

ЛЕКСИЧЕСКИЕ КЛИШЕ
В АНГЛИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ
И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Экономический медиадискурс – это институциональный тип дискурса, содержащий черты экономического и медийного дискурса и характеризующийся наличием определенного количества клише. Клишированные конструкции, функционирующие в экономическом медиадискурсе, подразделяются на три основные структурные группы: клише в форме одиночного или фразового глагола, (*Shares of chipmaker Advanced Micro Devices **were down** 6,3 % after the resignation of ...*), клише в форме словосочетания (*Stocks **also got a tailwind** out of the retail sector...*), клише в форме предложения (***There's been mixed reaction to** increase in the refinancing rate*).

В ходе исследования нами было проанализировано 25 англоязычных статей экономической направленности, в которых выявлено 62 клише. Клише в форме словосочетания составляют 72 %, клише в форме фразового глагола – 23 %, клише в форме предложения представлены в 5 % случаев.

Далее мы проанализировали способы перевода идентифицированных клише на русский язык, которые включают подбор лексического эквивалента (*share index* – индекс акций), лексические преобразования (*to be up* – вырасти), транслитерацию (*securitization* – секьюритизация), изменение порядка слов, синтаксические (*earnings season* – сезон отчетности) и морфологические замены (*flows of foreign investment* – потоки иностранных инвестиций). В ходе перевода пятидесяти микроконтекстов самым частотным приемом оказался поиск лексического соответствия, что составило 40 % всех случаев, наименее частотным – прием синтаксической замены, он составил только 2 % или один случай.