

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАТЕЙ С КОРЕЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК



<https://doi.org/10.5281/zenodo.7461050>

Надежда ЦОЙ,  
ТДШУ, магистрант 2-го года обучения,  
Ташкент, Узбекистан.  
Тел: +998935394715;  
E-mail: [nadya.tsoy.81@bk.ru](mailto:nadya.tsoy.81@bk.ru)

**Annotatsiya:** *Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalari matnlariga xos bo'lgan iqtisodiy maqolalarning vazifalari va uchta quyi leksik tizimlarning o'zaro ta'siri, shuningdek, turli uslublar elementlarining mujassamlashuvi, so'zlashuvda qo'llaniladigan so'zlar va iboralarni kiritish, frazeologik birliklardan foydalanish haqida so'z boradi. Tahlil uchun tanlab olingan material, xususan, Koreya Respublikasi gazetalari maqolalaridan parchalar maxsus terminlar, metafora, shuningdek, boshqa tillardan o'zlashtirilgan so'zlar bilan to'ldirib tayyorlangan.*

**Kalit so'zlar:** *iqtisodiy atamalar, ommaviy axborot vositalari, so'z boyligi, stilistik vositalar*

**Аннотация:** *В настоящей статье представлены функции экономических статей свойственные текстам СМИ и взаимодействие трех лексических подсистем, также совмещение разно-стилевых элементов, включение разговорных слов и оборотов, использование фразеологизмов. Отобранный для анализа материал, в частности вырезки из статей газет Республики Корея были насыщены специальной лексикой, метафорой, а также заимствованных слов с других языков.*

**Ключевые слова:** *экономические термины, СМИ, лексика, стилистические средства*

**Annotation:** *This article shows the functions and features of economic articles of media texts and the interaction of three lexical subsystems, as well as the combination of elements of different styles, the inclusion of colloquial words and phrases, the use of phraseological units. The material selected for analysis, in particular, clippings from newspaper articles from Republic of Korea, was saturated with special vocabulary, metaphor, as well as borrowed words from other languages.*

**Key words:** *economic terms, mass media, vocabulary, stylistic means*

Как известно язык, особенно его лексическая составляющая, постоянно развивается. Слова приобретают новые значения, старые значения уходят, появляются совершенно новые слова. В

большинстве случаев новыми словами являются термины, которые отражают новые понятия, а также из значения в науке, в социальных отношениях, в технике, быта, политике, а также в экономике.

Особое внимание уделено области экономики. Экономика пронизывает социальную сферу, сферу промышленного и сельскохозяйственного производства, науку и культуру. Именно экономическая лексика наиболее интенсивно проникает в тексты СМИ, предназначенные для самых широких слоев читателей, а через них - в повседневную речь, пополняя лексикон широких масс носителей языка. При этом лексика исходно терминологическая не может не претерпевать определённых семантических, а иногда фонетических и морфологических изменений.

Средства массовой информации в настоящее время служат основным инструментом внедрения экономических знаний и экономической лексики в массовое сознание народа. Популяризация экономических знаний стала одной из примет современной прессы. До одной трети общего объёма наиболее читаемых изданий занимают статьи, посвящённые различным типам экономических ситуаций и отношений.[1]

Экономические статьи выполняют все основные функции, свойственные текстам СМИ: информативную, развлекательную, образовательную, рекламную, идеологическую; при этом речь может идти либо о гармоничном сочетании всех функций, либо о преобладании той или иной функции в определенных текстах. В популярных экономических текстах имеет место взаимодействие трех лексических подсистем: общеупотребительной лексики (일반적인 어휘), общенаучной (일반 과학 어휘) и специальной терминологической (특수 용어 어휘); последняя подсистема отличается специфическими характеристиками, представляет собой несколько групп слов экономического характера. Популярный характер рассматриваемых экономических текстов обеспечивается различными средствами, среди которых: совмещение разно-стилевых элементов, включение разговорных слов и оборотов, элементы языковой игры, использование фразеологизмов (관용어) разных структурных типов, употребление характеризующих слов в составе

описательных определений, коннотативных слов и словосочетаний, косвенно отражающих оценку описываемого явления. Популярные экономические тексты насыщены яркими сочными метафорами, которые, с одной стороны, соотносятся с экономическими концептами, с другой стороны, строятся на основе обыденных, повседневных концептов жизни человека, что позволяет анализировать данный тип как концептуальную метафору; распространены случаи развернутой, или расширенной, метафоры. Поскольку популярные экономические тексты рассказывают об экономических событиях и процессах в разных странах мира, затрагивают реалии разных народов, они включают значительный процент культурно-специфических единиц, которые в работе представлены в виде определенной классификации.

Тексты, объединенные общим названием популярные экономические статьи, имеют целый ряд особенностей, которые позволяют выделить их в отдельный тип текста. Поскольку тематически данные тексты относятся к той ли иной области экономики, характерным для них является наличие специальной лексики - экономических терминов, которые можно объединить в восемь групп. Первую группу составляют «популярные экономические термины» - часто повторяющиеся в статьях на экономические темы, известные обычным читателям современной прессы слова и выражения. Вторую группу составляют «популярные» экономические термины, используемые в повседневной жизни. Третья группа включает специальные экономические термины, которые либо расшифровываются в статье, либо становятся понятными из данного контекста. В четвертую группу входят специальные термины, созданные непосредственно для данного текста, они также объясняются автором или употребляются в таких контекстах, из которых легко выводится их значение. В пятую группу слов и выражений, относящихся к категории «экономика», мы объединяем «экономические клише», в основе которых лежат стертые метафоры. Единицы жаргона той или иной области экономики образуют шестой слой популярной экономической лексики. Седьмая группа лексем, имеющих экономический смысл, -

это аббревиатуры. Фразеологизмы разных структурных типов и разной стилистической окраски составляют восьмую группу экономических терминов. Здесь можно выделить несколько случаев: фразеологизмы общего значения, которые в данном контексте используются по отношению к описываемым экономическим проблемам и ситуациям, они переосмыслены и приобрели «экономическое значение». Далее, «экономические» термины, образованные от свободных словосочетаний общего языка; устойчивые сочетания, заимствованные из других областей знаний и жизни общества, приспособленные для выражения «экономического смысла», а также идиомы общего значения с «экономическим» компонентом.

Характерной чертой популярных экономических текстов является совмещение разностилевых элементов: сочетание книжных высокопарных слов, принадлежащих официально деловому стилю, и разговорных, нередко неформальных, слов и оборотов. Особенностью анализируемых текстов является также интенсивное использование описательных определений. Частыми случаями являются определения, в основе которых лежит атрибутивная модель «существительное + существительное»; нередко описательные определения представляют собой цепочку слов различных частей речи и различной структуры.

В популярных экономических статьях широко используются коннотативные слова и словосочетания, которые косвенно отражают оценку описываемого явления, служат средством экспрессивного выражения и эмоционального воздействия на читателей. Это может быть экспрессивно или оценочно коннотативированная лексика, либо нейтральная лексика, когда в контексте статьи определенные существительные или прилагательные параллельно и одновременно с реализацией прямых значений реализуют окказиональные смыслы, которые в своей совокупности создают эмоционально-окрашенный подтекст речевого произведения, коммуникативно значимый для адекватного восприятия его смысла. Популярные экономические статьи соединяют в себе как компоненты сообщения, так и компоненты воздействия: косвенный призыв, скрытые рекомендации.

Популярные экономические тексты изобилуют различными стилистическими приемами; «очеловечивание» экономических явлений осуществляется с помощью случаев олицетворения, которые реализуются использованием глаголов действий, присущих человеку, с экономическими понятиями и определений, свойственных характеристики людей. Образные сравнения нередко далее развиваются в тексте, чтобы представить то или иное экономическое явление более подробно, сделать его описание более доступным.

Популярные экономические тексты, предназначенные для широкой международной аудитории, включают значительный процент культуро-специфических единиц (термин Добросклонской<sup>1</sup>). На основе анализа лексики текстов можно выделить несколько групп слов и выражений, отражающих специфику определенной культуры: слова, называющие национальные реалии, известные широкой читательской аудитории; национальные слова, вводимые для придания национальной окраски, имеющие соответствия в английском языке; национальные слова, не имеющие соответствий в английском языке, иностранные слова, называющие известные компании, бренды, бутики.

В популярных экономических статьях используется большое количество стилистических средств: ирония, аллюзии, языковая игра, которая может быть основана на повторе, разделении слова или устойчивого словосочетания, совпадении слов, использовании разных значений одного слова; обыгрываются известные пословицы, используются фонетические приемы. Для повышения интереса к популярным экономическим статьям их создатели придают им личностную окраску: в анализируемых текстах встречается большое количество имен собственных: географические названия, названия компаний, банков, экономических мероприятий, форумов, имена известных экономистов и бизнесменов.[2]

KG 그룹이 쌍용차의 새 주인 후보로 선정됐습니다.

서울회생법원 회생 1부는 오늘 오전 쌍용차의 신청을 받아들여 인수예정자를 KG 그룹과 사모펀드 파빌리온 PE 의 컨소시엄으로 결정했다고 밝혔습니다.

쌍용차와 매각주관사인 한영회계법인은 인수 금액과 사업계획 등을 평가한 뒤 인수 조건이 가장 좋은 KG 컨소시엄을 인수 예정자로 결정했다고 설명했습니다.[4]

*KG Group стала новым владельцем Ssangyong Motor.*

<sup>1</sup> <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

*Реабилитационный суд Сеула объявил, что 1-е отделение реабилитационного суда сегодня утром приняло заявление Ssangyong Motor и приняло решение стать консорциумом KG Group и фонда прямых инвестиций Pavilion PE.*

*Ssangyong Motor и Hanyoung Accounting Corporation, ведущий андеррайтер<sup>2</sup> продажи, объяснили, что после оценки суммы приобретения и бизнес-плана они решили приобрести консорциум KG с лучшими условиями приобретения.<sup>3</sup>*

В данном образце можно выделить следующую лексику, свойственную экономической тематике, к примеру:

컨소시엄 – консорциум

사모펀드 – фонд прямых инвестиций

사업계획 – бизнес-план

Также в данном примере встречаются имена собственные, а также заимствованные слова, в частности с английского языка, к примеру:

KG 그룹이, 파빌리온 PE.

Отсюда следует, что статьям экономической тематики свойственна определенная лексика, а также заимствованные слова.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В настоящей статье рассматривается роль средств массовой информации в настоящее время, а также внедрения экономических знаний и экономической лексики в массовое сознание народа. Популяризация экономических знаний стала одной из примет современной прессы. Показаны экономические тексты насыщенные метафорами, которые, с одной стороны, соотносятся с экономическими концептами, с другой стороны, строятся на основе обыденных, повседневных концептов жизни человека. Экономические статьи, имеют целый ряд особенностей, которые позволяют выделить их в отдельный тип текста, также статьи экономической тематики характерны наличием специальной лексики.

### **ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА (REFERENCES)**

1. Сангинова Ф. Ю. Актуальные процессы терминологического образования в испанских печатных СМИ: На материале экономической терминологии.

<sup>2</sup> Андеррайтер - юридическое лицо, которое осуществляет руководство процессом выпуска ценных бумаг и их распределения. См: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/>

<sup>3</sup> <https://translate.google.com/>

- 
- Дисс...канд.филол.н. -М, 2005. – 118 с. <https://www.dissercat.com/content/leksiko-stilisticheskaya-kharakteristika-frantsuzskikh-publitsisticheskikh-tekstov-ekologich>
2. Петушинская Е. Г. Язык популярного экономического дискурса: на материале англоязычной публицистики. Дисс...канд.филол.н. Германские языки. Коломна, 2008. – 212с. <https://www.dissercat.com/content/yazyk-populyarnogo-ekonomicheskogo-diskursa-na-materiale-angloyazychnoi-publitsistiki>
3. [https://imnews.imbc.com/news/2022/econo/article/6368231\\_35687.html](https://imnews.imbc.com/news/2022/econo/article/6368231_35687.html)
4. [https://imnews.imbc.com/replay/2022/nw1200/article/6368326\\_35715](https://imnews.imbc.com/replay/2022/nw1200/article/6368326_35715)
5. [https://imnews.imbc.com/news/2022/politics/article/6367718\\_35666](https://imnews.imbc.com/news/2022/politics/article/6367718_35666).
6. Khodjayeva, N. (2021). The issues of stylistics on translation of historical costumes. Asian journal of multidimensional research, 10(4), 534-543.