

РОЗДІЛ 5 ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

УДК 81'25:811.111:33

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2026.45.2.26>

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ БІЗНЕС-ТЕРМІНІВ

LEXICAL AND SEMANTIC DIFFICULTIES IN TRANSLATING BUSINESS TERMS

Ільєнко О.Л.,*orcid.org/0000-0002-6353-9332**доктор педагогічних наук, професор,**професор кафедри іноземної філології та перекладу**Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова***Гаврилова О.В.,***orcid.org/0000-0001-9450-9147**старший викладач кафедри іноземної філології та перекладу**Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова***Шепель О.В.,***orcid.org/0000-0003-4581-5441**старший викладач кафедри іноземної філології та перекладу**Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова*

Статтю присвячено комплексному аналізу лексико-семантичних труднощів перекладу бізнес-термінів у сучасному міжмовному та міжкультурному просторі. Актуальність дослідження зумовлена інтенсивним розвитком міжнародних економічних відносин, глобалізацією бізнес-комунікації, цифровізацією економіки та зростанням ролі спеціалізованих текстів у професійному дискурсі. У центрі уваги перебуває бізнес-термінологія як ключовий компонент фахового мовлення, що забезпечує точність, однозначність і стандартизованість передавання економічної інформації, водночас характеризується динамічністю, полісемією, контекстуальністю та галузевою залежністю значень.

У роботі розглянуто основні чинники, які ускладнюють адекватний переклад бізнес-термінів, зокрема багатозначність термінологічних одиниць, відсутність прямих еквівалентів у мові перекладу, наявність «хибних друзів перекладача», а також семантичні трансформації запозиченої лексики в мові-реципієнті. Проаналізовано типові приклади англійських бізнес-термінів і продемонстровано визначальну роль контексту, галузі вживання та прагматичної спрямованості тексту у виборі перекладацького відповідника. Окрему увагу приділено проблемі перекладу неологізмів та англіцизмів, що активно функціонують у сучасному бізнес-дискурсі й не завжди мають усталені нормативні відповідники в українській мові.

У статті окреслено основні перекладацькі стратегії подолання лексико-семантичних труднощів, зокрема транскодування, калькування, описовий переклад та адаптацію, а також підкреслено доцільність їх комбінування залежно від комунікативної мети тексту та цільової аудиторії. Зроблено висновок, що ефективний переклад бізнес-термінів можливий лише за умови поєднання високого рівня лінгвістичної компетентності перекладача з ґрунтовним розумінням економічних, правових і культурних реалій.

Ключові слова: бізнес-термінологія, переклад, лексико-семантичні труднощі, полісемія, безеквівалентна лексика, бізнес-дискурс.

The article presents a comprehensive analysis of lexical and semantic difficulties in translating business terms within the contemporary multilingual and intercultural context. The relevance of the study is determined by the rapid development of international economic relations, the globalization of business communication, the digitalization of economic processes, and the increasing role of specialized texts in professional discourse. The focus of the research is business terminology as a core component of professional language, which ensures accuracy, unambiguity, and standardization in conveying economic information, while simultaneously being characterized by dynamism, polysemy, and contextual and domain-specific variability of meaning.

The paper examines the key factors that complicate the adequate translation of business terms, including the polysemy of terminological units, the absence of direct equivalents in the target language, the presence of "false friends of the translator," and semantic transformations of borrowed lexical items in the recipient language. Typical examples of English business terms are analyzed, demonstrating the decisive role of context, field of application, and pragmatic orientation of the text in selecting appropriate translation equivalents. Particular attention is paid to the translation of neologisms and Anglicisms that actively function in modern business discourse and often lack stable normative equivalents in Ukrainian.

The article outlines the main translation strategies for overcoming lexical and semantic difficulties, including transcoding, calquing, descriptive translation, and adaptation, and emphasizes the need for their flexible combination depending on

the communicative purpose of the text and the target audience. It is concluded that effective translation of business terms is possible only through the integration of high-level linguistic competence with a thorough understanding of economic, legal, and cultural realities.

Key words: business terminology, translation, lexical and semantic difficulties, polysemy, non-equivalent vocabulary, business discourse.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі бізнес-комунікація дедалі частіше відбувається в умовах багатомовного та міжкультурного простору. Розширення міжнародних економічних зв'язків, діяльність транснаціональних корпорацій, розвиток електронної комерції та фінансових ринків зумовлюють активне функціонування бізнес-текстів різних жанрів – фінансових звітів, контрактів, маркетингових матеріалів, корпоративної документації. У цих умовах переклад бізнес-текстів стає ключовим чинником ефективної міжнародної взаємодії. Особливу роль у такій комунікації відіграє бізнес-термінологія, оскільки саме вона забезпечує точність, однозначність і фаховість передавання економічної інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми перекладу термінології, зокрема бізнес- та економічної, неодноразово ставали об'єктом наукових досліджень у межах сучасного перекладознавства. У працях вітчизняних і зарубіжних учених розглядаються питання термінотворення, еквівалентності, перекладацьких трансформацій, функціонування запозичень і неологізмів у професійному дискурсі.

Проблеми перекладу спеціалізованої, зокрема бізнес- та економічної, термінології ґрунтовно розглядаються в межах сучасного перекладознавства. Теоретичну основу дослідження становлять праці, присвячені загальним питанням теорії перекладу, семантики терміна та перекладацької еквівалентності. Так, В. І. Карабан наголошує, що переклад наукових і фахових текстів потребує максимальної точності передавання термінологічного значення, оскільки навіть незначні семантичні відхилення можуть призвести до спотворення змісту спеціального повідомлення [1, с. 52–55]. Це положення є особливо актуальним для бізнес-дискурсу, де терміни виконують ключову інформаційну функцію.

Загальнотеоретичні засади семантики та багатозначності мовних одиниць подані у працях М. П. Кочергана. Автор зазначає, що лексичне значення слова формується в системі мовних і позамовних зв'язків, а в умовах спеціалізованого вжитку може зазнавати звуження або переосмислення [2, с. 211–215]. Це положення пояснює причини семантичної варіативності бізнес-термінів і складність їх адекватного відтворення в перекладі.

Важливе місце у вивченні лексико-семантичних аспектів перекладу посідають праці зарубіжних дослідників. Зокрема, М. Baker розглядає проблему безеквівалентної лексики, наголошуючи, що терміни, пов'язані з певними соціально-економічними реаліями, часто не мають прямих відповідників у мові перекладу й потребують застосування різних перекладацьких стратегій – транскодування, описового перекладу або адаптації [3, с. 18–23].

Подібні ідеї розвиває Р. Newmark, який акцентує увагу на прагматичному аспекті перекладу термінів. Учений вважає, що вибір перекладацького рішення має залежати від типу тексту, його функції та цільової аудиторії, а не лише від формальної семантичної відповідності [4, с. 56–61]. Такий підхід є особливо релевантним для бізнес-текстів, орієнтованих на практичне використання.

Комунікативний і прагматичний підхід до перекладу представлений у працях В. Hatim та І. Mason, які розглядають перекладача як активного учасника комунікативного процесу. Автори наголошують, що переклад термінів має забезпечувати не лише точність значення, а й ефективність комунікації в конкретному соціальному та професійному контексті [6, с. 145–149].

Важливу роль у дослідженні семантики бізнес-термінів відіграють також лексикографічні джерела, зокрема Cambridge Business English Dictionary, оскільки фіксують їх нормативні значення, галузеву специфіку та варіативність уживання. Залучення таких джерел є необхідним для уникнення помилок, пов'язаних із полісемією та «хибними друзями перекладача».

Постановка завдання. Незважаючи на прагнення термінів до точності та однозначності, переклад бізнес-термінів у міжмовному зіставленні супроводжується значними лексико-семантичними труднощами. Вони зумовлені полісемією термінологічних одиниць, відсутністю прямих еквівалентів у мові перекладу, семантичними трансформаціями запозиченої лексики, наявністю «хибних друзів перекладача», а також контекстуальною й галузевою залежністю значень. Унаслідок цього виникає ризик семантичних викривлень, які можуть призвести не лише до комунікативних непорозумінь, а й до серйозних економічних або правових наслідків. Таким чином, проблема адекватного відтворення біз-

нес-термінів у перекладі залишається актуальною та потребує подальшого комплексного аналізу з урахуванням сучасних комунікативних і прагматичних чинників.

Виклад основного матеріалу. Переклад бізнес-термінів у сучасному науковому дискурсі розглядається як багатовимірний процес, що потребує комплексного підходу та інтеграції різних стратегій. Його ефективність визначається не лише точністю відтворення змісту, а й прагматичною адекватністю, яка забезпечує відповідність перекладу комунікативним потребам цільової аудиторії. У цьому контексті найбільш поширеними є транскодування, калькування та адаптація, кожна з яких виконує специфічні функції у формуванні термінологічного апарату.

Однією з найбільших проблем у цій сфері є лексико-семантичні труднощі перекладу бізнес-термінів, зумовлені відмінностями в мовних системах, економічних моделях та культурних реаліях. Бізнес-термінологія є динамічною, контекстуально залежною та тісно пов'язаною з національними економічними реаліями. Вона характеризується міжкультурною варіативністю, значною кількістю запозичень та постійним оновленням, що суттєво ускладнює перекладацьку діяльність. Такі неологізми та англіцизми часто не мають усталених українських відповідників, що створює додаткові труднощі для перекладача.

Як правило, бізнес-терміни характеризуються:

- високим ступенем запозичуваності;
- активною неологізацією;
- варіативністю перекладацьких відповідників;
- залежністю від правових і культурних чинників;
- прагненням до точності значення;
- вираженою контекстною залежністю.

Саме сукупність цих особливостей значно ускладнює процес адекватного перекладу та вимагає від перекладача не лише мовної, а й фахової компетентності.

За визначенням дослідників, термін повинен бути точним, системним і однозначним у межах певної галузі знань [2, с. 214]. Однак у реальному мовному вжитку ці вимоги не завжди дотримуються, особливо в міжмовному зіставленні. Бізнес-тексти поєднують елементи економіки, права, менеджменту та маркетингу, що зумовлює багатовимірність значень термінів. Одним із найпоширеніших прикладів є термін *startup*, який в українській мові закріпився у формі транскодування – «стартап». Хоча можливим є описовий переклад «нова компанія» або «інноваційне під-

приємство», саме транскодований варіант відповідає сучасній практиці та зберігає міжнародну впізнаваність.

Розглянемо основні лексико-семантичні труднощі перекладу бізнес-термінів та шляхи їх подолання. До основних труднощів перекладу бізнес-термінів відносяться:

1. Полісемія бізнес-термінів. Полісемія є однією з найпоширеніших причин семантичних неточностей у перекладі бізнес-текстів [3, с. 91–92]. Багато англійських бізнес-термінів є багатозначними, а їх значення визначається конкретним контекстом. Так, англійський термін *capital* може означати: капітал; столицю; великий шриффт. Термін *equity* вживається у значеннях: власний капітал, акціонерний капітал, частка участі, чистий капітал, цінні папери, акції. Лексема *asset* може перекладатися як актив, майно, ресурс, фонд або капітал. Неврахування галузевого контексту може призвести до неправильного тлумачення фінансових показників і суттєвого спотворення економічного змісту тексту.

2. Відсутність прямих відповідників у мові перекладу. Частина бізнес-термінів виникає в межах певної економічної системи й не має усталених еквівалентів у мові перекладу. Це пов'язано з відмінностями в економічних моделях і правових системах різних країн.

До таких термінів належать: *outsourcing*, *startup*, *benchmarking*, *compliance*, *franchise*. У багатьох випадках ці одиниці залишаються без перекладу або передаються шляхом транслітерації. У таких ситуаціях перекладач змушений застосовувати калькування або описовий переклад, що потребує додаткового пояснення та може знижувати лаконічність тексту. Відсутність прямих еквівалентів у мові перекладу зумовлена розбіжностями економічних і правових систем [4, с. 67].

3. Хибні друзі перекладача. Бізнес-лексика містить значну кількість слів, які мають формальну схожість у різних мовах, але відрізняються за значенням. Це явище отримало назву «хибні друзі перекладача». Типовими прикладами є: *actual* – фактичний, а не актуальний; *corporation* – корпорація, а не будь-яке об'єднання; *fabric* – тканина, а не фабрика. Такі помилки є особливо небезпечними в діловій документації, оскільки можуть спричинити неправильне тлумачення умов договору або фінансових показників [5].

4. Семантичні трансформації запозичених термінів. Запозичені бізнес-терміни нерідко зазнають семантичних змін у мові-реципієнті [6, с. 143–145]. Так, в англійській мові *manager*

означає керівника різного рівня, тоді як в українській мові це слово часто вживається у вузькому значенні «менеджер з продажу». Термін *marketing* у професійному розумінні означає комплексну систему управління ринковою діяльністю, а не лише рекламну діяльність. Перекладач повинен орієнтуватися на нормативне фахове вживання терміна, а не на побутові уявлення.

5. Контекстуальна та галузева залежність. Один і той самий термін може мати різні значення залежно від сфери використання. Наприклад, *profit margin* перекладається як «маржа прибутку», «рентабельність» або «прибутковість». Термін *turnover* у фінансах означає «оборот», а у сфері управління персоналом – «плинність кадрів». Отже, без урахування галузевого контексту переклад бізнес-термінів може бути некоректним або двозначним.

Існують декілька шляхів подолання лексико-семантичних труднощів перекладу бізнес-термінів:

1. Використання контекстуального аналізу для визначення точного значення. Наприклад, при неправильному перекладі словосполучення *public company* може перекладатися як «публічна компанія». Але у правовому контексті *public company* – це компанія, чії акції продаються на біржі. Отже, правильний переклад буде звучати як «акціонерне товариство (відкрите)». Або досить часто у фінансовому документі можна побачити переклад слова *turnover* як «плинність кадрів». Такий переклад буде правильним для сфери HR (скор. англ. *Human Resources* – «людські ресурси» або «персонал»), а у сфері фінансів переклад повинен бути – «оборот».

2. Застосування пояснювальних перекладів. Наприклад, «корпоративне управління – система контролю та регулювання діяльності компанії». Буквальний переклад словосполучення *dividend yield* як «урожай дивідендів» звучить абсурдно, правильним перекладом буде «дохідність дивідендів».

3. Використання транскодування та калькування для нових термінів. Наприклад, *outsourcing* – *аутсорсинг*. Термін *stakeholder* в українській практиці перекладається як «зацікавлена сторона», що є семантично прозорим і зрозумілим для широкої аудиторії. Водночас у професійних текстах дедалі частіше використовується транскодований варіант «стейкхолдер», який зберігає міжнародну впізнаваність та від-

повідає тенденції інтеграції англіцизмів у бізнес-тексти. Обидва варіанти функціонують паралельно, що створює проблему стандартизації та може призвести до комунікативних непорозумінь у міжкультурному спілкуванні.

Слід врахувати, що помилкові переклади часто виникають через буквальне калькування, неврахування контексту або плутанину з «фальшивими друзями перекладача». В окремих випадках до калькованих та транскодованих термінів краще додати пояснення. Наприклад, калькування слова *assets* як «асети» без адаптації створює непрофесійне враження, краще зробити переклад як «активи»; транскодування слова *equity* («еквіті») без пояснення не передає змісту, краще використати словосполучення «власний капітал» або «акціонерний капітал»; у слові *benchmarking* («бенчмаркінг» (без пояснення)), наприклад, транскрипція допустима, але краще додати пояснення і використати словосполучення «порівняльний аналіз».

4. Залучення міжнародних стандартів, глосаріїв і нормативних документів.

5. Формування власних термінологічних баз і глосаріїв для узгодженості перекладу.

Можна сказати, що переклад неологізмів та англіцизмів у бізнес-текстах потребує гнучкого застосування різних стратегій: транскодування для збереження міжнародної впізнаваності, описового перекладу для пояснення складних понять, калькування з адаптацією для відтворення історично та культурно маркованих термінів. Вибір стратегії залежить від комунікативної мети, цільової аудиторії та ступеня усталеності терміна у професійному середовищі.

Висновки. Лексико-семантичні труднощі перекладу бізнес-термінів є системним явищем, зумовленим динамічністю бізнес-дискурсу та відмінностями між економічними культурами. Полісемія, безеквівалентність, хибні друзі перекладача та контекстуальна варіативність значень вимагають від перекладача високого рівня фахової підготовки.

Таким чином, успішний переклад бізнес-текстів можливий лише за умови поєднання мовної компетентності перекладача з глибоким розумінням економічних і культурних реалій. Переклад бізнес-термінів слід розглядати як міждисциплінарний процес, у якому лінгвістичні знання тісно взаємодіють з економічними та правовими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця: Нова книга, 2004. 608 с.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ: Академія, 2010. 464 с.
3. Baker M. *In Other Words: A Coursebook on Translation*. London: Routledge, 2011. 332 p.
4. Newmark P. *A Textbook of Translation*. London: Prentice Hall, 1988. 292 p.
5. Cambridge Business English Dictionary. Cambridge University Press, 2019. 560 p.
6. Hatim B., Mason I. *The Translator as Communicator*. London: Routledge, 1997. 223 p.



Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 16.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 30.03.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.05.2026