

ФИЛОЛОГИЯ

УДК 81'25

ПРИНЦИП ЧАСТОТНОГО ОТБОРА ТЕРМИНОЛОГИИ И ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УЧЕБНИКА ПО ПЕРЕВОДУ

А. К. Голандам
Гилянский университет, г. Решт, Иран

PRINCIPLE OF FREQUENCY SELECTION OF TERMINOLOGY AND GENERAL ECONOMIC VOCABULARY FOR ECONOMIC TEXTBOOK FOR TRANSLATION

A. K. Golandam
University of Guilan, Resht, Iran

Summary. Due to the rapid development of technology and increase production increased practical importance economic translation. This article discusses the frequency of words on the principle of selection economic translation.

Key words: frequency; economic translation.

По мере развития мировой науки и всемерно растущего международного сотрудничества ученых разных стран знание русского языка становится все более необходимым средством усвоения и передачи информации, повышения квалификации для специалистов любой научной области. Это требует улучшения качества подготовки иранских специалистов в области русского языка. Неотъемлемой частью этой подготовки оказывается лексический аспект занятий. Подчеркнем, что значимость и актуальность отбора лексического материала в границах активного словаря-минимума, усвоения этого объема лексики иранскими студентами-переводчиками определяется насущными коммуникативными потребностями учащихся иранских вузов, ролью русской научной литературы в формировании высококвалифицированного специалиста. Русский язык для иранской аудитории всех типов учебных заведений является необходимым средством культурного роста специалиста. Незавершенность общей теории описания русского языка в учебных целях, учет специфичности русского научного функционального стиля в практике обучения, тем более лексического его аспекта, требуют специальных методов исследований.

Как и во всем мире, все более широкое распространение в Иране получают переводы всевозможных экономических материалов, на долю которых приходится около половины всех переводных изданий. Особое значение приобрел экономический перевод с иностранных языков на персидский, дающий возможность иранским специалистам быть в курсе новейших достижений мировой науки и обеспечивающий надлежащую эксплуатацию импортируемой техники. Все большее развитие получают и переводы научного и прикладного характера с русского языка на персидский, отражающие рост научных, экономических и культурных контактов России с Ираном.

В рамках каждого функционального стиля можно выделить некоторые языковые особенности, влияние которых на ход и результат процесса перевода весьма значительно. Например, в научно-экономическом стиле – это лексико-грамматические особенности научно-экономических материалов, и в первую очередь надо отметить ведущую роль терминологии и специальной лексики.

Помимо таких общих особенностей, в каждом языке аналогичный функциональный стиль обладает и специфическими языковыми чертами.

Характерными особенностями научно-экономического стиля являются его информативность (содержательность), логичность (строгая последовательность, четкая связь между основной идеей и деталями), точность и объективность и вытекающие из этих особенностей ясность и понятность. Отдельные тексты, принадлежащие к данному стилю, могут обладать указанными чертами в большей или меньшей степени. Однако у всех таких текстов обнаруживается преимущественное использование языковых средств, которые способствуют удовлетворению потребностей данной сферы общения.

В области лексики это прежде всего использование научно-экономической терминологии и так называемой специальной лексики. Терминами называются слова и словосочетания, обозначающие специфические объекты и понятия, которыми оперируют специалисты определенной области науки. В качестве терминов могут использоваться как слова, употребляемые почти исключительно в рамках данного стиля, так и специальные значения общепринятых слов. Такие лексические единицы, широко употребляемые в текстах по экономике, трудно встретить за пределами научно-экономических материалов. В то же время в этих текстах выступают в качестве терминов и такие слова, которые имеют хорошо известные всем общеупотребительные значения. Термины должны обеспечивать четкое и точное указание на реальные объекты и явления, устанавливать однозначное понимание специалистами передаваемой информации. Поэтому к этому типу слов предъявляются особые требования. Прежде всего, термин должен быть точным, т. е. иметь строго определенное значение, которое может быть раскрыто путем логического определения, устанавливающего место обозначенного термином понятия в системе понятий данной области науки. По тем же причинам термин должен быть однозначным и в этом смысле независимым от контекста. Иначе говоря, он должен иметь свое точное значение, указанное его определением, во всех случаях его употребления в любом тексте, чтобы пользующимся термином не надо было каждый раз решать, в каком из возможных значений он здесь употреблен. Непосредственно связано с точностью термина и требование, чтобы каждому понятию соответствовал лишь один термин, т. е. чтобы не было терминов-синонимов с совпадающими значениями. Понятно, что точная идентификация объектов и понятий затруднена, когда одно и то же именуется по-разному. Термин должен быть частью строгой логической системы. Значения терминов и их определения должны подчиняться правилам логической классификации, четко различая объекты и понятия, не допуская неясности или противоречивости. И, наконец, термин должен быть сугубо объективным наименованием, лишенным каких-либо побочных смыслов, отвлекающих внимание специалиста, приносящих элемент субъективности. В связи с этим термину «противопоказаны» эмоциональность, метафоричность, наличие каких-либо ассоциаций и т. п.

В значительной степени способствует взаимопониманию специалистов и широкое употребление ими так называемой специальной общэкономической лексики, которая также составляет одну из специфических черт научно-экономического стиля. Это слова и сочетания, не обладающие свойством термина идентифицировать понятия и объекты в определенной области, но употребляемые почти исключительно в данной сфере общения, отобранные узким кругом специалистов, привычные для них, позволяющие им не задумываться над способом выражения мысли, а сосредоточиваться на сути дела. Специальная лексика включает всевозможные производные от терминов, слова, используемые при описании связей и отношений между терминологически обозначенными понятиями и объектами, их свойств и особенностей, а также целый

ряд общенародных слов, употребляемых, однако, в строго определенных сочетаниях и тем самым специализированных. Такая лексика обычно не фиксируется в терминологических словарях, ее значения не задаются научными определениями, но она не в меньшей степени характерна для научно-экономического стиля, чем термины.

Соблюдение норм употребления специальной лексики ставит перед переводчиком особые задачи при создании текста перевода. Разумеется, в научно-экономических материалах используется отнюдь не только терминологическая и специальная лексика. В них встречается большое число общенародных слов, употребляемых в любых функциональных стилях. При переводе таких лексических единиц переводчик научно-экономической литературы сталкивается с такими же трудностями и применяет для их преодоления такие же приемы, как и его собратья, работающие в иных областях. Встречаются в научно-экономических материалах и лексические элементы, более характерные для разговорного стиля, при переводе которых переводчику приходится сталкиваться с необходимостью выбора экспрессивно-стилистических вариантов. Очевидно, что для понимания и перевода фраз переводчику научно-экономической литературы недостаточно иметь познания в области терминологии и специальной лексики. Как и любой переводчик, он должен хорошо владеть всеми богатствами языков, с которыми ему приходится иметь дело.

Для создания научно-экономического учебника по переводу были использованы научно-экономические книги разных отраслей. Для каждой группы было отведено и отработано 2–3 книги, каждая с общей численностью 1107826 слов. В общем было отобрано около 28 книг.

Эта книга предназначена в первую очередь в качестве учебника для преподавания перевода экономических текстов с русского на персидский. Основная цель руководства – способствовать развитию навыков для анализа различных элементов экономических текстов и навыков правильного перевода русских экономических текстов.

Данная книга представляет собой практическое руководство, в котором излагаются и проиллюстрированы примеры из русских экономических текстов (наиболее важных с точки зрения перевода экономических текстов), на основе общеэкономической и общепотребительной лексики русского языка. Выбор материала продиктован желанием подчеркнуть эти особенности языка, используя экономические тексты из разных предметных областей. Из 100 % слов, составляющих текст, 33,64 % составляет терминология, а 66,36 % составляет общеэкономическая и общепотребительная лексика (см. табл. 1 и 2).

Таблица 1

**Общеэкономические и общепотребительные слова
и процент употребления этих слов в отработанных текстах**

без	19.7%
более	8.67%
больше	18.35%
будет	10.28%
будут	17.8%
была	6.13%
были	11.78%
было	8.15%
быть	9.39%

изменения	18.02%
или	4.31%
именно	18.46%
как	2.04%
когда	10.07%
которая	12.46%
которые	3.83%
кто	19.3%
лет	20.65%

власти	19.61%
вопрос	20.74%
время	13.57%
все	4.73%
всего	18.24%
всех	17.46%
года	14.03%
году	17.12%
даже	12.13%
для	2.77%
других	17.69%
его	5.1%
если	5.8%
есть	14.47%
еще	11.26%
они	6.44%
при	5.45%
россии	11.96%
российской	16.41%
свои	17.91%
случае	14.62%
стране	16.17%
страны	19.40%
так	7.62%
также	14.18%
тем	13.26%
того	10.49%
только	6.75%

либо	17.23%
лишь	16.29%
людей	20%
между	11.61%
могут	15.16%
может	7.054%
можно	11.08%
например	18.56%
некоторые	20.37%
нет	18.13%
них	18.88%
образом	16.77%
общества	18.99%
однако	12.62%
она	7.89%
том	10.89%
уже	11.43%
хотя	18.78%
чем	9.15%
что	1.27%
чтобы	10.69%
эти	16.89%
это	3.34%
этого	9.62%
этом	13.88%
этот	17 %
является	13.42%

Ниже приведены первые 30 частотных слов, которые покрывают более 33,64 % экономических текстов из выбранных книг (см. табл. 2).

Таблица 2

**Слова из терминологии по экономике
и процент употребления этих слов в отработанных текстах**

банка	19.90%
банковской	20.46%
денег	17.58%
деньги	16.53%
деятельности	12.29%
капитала	15.03%
компании	9.86%
кризис	20.83%
кризиса	15.55%

решения	15.42%
рост	17.35%
рынка	7.34%
рынок	12.95%
система	15.80%
системы	14.33%
собственности	12.79%
социальной	14.89%
средств	19.80%

организации	18.67%
отношения	13.11%
политической	15.68%
положение	20.55%
после	19.09%
предприятия	8.41%
производства	14.75%
рабочих	15.29%
развития	15.93%
результате	20.19%

средства	19.51%
счет	20.92%
труда	20.28%
управления	16.65%
условиях	16.05%
финансовых	13.73%
экономике	20.09%
экономики	19.20%
экономической	8.92%

Заключение

Отбор конкретного лексического материала, в сочетании с которым функционируют отобранные лексические единицы, достаточные для формирования необходимых умений и навыков для обучения переводу экономических текстов, оказывается в свете сказанного важной исследовательской задачей. Такое лингвистическое обоснование профессиональной направленности обучения служит эффективным приемом рационализации отбора и презентации языкового материала в учебных целях для достижения поставленных задач обучения, определяет реальность программы, способствует овладению словарным составом и типичными конструкциями из области науки. Анализ соответствующей области человеческой деятельности, в нашем случае экономической области, показывает определенные тенденции, ориентации в отборе и выборе языковых средств в данной сфере общения, заставляет обращать особое внимание, в частности, на лексический состав экономических текстов.

Стилистический анализ показал, что существует ряд лексико-морфологических особенностей, типичных для целостной системы экономической науки. Проблема лексического отбора сводится, прежде всего, к вопросу о достаточности лексического материала для реализации требований программы в области учебно-профессиональной деятельности (овладение словарным составом и типичными русскими словосочетаниями из специальной области, в данном случае – экономики) и последующей профессиональной. Эти факторы диктуют определенную целенаправленность в отборе лексических средств, представленных различными пластами, среди которых упомянем: общеупотребительную лексику, используемую в разных сферах человеческого общения, и специальную, распадающуюся на общенаучную и профильную, или межотраслевую и узкоспециальную.

При отборе лексического материала с учетом специальности целесообразно руководствоваться критериями: частотности, тематической важности, семантической и словообразовательной ценности, синтаксической сочетаемости, а также учетом трудностей изучения русской лексики в иранской аудитории в условиях внеязыковой среды.

Отбор конкретного активного словаря-минимума и выявление необходимого грамматического материала, в сочетании с которым функционируют отобранные лексические единицы, достаточные для формирования необходимых умений и навыков при переводе научно-экономических текстов русского языка, с неизбежностью способствуют интенсификации обучения. Такое лингвистическое обоснование способствует более рациональной презентации языкового материала, более успешному закреплению для достижения поставленных задач обучения.

Библиографический список

1. Шапова И. А. Частотный англо-русский словарь-минимум по оптоэлектронике и лазерной технике. – 1-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2006.
2. Штейнфельдт Э. Частотный словарь современного русского литературного языка. – 1-е изд. – М. : Прогресс, 1963.
3. Ляшевская О. Н., Шаров С. А. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). – М. : Азбуковник, 2009.
4. НКРЯ: Национальный корпус русского языка 2003–2005: Результаты и перспективы. – М. : Индрик, 2005.
5. Штейнфельд Э. А. Частотный словарь современного русского литературного языка. – Таллин, 1963.
6. Засорина Л. Н. Частотный словарь русского языка. – М. : Русский язык, 1977.
7. Бандурин В. В., Кузнецов В. Ю. Управление федеральной собственностью в условиях переходной экономики. – М. : Наука и экономика, 1999. – 151 с.
8. Сборник статей по современному экономическому состоянию России. – Фонд «Бюро экономического анализа».
9. Найшуль В. First published by the Institute of Economic Affairs. – London, October 1976.
10. Райс Эл, Траут Джек. Маркетинговые войны. – СПб. : ЗАО Издательство «Питер», 2000. – 256 с.

© Голандам А. К.