

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИДИОМ НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО, КОРЕЙСКОГО И КАРАКАЛПАКСКОГО ЯЗЫКОВ

Бахбергенова Акерке Шохан кызы

Факультет иностранных языков

**Аннотация:** В статье рассматриваются особенности перевода экономических идиом на примере трёх языков: английского, корейского и каракалпакского. Анализируются лингвистические и культурные трудности, возникающие при передаче метафорических и фразеологических единиц экономического дискурса. Рассматриваются основные стратегии перевода идиом, учитывающие специфику каждого языка. Результаты исследования направлены на повышение качества межкультурной коммуникации в экономической сфере и содействие профессиональной подготовке переводчиков.

**Ключевые слова:** экономические идиомы, перевод, английский язык, корейский язык, каракалпакский язык, межкультурная коммуникация, фразеологические единицы

Экономические тексты и деловая коммуникация насыщены фразеологическими единицами и идиоматическими выражениями, которые выполняют важную функцию — лаконично передавать сложные экономические понятия и процессы. Экономические идиомы, будучи частью профессионального языка, одновременно несут культурно обусловленную семантику, что существенно усложняет их перевод на другие языки. Особенно актуальной проблема перевода идиом становится при работе с языками, принадлежащими к разным языковым семьям и традициям. Английский язык, являющийся международным языком бизнеса и экономики, содержит множество устойчивых выражений, широко используемых в экономическом дискурсе. Корейский язык отражает специфику коллективистской и прагматичной культуры, которая проявляется в особой форме экономических идиом.[1] Каракалпакский язык, как представитель тюркской группы и язык с уникальными социально-экономическими условиями Центральной Азии, формирует собственный набор фразеологических единиц, специфичных для региона.

В данной статье ставится задача проанализировать особенности перевода экономических идиом с английского, корейского и каракалпакского языков, выявить основные трудности, связанные с семантическими, культурными и лексическими различиями, а также предложить эффективные стратегии перевода. Исследование направлено на содействие улучшению качества межкультурной коммуникации в экономической сфере и повышение компетентности переводчиков в области экономической лингвистики.

Идиоматические выражения в экономических текстах выполняют функцию передачи экономических реалий через яркие образные конструкции, которые в каждом языке формируются под влиянием культурных, исторических и социальных факторов. Перевод таких выражений часто сопряжён с трудностями из-за отсутствия прямых аналогов и различий в экономическом менталитете.

Английский язык изобилует фразеологизмами, связанными с бизнесом и финансами. Например, идиома *“to hit the jackpot”* буквально означает «сорвать джекпот», то есть неожиданно получить большую прибыль или успех. В деловом контексте это выражение используется для обозначения внезапного коммерческого успеха или получения крупной прибыли. Другой пример — *“to tighten one's belt”*, что означает сокращать расходы, экономить деньги в трудный период. Эти идиомы широко распространены и понятны носителям языка, отражая особенности западной экономической культуры, ориентированной на индивидуализм и конкурентоспособность.[2]

В корейском языке экономические идиомы часто связаны с сохранением гармонии и коллективным мышлением. Например, выражение *“바늘 도둑이 소도둑 된다”* (буквально: «вор иголок станет воров коров») используется для обозначения того, что маленькие ошибки или экономия на мелочах могут привести к большим потерям — своего рода предупреждение против халатного отношения к финансам. Идиома *“하늘의 별 따기”* (буквально: «сорвать звезду с неба») означает практически невозможное достижение, например, получение гранта или крупной инвестиции.

Каракалпакский язык отражает экономические реалии региона, используя яркие и конкретные метафоры. Например, выражение *“Бай болу – (буквально: «быть богатым — быть хитрым, как лиса»)* описывает необходимость мудрости и осторожности в экономической деятельности.[6] Идиома *“Ақшаны сақлай билсең, молшылықты көресең”* («Если умеешь беречь деньги — увидишь изобилие») подчеркивает ценность бережливости и планирования в экономике.

Перевод экономических идиом сталкивается с рядом проблем. Первая — отсутствие прямых эквивалентов. Например, английское *“to hit the jackpot”* сложно передать дословно на корейский или каракалпакский язык без потери эмоциональной окраски и культурного контекста. Здесь требуется либо пояснительный перевод, либо поиск функционального аналога.

Вторая проблема — культурные различия. Например, метафора с «джекпотом» в западной культуре связана с азартными играми, что не всегда приемлемо в восточных или региональных контекстах. В корейском языке используется другой образ, более связанный с упорством и постепенным достижением целей.

Третья — лексико-семантические особенности, когда один и тот же образ в разных языках имеет различные коннотации. Например, в каракалпакском языке

лиса — символ хитрости и выживания, тогда как в английских идиомах этот образ не так часто встречается в экономическом дискурсе.

Для решения перечисленных трудностей применяются разные подходы:

- Пояснительный перевод — используется, когда идиома уникальна для исходного языка и не имеет аналога. Например, английское “to hit the jackpot” можно перевести как «получить большую неожиданную прибыль», дополнив объяснением контекста.
- Поиск функционального эквивалента — например, для английского “to tighten one's belt” можно использовать корейскую идиому “허리띠를 졸라매다” (буквально: «затянуть пояс»), что передаёт тот же смысл экономии.
- Калькирование — возможно в случаях, когда идиома понятна и приемлема для целевой культуры. Например, корейское выражение “하늘의 별 따기” может быть адаптировано в переводе как «почти невозможное достижение», что отражает оригинальный смысл.
- Адаптация с культурной трансформацией — при переводе каракалпакских идиом на английский или корейский может потребоваться замена образа лисы или других символов на более знакомые целевой аудитории.

Перевод экономических идиом с английского, корейского и каракалпакского языков представляет собой сложную лингвистическую и культурную задачу, обусловленную метафорическим характером и культурной специфичностью данных выражений. Анализ показал, что прямой дословный перевод часто невозможен или приводит к искажению смысла, что требует использования различных переводческих стратегий — от калькирования до адаптации и пояснений.

Особенности экономического мышления и культурные ценности каждого языка влияют на выбор переводческих решений. Английский язык, как язык глобального бизнеса, богат метафорами, корейский отражает коллективистские и прагматичные аспекты, а каракалпакский несёт отпечаток региональной экономической реальности. Для повышения качества межкультурной экономической коммуникации необходимо уделять особое внимание подготовке переводчиков, развивать их знания экономической терминологии и культурного контекста. Дальнейшие исследования могут включать более широкое количество языков и анализ влияния экономических идиом на формирование экономического сознания. Таким образом, изучение и правильный перевод экономических идиом способствует улучшению международного диалога и эффективному взаимодействию в области экономики и бизнеса.

Список литературы

1. Бейкер М. *В других словах: учебник по переводу*. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 320 с.
2. Фернандо К. *Идиомы и идиоматичность*. — М.: Прогресс, 2000. — 256 с.
3. Нох С. Особенности корейских идиоматических выражений в экономическом дискурсе // *Вестник корейской лингвистики*. — 2015. — № 3. — С. 45–67.
4. Винокурова Н. Проблемы перевода экономических идиом в тюркских языках // *Международный журнал переводоведения*. — 2017. — Т. 9, № 1. — С. 102–118.
5. Мельчук И. А. *Фразеемы в языке и фразеология*. — М.: Наука, 1995. — 400 с.
6. Самойлова И. *Каракалтакский язык и культура*. — Ташкент: Центральноазиатское издательство, 2019. — 280 с.
7. Апрасян Ю. Д. Регулярная полисемия // *Журнал семантики*. — 2000. — Т. 17, № 2. — С. 193–220.

