»* або *«пускати пил в очі»*.

Отже, фразеологізми, або стійкі словосполучення, іноді навіть цілі речення, як правило, мають або повністю, або частково переносне значення. При цьому значення кожної фразеологічної одиниці перекладається виключно згідно контексту.

### **2.3. 2. Переклад метафоричних моделей**

Метафори доволі часто зустрічаються у текстах з абсолютно різних наукових сфер. Не є виключенням і економічна тематика. Різноманітні види дискурсу безупинно збагачуються метафорами, таким чином відкриваючи широкий спектр можливостей для її дослідження. Н.Д.Арутюнова стверджує, що так звані «утилітарні переваги» метафори як в мові буденного вжитку, так і в науковій, дають змогу автору покращити рівень естетичної рецепції мови, поглибити розуміння людської поведінки, знань та безпосередньо мови [3, с. 8].

Класичне визначення Арістотеля приводиться К. І. Алексєєвим, відповідно до якого метафора є невластивим ім'ям, перенесеним з роду на вид, або з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією [2, с. 41].

Дослідники Дж. Лакофф та М. Джонсон зазначають, що коли значення переноситься шляхом метафоричного втілення, ми опосередковано відділяємо характерну рису одного предмета і шляхом складних розумових операцій, переносимо її на інший [24, с. 124]. У результаті, метафора – це мовний зворот (троп) або ж термінологічна єдність, до якої вдаються, щоб алегорично підкреслити подібність, аналогію або ж порівняти з денотатом. При цьому назва самого денотата становить собою підґрунтя для такого перенесення.

Як зазначає українська дослідниця Т. В. Терещенко у своїй науковій праці з розгляду метафори в бізнес-дискурсі,для реалізації значення метафори необхідна наявність декількох супроводжуючих слів, що розшифровують її значення [21, c. 76].

Метафоричні моделі мають доволі різноманітні прояви. Зокрема, це легко простежити саме в економічному дискурсі. У конкретній ситуації метафорою сприймається певний кінцевий результат, що досягається когнітивним зусиллям, направленим на поєднання незалежних поняттєвих систем [14, с. 21]. Зрозуміти метафору неможливо без контексту. Свою функціональність вона проявляє лише у тісному текстово-мовному симбіозі.

Метафоричне моделювання в економічному дискурсі завжди знаходить своє втілення на конкретних публіцистичних прикладах. Англомовні терміни та словосполучення, утворені на основі метафоричних перенесень, як правило мають у своїй структурі слова в їх первинних значеннях. Нижче наведені приклади перекладу метафор в англомовних економічних текстах провідних журналів *(The Guardian* та *KyivPost*):

*“In 2020 the commission forecasts that with a growth rate of 1.2% again, Britain will be the* ***slowest grower*** *in the EU – assuming it hasn’t left [36].”*

Первинне значення словосполучення **«slow grower»** відноситься до сільськогосподарського дискурсу та перекладається як *«рослина, що найбільш повільно росте»*. Окреме слово **«grower**» може, в свою чергу, позначати *«садівник*». Проте згідно з контекстом запропонованого речення, дане словосполучення перекладається як *«виробник, що пасе задніх».*

*“Contrary to what Andy Haldane, chief economist at the Bank, has claimed, there is no compelling evidence of a* ***new dawn breaking*** *for pay growth[36].”*

Для підсилення враження, автори економічних текстів доволі часто вдаються до таких засобів художньої виразності, як метафоричні епітети. Саме завдяки цьому текст стає стилістично виразним, образним та яскравим для реципієнта. У даному випадку вдало поєднано два метафоричних вислови **«new dawn»** та **«to break the dawn»**, що перекладається *«нова зоря»* та *«світати»* відповідно.

За функціональною характеристикою можна визначити дану метафору як декоративну [13, с. 71], тобто вона відіграє роль прикрашення мови тексту.

*“The uncertainty about Brexit, which has been a* ***dampener*** *on business investment and economic growth for the past couple of years, seems unlikely to be quickly resolved [36].”*

Цікаве вживання слова **«dampener»** – *«зволожувач»* в економічному тексті журналу *The Guardian* щодо гострої теми навколо Брекзіту. У даному випадку відбувається трансформація значення іменника на дієслово з внутрішньо-семантичним перенесенням – *«послаблювати, бути перепоною»*.

*“The events taking place in Beijing from Nov. 8 to 10 are dominated by official roundtable discussions and meetings* ***behind closed doors*** *that are rounding up the weeklong expo in which Chinese organizers hosted more than 300,000 visitors and delegates from 172 countries [33].”*

Словосполучення «**behind closed doors**» первинно позначає *«за закритими дверима»*, після семантичного метаморфозу ми отримаємо логічне перенесене значення та перекладаємо як *«таємно», «без свідків».*

Ф. де Соссюр вважав, що в метафорах відображається дух народу, вони передають різницю в мисленні та сприйнятті [9, с. 205] представників різних націй.

Отже, безсумнівним фактом виступає твердження про те, що світове різнобарв’я народів, культур та менталітету породило різні не тільки мовні картини світу, але й образи, що стоять за словами та позначають місцеві реалії. Таким чином, перекладач має брати до уваги ці екстрамовні знання та використовувати їх при перекладі на мову реципієнтів.

# **ВИСНОВКИ**

Вплив економіки на суспільне життя набуває все більших масштабів. Розгляд економічного тексту з урахуванням специфіки його контексту породив широке трактування дискурсної методології в лінгвістиці та виокремив для себе окреме місце під званням економічного дискурсу.

Під час проведення дослідження, було визначено, що економічний дискурс – це один з типів дискурсу, представлений газетно-публіцистичними повідомленнями, які пов'язані зі змістовно економічною проблематикою, об'єднані комунікативно та функціонально-прагматичними відношеннями, оціночно відображають актуальні економічні події та соціально значущі явища з метою впливу на масового адресата і формування громадської думки.

Шляхом аналізу було розкрито комунікативну роль лінгвістичних перекладацьких засобів в сучасному економічному англомовному та україномовному медіа просторі. Була досягнута мета проведеного дослідження:моделювання ролі перекладацьких лексико-семантичних та граматичних прийомів в економічних статтях, а також безпосереднє визначення їхньої міри сприйняття та сили впливу на реципієнта.

Як висновок, було продемонстровано, що задля привернення уваги читачів до складних економічних рубрик, журналісти мас-медіа, при написанні текстів, звертаються до застосування найрізноманітніших лінгвістичних прийомів. До їх лексико-стилістичних особливостей ми віднесли такі прийоми, як застосування фразеологізмів, метафор,що базуються на метафоричному перенесенні при словотворенні, численних абревіацій та назв організацій, спеціальної лексики, яка вимагає екстрамовних знань та розуміння самих концептів реципієнтами,загальновживаної лексики, складної економічної термінології тощо.

Застосування стилістичних прийомів надає економічним текстам виразності та самобутності. Важливо підкреслити, що стилістичні засоби володіють емоційним ефектом, адже завдання ЗМІ – донести інформацію та вплинути на думку реципієнтів, а дана ціль найкраще досягається саме через емпіричний підхід у співпраці з емоційною складовою.

Досліджувана тема є вкрай актуальною через значну роль економічної складової життя людей та потребує подальшого вивчення та аналізу, зокрема на прикладах англо- та україномовних медіа.

# **СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Агаркова Н.Э. Концепт «ДЕНЬГИ» как фрагмент английской языковой картины мира (на материале американского варианта английского языка) : дис. …канд.филол. наук: 10.02.04 / Агаркова Наталья Эдуардовна. – Иркутск, 2001. – 171 с.
2. Алексеев К. И. Метафора в научном дискурсе / К. И. Алексеев // Психологическое исследование дискурса / отв. ред. Н. Д. Павлова. – Москва: ПЕРСЕ. 2002. – С.40–50.
3. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, М. А. Журинская. – Москва : Прогресс, 1990. – 257 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф. С.Бацевич //2-ге видання, доповнене Ф. С. Бацевич. – Київ: ВЦ «Академія», 2009. – 376с.
5. Беззатеева Э.Г. Особенности английской терминологи и маркетинга и их социолингвистическая обусловленность: дис. … канд. филол. наук / Беззатеева Эвелина Гайковна. – Омск, 2006. –188 с.
6. Борисова Л. И. Особенности перевода общеупотребительной и общенаучной лексики с английского языка на русский : методическое пособие / Л.И.Борисова // Под ред. д-ра филол. наук В.Н.Комиссарова. – Москва: ВЦП, 1980. – 172 с.
7. Голянич М. І. Внутрішня форма слова і дискурс: монографія / М. І. Голянич – Івано-Франківськ: Видавничо-дизайнерський відділ ЦІТ Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2008.– 296 с.
8. Даулетьяров Д., Тулемисов А., Сандибек Д. [и др.] Некоторые особенности лексики бизнеса // Журнал: Sciences of europe. Серия: Филология. – Прага: Global Science Center LP. – №7 (7). – 2016. – С. 43–46.
9. де Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. Труды по языкознанию / Фердинанд де Соссюр: [пер. с франц. А. А. Холодовича]. – Москва : Прогресс, 1977. –696 с.
10. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиа лингвистики : автореф. дисс. по филол. наук : 10.02.04 / Добросклонская Татьяна Георгиевна. – Москва, 2004. – 348с.
11. Карасик В. И. О категориях дискурса / В. И.Карасик // Языковая личность : социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград–Саратов, 1998. – С. 185–197.
12. Карасик В.И. О типах дискурса. / В. И.Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / отв. ред. В.И.Карасика, Г. Г.Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2000. – 228 с.
13. Кланщакова А.Ю. Метафора в структуре экономического дискурса: опыт комплексного исследования (на материале английского языка) : дис.…канд. филол. наук: 10.02.04. / Кланщакова Анастасия Юрьевна. – Иркутск, 2003. – С. 55–86.
14. Колотнина Е. В. Развертывание концептуальной метафоры в английском экономическом тексте / Е. В.Колотнина // Лингвистика: бюл. Урал. лингв. общества*.* – Екатеринбург, 2003. – Т. 9. – С. 17–27.
15. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. –280с.
16. Махницкая Е. Ю. О современном экономическом дискурсе / Е.Ю.Махницкая // Речевая деятельность: межвуз. Сб. науч. тр. – Таганрог: ТГПИ, 2002. – С.158–161.
17. Просвирнина Л. Г. Временная динамика семантического наполнения экономического термина / Л. Г.Просвирнина // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. –2012.–С. 85–88.
18. Просвирнина Л. Г. Метафорические термины в английском экономическом дискурсе / Л. Г.Просвирнина // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2012. № 3. С. 84–88.
19. Степанова Е. Д. Прагматические особенности коммуникативного акта «Кредитный договор» в экономическом дискурсе / Е.Д.Степанова // Дискурсивный аспект языковых единиц : монография Г. М. Костюшкина, Е. Д. Степанова [и др.]. – Иркутск, 2006.–С. 434–486.
20. Стець І. В. Про співвідношення понять «дискурс засобів масової інформації» та «економічний дискурс» в сучасній лінгвістиці / І. В. Стець // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. – 2011. – Вип. №23.– С.177–192.
21. Терещенко Т. В. Метафора в бізнес-дискурсі (морфологічний аналіз) / Т. В. Терещенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – 2014. – №11. Том 2. – С. 75–78.
22. Шевченко І.С., Морозова О.І. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / І.С. Шевченко, О.І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : колект. монографія. – 2005. – С. 15–19
23. Halliday M.A.K. Linguistic Studies of Text and Discourse / M.A.K. Halliday // Volume 2 of Collected Works of M.A.K. Halliday / Ed. by Jonathan Webster, Continuum International Publishing. – 2006.– 301 p.
24. Lakoff G., Johnson М. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press; 1st edition. – 2008. –294 p.
25. McConnell R. C., Brue L. S., Flynn S.M. Economics: Principles, Problems, and Policies / R. C. McConnell, L. S. Brue, S.M. Flynn // Series : McGraw-Hill Series in Economics. – Publisher **:** McGraw-Hill Education; 20 edition, 2014.– 996 p.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зевако В.І. Словничок лінгвістичних термінів (на допомогу студентові-філологу) / В.І. Зевако. – Тернопіль : Видавн. відділ ТЕІПО, 2002.– 30 c.
2. Матвеева Т. В. МЗЗ Полный словарь лингвистических терминов / Т.В.Матвеева. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. –562 с.
3. Cambridge Dictionary. [Electronic resource]. – Access mode : <https://dictionary.cambridge.org/>.
4. Oxford Dictionary. [Electronic resource]. – Access mode : <https://en.oxforddictionaries.com/>.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. KyivPost. Ukraine's Global Voice. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.kyivpost.com/>.
2. BBC News. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.bbc.com/news/business>.
3. BBC News. Walker A. What next for Trump's trade agenda? – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.bbc.com/news/business-43635623>. – (05.04.2018).
4. KyivPost. Ukraine's Global Voice. In Beijing, Ukraine and China begin talks on free trade agreement. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.kyivpost.com/business/in-beijing-ukraine-and-china-begin-talks-on-free-trade-agreement.html>.
5. The Guardian. Donald Trump warns China he won't back down on trade tariffs. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.theguardian.com/us-news/2018/nov/27/donald-trump-warns-china-wont-back-down-plan-raise-trade-tariffs>. – (27.11.2018).
6. The Guardian. Jo Johnson backs bid to force Treasury to reveal no-Brexit forecasts. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.theguardian.com/politics/2018/nov/19/jo-johnson-backs-bid-to-force-treasury-to-reveal-no-brexit-forecasts>. – (19.11.2018).
7. The Guardian. Mental illness costs UK £94bn a year, OECD report says. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.theguardian.com/society/2018/nov/22/mental-illness-costs-uk-94bn-a-year-oecd-report-says-employment-economy-productivity>. – (22.11.2018)
8. The Guardian. Past four years hottest on record, data shows. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.theguardian.com/environment/2018/nov/29/four-years-hottest-record-climate-change>. – (29.10.2018).
9. The New York Times. New Zealand Blocks Huawei, in Blow to Chinese Telecom Giant. – [Electronic resource]. – Accessmode : <https://www.nytimes.com/2018/11/28/business/huawei-new-zealand-papua-new-guinea.html>. – (28.11.2018).