

**ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ВИКЛАДАННІ КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ  
ПЕРЕКЛАДУ БІЗНЕС-ТЕКСТІВ НА ФІЛОЛОГІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТАХ  
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)**

**INTERNET TECHNOLOGIES IN TEACHING CULTURAL ASPECTS  
OF TRANSLATING BUSINESS TEXTS (BASED ON THE ENGLISH  
AND UKRAINIAN LANGUAGES)**

**Кузьміна К.А.,**

*orcid.org/0000-0002-4328-4205*

*кандидат філологічних наук, доцент,*

*доцент кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови*

*Навчально-наукового інституту філології Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

У статті виділено такий важливий аспект ділової комунікації та перекладу ділових текстів як культурологічний на матеріалі англомовних автентичних текстів з Інтернет-ресурсів. Такі ресурси дають широкую можливість студентам не тільки вивчати мову, а і детально ознайомлюватись з культурою, історією, економікою країн, мови яких вони вивчають. Працюючи з оригінальними економічними текстами або перекладаючи під час ділових міжнародних переговорів, перекладач як правило має справу не з сухими фактами, а з соціальними та культурними особливостями представників тієї чи іншої країни. Саме тому у діловому дискурсі, який у нашому дослідженні включає публіцистичні статті, різні документальні фільми та подкасти ми виділяємо велику кількість різноманітної культурно маркованої лексики, яка становить труднощі як для студентів, так і для молодих перекладачів. Ілюстративним матеріалом для нас здебільшого слугували електронні газета та журнал *The Guardian*, *The Economist*, аналітичні програми *BBC*. У статті розбираються оригінальні приклади культурних реалій на основі їх походження, пропонуються найбільш адекватні способи їх відтворення, а також пропонуються вправи для їх засвоєння під час занять зі студентами на філологічних факультетах. До культурно маркованої лексики можна віднести географічні назви, назви компаній, організацій, брендів, алюзії на різні соціально-економічні та історичні події. При усному та письмовому перекладі оригінальних текстів студентам важливо вміти правильно розпізнавати реалії і провести перекладацьке дослідження щодо їх значення. Українською мовою вони часто передаються через буквальний переклад, транскрипцію, латинське написання з відповідними поясненнями і коментарями. Для засвоєння культурологічних реалій в ділових текстах студентам можна запропонувати обговорити їх етимологію, вибрати привильне значення, написати перекладацький диктант, укласти глосарії з найчастотніших культурно маркованих слів.

**Ключові слова:** культурний маркер, культурне середовище, Інтернет, автентичні англомовні матеріали, бізнес-тексти, навчання студентів.

The article highlights such an essential part of business communication and translation of business texts as cultural aspect based on the material of English authentic texts from Internet resources. Such resources provide students with broad opportunity not only to learn the language, but also to become familiar with the culture, history, and economy of the countries whose languages they study. When working with original economic texts or translating during international business negotiations, translators usually deal not with dry facts, but with the social and cultural characteristics of representatives of a particular country. That is why in business discourse, which in our study includes journalistic articles, various documentaries, and podcasts, we highlight a large number of culturally marked lexical items that pose difficulties for both students and young translators. The illustrative material was mainly taken from the online newspaper and magazine *The Guardian*, *The Economist*, and *BBC* analytical programs. The article analyzes original examples of cultural realia based on their origin, suggests the most appropriate ways to reproduce them, and offers exercises for their learning by students during classes at philological faculties. Culturally marked vocabulary includes geographical names, names of companies, organizations, brands, and allusions to various socio-economic and historical events. When translating and interpreting original texts, it is important for students to be able to correctly recognize realia and conduct translation research on their meaning. In Ukrainian, they are often conveyed through literal translation, transcription, Latin spelling with the corresponding explanation and commentaries. To learn cultural realia in business texts students can be offered to discuss their etymology, to choose their correct meaning, to write a translation dictation, to compile a glossary with the most frequent culturally marked words.

**Key words:** cultural marker, cultural environment, Internet, authentic English-language materials, business texts, teaching students.

**Постановка проблеми.** Сьогодні Інтернет, як ніколи, представляє викладачам іноземних мов та перекладу можливість розробляти нові методи навчання своїх студентів, завдяки наявності широкого спектру автентичних електронних письмових та аудіотекстів різного рівня складнощів.

У нашій статті ми зосереджуємось саме на можливості за допомогою оригінальних англомовних текстів глибше ознайомити студентів спеціальності «бізнес-лінгвістика» із культурними маркерами таких текстів. Адже під міжнародним бізнесом, або українською, міжнарод-

ною діловою активністю, завжди розуміється взаємодія з іншими культурним середовищем, яке включає економічні, соціальні, історичні, політичні, ментальні особливості того чи іншого регіону. Електронні газети та журнали, такі як *The Economist* і *The Guardian*, різні бізнес-сайти із статистичними звітами або звітами про діяльність конкретних компаній (inequality.org, weforum.org), навчальні сайти для ділових людей (scotwork.co.uk, де міститься інформація про особливості ведення переговорів британцями), ділові ток-шоу, документальні фільми та подкасти програм BBC, CNBC, журналу *The Economist*, інші короткі та повнометражні документальні фільми про вплив ділової і промислової людської діяльності на природне і соціальне середовище як раз і допомагають студенту, принаймні віртуально, поринути у необхідне ділове культурне середовище, з мовою якого вони працюють (BBC Global Story Podcast “*Overtourism: How to be a responsible tourist*”, documentaries *Our Consumer Society*, *The Economy of Tomorrow*). Без гарного розуміння названих складових іноземного культурного контексту, важко бути активним учасником міжнародної ділової комунікації та забезпечувати перекладацькі посередницькі потреби останньої. Особливо це актуально сьогодні, у час надзвичайно швидкої зміни світових економічних і соціальних подій, розвитку цифрових технологій, та урізноманітнення способів транспортного та комунікативного зв'язку між діловими партнерами.

Англомовний діловий дискурс представлений великою кількістю культурно маркованої лексики. У нашому дослідженні **культурним маркером** ми називаємо будь-яку лексичну одиницю, яка позначає географічну, економічну, соціальну, політичну, історичну, культурологічну (пов'язану з традиціями та звичаями) реалію, яка повністю або частково відсутня у мові (культури) перекладу. До них можна віднести географічні назви, назви організацій, метафоричні назви компаній та брендів, назви політичних партій, назви економічних і соціальних подій (*Велика депресія*), алюзії на різні історичні події, назви особливих природних характеристик регіону та природних катаклізмів (такі як урагани, які більше характерні для Сполучених Штатів, прерії, дюни), особливі слова для позначення психологічних рис іноземного бізнесмена, які часто можуть викликати труднощі у перекладача (наприкл.: ідіома *stiff upper lip*, яка буквально українською означає «тверда верхня губа», а в контексті перекладається як «витримка, мужність; стриманість, той, що не показує емоцій»), і є звичайною характеристикою британського партнера під час переговорів).

Перекладаючи оригінальні тексти стосовно економічної та промислової активності, студент постійно стикається з подібними іноземними реаліями, і задача викладача звернути особливу увагу своєї групи на них, змусити віднайти на сторінках Інтернет їх правильне значення. Адже можливість роботи з автентичними письмовими та аудіотекстами різних стилів та жанрів завдяки Інтернет-ресурсам не тільки повинна тренувати мовні та перекладацькі навички студента, а і давати їм широке розуміння економічних, культурних, соціально-історичних процесів, які відбуваються в країні, з мови якої вони перекладають. Так у студента формуються і закріплюються фонові знання, які є невід'ємною рисою професійного перекладача та міжмовного посередника під час ділових міжнародних переговорів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями впливу Інтернет-ресурсів на навчальний процес почали займатися ще на початку 2000-х років, як тільки з'явилась можливість викладачам працювати з електронними автентичними текстами [5]. Розробляти методики навчання іноземних мов продовжують і зараз як вітчизняні, так і зарубіжні вчені [1; 3; 8–9; 11].

Культурологічні проблеми перекладу та переклад слів-реалії є одним з найважливіших розділів перекладознавчої науки, оскільки саме через переклад здійснюється взаємопроникнення національних традицій і міжкультурна комунікацій. Найвидатнішим українським вченим у цій царині є Зорівчак Роксолана Петрівна, яка досліджувала реалії у художньому перекладі [2]. Сьогодні, у час розвитку міжкультурної комунікації, існує багато перекладознавчих і лінгвістичних досліджень з приводу функціонування культурологічних маркерів і у нехудожніх текстах. [4; 6; 7; 10; 12].

**Постановка завдання.** Метою дослідження є на основі автентичних ділових англомовних текстів показати різноманітність в них культурологічних маркерів, які становлять певні труднощі для україномовного студента та перекладача через відсутність їх прямих відповідників в українській мові та українській культурі.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

1. Класифікувати слова-реалії за видами;
2. Розкрити їх значення та віднайти найбільш адекватні способи перекладу;
3. Запропонувати ряд вправ для їх кращого засвоєння студентами.

**Виклад основного матеріалу.** Наведімо приклади роботи з культурними реаліями на заняттях з перекладу ділових текстів та визначимо основні

труднощі їх перекладу. Для початку нашого аналізу нижче подаються уривки з рецензії на книгу *Born to Rule: The Making and Remaking of the British Elite* про те, як сьогодні себе подає британська еліта, і вичленимо з них культурологічні маркери з їх українськими еквівалентами:

«*Sir Peter Daniell went to **Eton College**, a grand private school favoured by royals and the rich. He was not a strong pupil but was admitted to **the University of Oxford** in 1927 after his cousin had a quiet word with a college. Daniell had a “wonderful” time there, doing almost no work, then took a job in his father’s financial firm*» [14].

«*The elite can be defined in many different ways. Mr Reeves and Mr Friedman adopt an extremely narrow measure. Their elite consists of the people who have been listed in “**Who’s Who**”, a guide to the powerful first published in 1849 and updated annually*» [14].

У наведених уривках ми стикаємось з трьома реаліями британського життя: з назвами елітних коледжу та університету, а також з назвою довідника найвідоміших людей у Великій Британії. Якщо для перших двох реалій існують зафіксовані українські переклади (Ітонський коледж та Оксфордський університет), то третя (“Who’s Who” – «Хто є хто») – є невідомою пересічному українському читачу і вимагає відповідного пояснення. Проте для адекватного перекладу всього контексту статті студенту необхідно знати, що Eton College є особливим приватним коледжем для хлопчиків, заснованим ще у 15 ст., а Oxford University також є стародавнім навчальним закладом, який виховав чимало державних діячів Великої Британії.

Запропонуємо ще деякі культурно марковані контексти:

*A study of 86 road schemes commissioned by **the Campaign to Protect Rural England (CPRE)** found most roads increased traffic while destroying the countryside* [15].

*The **chancellor**, Philip Hammond, announced in this month’s budget that an extra £2bn would be granted to social care in England over the next three years. ... The new research from the **mutual insurer Royal London**, whose director of policy is the former **pensions minister** Steve Webb, found that variations in house prices around the UK mean the cost of a typical **residential care home** stay could range from 18% to 56% of the value of the average house* [16].

У другому прикладі ми зустрічаємо назву британської організації із захисту англійської сільської місцевості, яка не є загальнозвживаною, а тому невідома іноземцю. Її буквальный переклад

(«Компанія із захисту сільської Англії») українською є цілком зрозумілий, а тому не потребує додаткових роз’яснень. У той же час, сама ця назва знайомить іноземного реципієнта тексту з особливостями системи захисту навколишнього середовища і регіонів в Англії.

Третій приклад насичений цікавими політично-соціальними реаліями Великої Британії. Так, лексема “*chancellor*” є специфічним англійським словом на позначення міністра фінансів (тут скороч. від “*Chancellor of the Exchequer*”), а тому для студента, який ще не знайомий з цією реалією, вона може видатися «хибним другом перекладача» через свою омонімічність з українським словом «канцлер». Друга культурологічна лексема позначає назву великої взаємної страхової компанії Сполученого Королівства, яка або транскрибується українською, або залишається у написанні латиницею («Роял Ландон»). “*Pensions minister*” є зрозумілим для англійського читача скороченням від “*Minister of Work and Pensions*” (міністр праці та пенсій), але не зовсім зрозумілим для українського читача, оскільки в Україні міністерство саме з такою назвою відсутнє.

Специфічної в Британії є назва будинків для людей похилого віку – *Residential Care Home*, що буквально означає «будинок для постійного проживання і догляду». В англійській мові ця назва означає ширше поняття, будинок для будь-яких людей, що потребують догляду, тому у даному контексті в українському перекладі потрібно зберегти саме цей еквівалент із ширшим значенням. Таким чином, ми бачимо, ще перекладач уводить у мову перекладу не лише нові терміни, а і культурні поняття.

*California’s **home-insurance safety net** does not have enough money to pay all of the claims from damage caused by the **Los Angeles wildfires** and has asked private insurers to contribute \$1bn toward those claims* [13].

*All private insurers operating in California are required to contribute to **the Fair plan**, a plan of last resort established so all Californians would have access to fire insurance* [13].

У наступному прикладі студент знайомиться із специфікою роботи американської страхової системи під час захисту населення від наслідків природних катастроф, зокрема ряду руйнівних пожеж у Лос-Анджелесі, які сталися у січні 2025 року. “*Home-insurance safety net*” є терміном-реалією, що буквально перекладається українською «безпечна сітка страхування житла», яка існує у Сполучених Штатах на випадок пожеж та інших несподіваних лих.

В Україні через певні історико-економічні поки не існує такої розгалуженої системи державного страхування, через що і не розроблена відповідна система термінів. Тому, для того щоб не переобтяжувати український переклад буквализмами, дану лексичну одиницю можна передати через узагальнення з географічним уточненням – «система страхування житла у штаті Каліфорнія». “Los Angeles wildfires” можна віднести до так званої «ситуативної реалії», яка описує поточні або нещодавні події, але які ще не увійшли у словники та у загальний вжиток у мові. Для адекватної передачі українською мовою цієї, на перший погляд, нескладної фрази, студент також має бути в курсі основних подій, які відбуваються в країні, мову якої він вивчає. Адже у даному контексті мається на увазі не будь-яка пожежа, а лісові стихійні пожежі на півдні Каліфорнії у Лос-Анджелесі, які охопили

- white collar (office) workers – офісні працівники;
- blue collar workers – працівники фізичної праці;
- Stanford University in the US – Стенфордський університет;
- commuting time (commuters) – час у дорозі на роботу (люди, які щодня їздять на роботу);
- Bank underground station – Станція метро «Банк»
- Fortune 500 – список 500 найбільших компаній США
- Nature – журнал Nature

Перші дві реалії походять з американської англійської і повертають нас на початок 20-го століття, коли американські газети їх вперше використали для розрізнення між службовцями розумової праці, що носили чисті білі сорочки, та працівниками ручної праці, на яких були сині сорочки, що могли б приховувати бруд. Хоча в українській мові ці терміни вже давно мають фіксований узагальнений переклад, для їх кращого засвоєння студентам, які особливо спеціалізуються на перекладі ділових текстів, важливо знати і їх передісторію.

У подкасті зустрічаються назви журналів, компаній, брендів, станції метро в Лондоні, які транскодуються українською або залишаються в написанні латиницею з відповідними поясненнями.

Стенфордський університет є досить відомим приватним передовим дослідницьким універси-

тетом штату Каліфорнії, а тому має вже закріплений переклад в українській мові.

Лексема to commute” описує історичне культурологічне явище Британії та США, коли люди, які зазвичай проживали у сільській місцевості, щодня їхали на роботу у великі міста, використовуючи транспорт. У цьому ж значенні цей термін зберігається і сьогодні, і передається українською через узагальнення, втрачаючи дещо свою культурологічну забарвленість.

- Record Label in East London – назва музичної компанії у Східному Лондоні;
- Lord Stuart Rose – член палати лордів Великої Британії Лорд Стюарт;
- Marks & Spencer – відомий британський бренд одягу;
- Asda – британська мережа супермаркетів;
- to turn smth. into a crusade – перетворити щось на хрестовий похід / на надмірну боротьбу;
- Nike Swoosh – спортивний логотип фірми Nike;
- Star War Jedi Council – управлінський орган «Ордена джедаєв» із серії кінострічок «Зіркові війни».

тетом штату Каліфорнії, а тому має вже закріплений переклад в українській мові.

Лексема to commute” описує історичне культурологічне явище Британії та США, коли люди, які зазвичай проживали у сільській місцевості, щодня їхали на роботу у великі міста, використовуючи транспорт. У цьому ж значенні цей термін зберігається і сьогодні, і передається українською через узагальнення, втрачаючи дещо свою культурологічну забарвленість.

Для точного розуміння культурних деталей подкасту і адекватної їх передачі українською важливо знати, що Східний Лондон, де знаходиться музична компанія Record Label, є розвинутим портовим і промисловим районом міста, де розташовані різні магазини і промислові центри. Для того, щоб правильно перекласти, особливо усно, повне ім’я члена Британського парламенту і колишнього очільника компаній Marks

& Spencer і Asda лорда Стюарта Роуза, потрібно знати, що Британській парламент поділяється на вищу Палату лордів і нижчу Палату громад.

Усталений вираз “to turn smth. into crusade” відсилає нас до часів хрестових походів Західної Європи, які вже стали частиною світової історії. У своєму метафоричному значенні він передається українською або через прямий переклад, або через контекстуальне пояснення.

Останню у списку культурно марковану лексему бажано передати через узагальнення з відповідним поясненням («управлінський орган з кінострічки «Зіркові війни»), аби не переобтяжувати український переклад іноземними реаліями, тим більше, що не всі люди можуть добре знати даний серіал.

При здійсненні перекладацького аналізу економічних та ділових текстів публіцистичного стилю, серед труднощів перекладу студенти завжди виділяють культурно марковані терміни, значення яких далеко не завжди можна виокремити з контексту. Їм завжди доводиться проводити в Інтернеті додатковий пошук, щоб знайти точне значення таких слів. Тому викладачу слід допомагати студентам у таких пошуках і розробляти методику для кращого засвоєння студентами культурологічного матеріалу, особливо для тих мов, на яких вони спеціалізуються. Засвоєнню культурних маркерів має сприяти знання передісторії їх виникнення, проведення лінгвістичних, історичних, культурних, соціальних паралелей з рідною мовою та культурою, запропонування ряду однотипних реалій (наприкл., якщо в оригінальному тексті зустрічається назва університету або організації, можна надати назви інших британських університетів або організацій зі схожими функціями).

У якості вправ для засвоєння слів-реалій, можна студентів попросити обговорити найкращий варіант перекладу тієї чи іншої відповідної лексеми, знайти правильне переклад або визначення реалії у «вправах з варіантами відповідей» (multiple-choice exercises), віднайти реалії у тексті оригіналу і класифікувати їх за групами, укласти

та вивчити глосарій із найвживаніших з них. На заняттях з усного перекладу студенти можуть перекладати найчастотніші реалії, до яких можна віднести географічні назви, назви організацій, під диктовку викладача. Адже під час швидкого усного мовлення такі слова є досить важкі для сприйняття та запам'ятовування через їх екзотичність та відокремленість від контексту, але надзвичайно важливі для точної і адекватної передачі інформації.

**Висновки.** З небагатьох наведених у статті прикладів простежується велика розгалуженість культурно маркованої лексики, яка зустрічається у діловому та економічному дискурсі. Кожен випадок має свої особливості відтворення у мові перекладу залежно від контексту, типу реалії та рівня її зафіксованості у мовному вжитку. Для здійснення професійної і продуктивної комунікації та перекладу у сфері бізнесу слід вміти виокремлювати такі лексичні одиниці із тексту або мовлення, розуміти їх основний смисл та культурний контекст, віднаходити для них правильні відповідники або способи передачі мовою перекладу. Приклади нас ще раз пересвідчують, що міжнародна ділова професійна комунікація, письмова чи усна, відбувається не стільки на мовному рівні, скільки на рівні культур, соціальних, історичних і економічних явищ, традицій і звичок.

У педагогічному плані на заняттях з перекладу слід звертати особливу увагу студентів на означену культурологічну специфіку ділових текстів, яка викликає у них найбільшу трудність. Важливо розробити методику роботи з діловими текстами, насиченими словами-реаліями, визначити мінімум культурно маркованої лексики у діловому дискурсі, яку студенти мають засвоїти в кінці вивчення дисципліни для іноземної мови, на якій вони спеціалізуються.

У лінгвістичному та перекладознавчому планах варто розробити класифікацію культурно маркованої лексики англomовного ділового дискурсу, укласти словники найчастотніших реалій та визначити найчастіші способи їх відтворення українською мовою.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горун Г. Використання нових інформаційних технологій на заняттях з англійської мови. *Актуальні проблеми навчання іноземних мов для спеціальних цілей: збірник наукових статей*. Львів: ЛьвДУВС, 2020. С. 53–59. URL: <https://dSPACE.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/3781> (дата звернення: 13.12.2025)
2. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози). Львів: Вид-во при Львівському ун-ті, 1989. 216 с.
3. Конєва Марина Використання інформаційних технологій у процесі навчання англійської мови студентів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 57, Том 1. URL: [http://www.apnjournal.in.ua/archive/57\\_2022/part\\_1/45.pdf](http://www.apnjournal.in.ua/archive/57_2022/part_1/45.pdf) (дата звернення: 13.12.2025)

4. Романюк О. Особливості перекладу реалій. *Актуальні проблеми навчання іноземних мов для спеціальних цілей : збірник наукових статей*. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. С. 110–113. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/4174> (дата звернення: 13.12.2025)
5. Chappelle Carol A. *English Language Learning and Technology*. John Benjamins Publishing Company, 2003. 211 p. URL: <https://www.jbe-platform.com/docserver/fulltext/9789027295958.pdf> (дата звернення: 13.12.2025)
6. Colocel Onoriu *Teaching the Nation: Literature and History in Teaching English. Messages, Sages, and Ages*. 2016. Vol. 3, No. 2. URL: [https://www.researchgate.net/publication/306400771\\_Teaching\\_the\\_Nation\\_Literature\\_and\\_History\\_in\\_Teaching\\_English](https://www.researchgate.net/publication/306400771_Teaching_the_Nation_Literature_and_History_in_Teaching_English) (дата звернення: 13.12.2025)
7. Cultural Translation. Copyrighted Material Taylor & Francis. URL: [https://cbpbu.ac.in/userfiles/file/2020/STUDY\\_MAT/ENGLISH/JS/cultural%20translation%20pdf%20routledge.pdf](https://cbpbu.ac.in/userfiles/file/2020/STUDY_MAT/ENGLISH/JS/cultural%20translation%20pdf%20routledge.pdf) (дата звернення: 13.12.2025)
8. Dia Alassane Abdoulaye *Teaching and Learning English in the Digital Era: Opportunities and Challenges*. Proceedings of the International Conference on Research in Teaching and Education. 2024. Vol. 1, Issue. 1. Pp. 13–25. URL: [https://www.researchgate.net/publication/380886582\\_Teaching\\_and\\_Learning\\_English\\_in\\_the\\_Digital\\_Era\\_Opportunities\\_and\\_Challenges](https://www.researchgate.net/publication/380886582_Teaching_and_Learning_English_in_the_Digital_Era_Opportunities_and_Challenges) (дата звернення: 13.12.2025)
9. Kuzmina Kateryna *New Approaches to Teaching English and Translation in the Era of Internet*. *ISRG Journal of Arts, Humanities & Social Sciences*. 2024. Volume II, Issue V. URL: <https://isrgpublishers.com/wp-content/uploads/2024/09/ISRGJAHSS5912024.pdf> (дата звернення: 13.12.2025)
10. Newmark Peter *Translation and Culture. A Textbook of Translation*. Shanghai Foreign Language Education Press, 1988. P. 94–103. URL: [http://ilts.ir/Content/ilts.ir/Page/142/ContentImage/A%20Textbook%20of%20Translation%20by%20Peter%20Newmark%20\(1\).pdf](http://ilts.ir/Content/ilts.ir/Page/142/ContentImage/A%20Textbook%20of%20Translation%20by%20Peter%20Newmark%20(1).pdf) (дата звернення: 13.12.2025)
11. Pandey Gopal Prasad *Are We Prepared to Teach English in a Digital Age? Ars Artium: An International Refereed Research Journal of English Studies and Culture*. 2021. Vol. 9. Pp. 59–69. URL: [https://www.researchgate.net/publication/349457236\\_Are\\_We\\_Prepared\\_to\\_Teach\\_English\\_in\\_a\\_Digital\\_Age](https://www.researchgate.net/publication/349457236_Are_We_Prepared_to_Teach_English_in_a_Digital_Age) (дата звернення: 13.12.2025)
12. Torop Peeter *Translation as translating culture. Sign. Systems. Studies*. University of Tartu, 2002. Vol. 30, No. 2. URL: <https://ojs.utlib.ee/index.php/sss/article/view/SSS.2002.30.2.14> (дата звернення: 13.12.2025)

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

1. California insurance plan asks private insurers for \$1bn after wildfires. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2025/feb/12/california-home-insurance-wildfires>
2. How today's wealthy present themselves differently: A new book offers an engrossing but flawed takedown of Britain's most privileged. URL: <https://www.economist.com/culture/2024/09/16/how-todays-wealthy-present-themselves-differently>
3. New roads in England create more traffic, rural campaigners claim. URL: <https://www.theguardian.com/world/2017/mar/20/new-roads-create-more-traffic-fail-local-economies-cpre>
4. Residential care costs 'can soak up over 50% of property values'. URL: <https://www.theguardian.com/society/2017/mar/20/residential-care-costs-can-soak-up-over-50-of-property-values>
5. What is the future of working from home? – The Global Story podcast, BBC World Service. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eCRVoXbkHnw>

Дата першого надходження рукопису до видання: 18.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 19.12.2025

Дата публікації: 31.12.2025