

**დარგობრივი ენა და გამონათქვამის
(ტერმინული გამონათქვამის) სიზუსტა
PROFESSIONAL LANGUAGE AND ACCURACY
OF EXPRESSION (TERMINOLOGICAL EXPRESSION)**

მარიამ ბერიძე

სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, საქართველო

Mariam Beridze

Soxumi State University
Tbilisi, Georgia

ABSTRACT

One of the most important features of globalization, which drove a rapid expansion at the turn of the 20th-21st centuries and the beginning of the 21st century, became the language of globalization – the English language. It should be noted that the modern pattern of globalization mainly exhibits economics and financial relations: that is why these relationships function through the use of business English, rather than just general English. The migration should probably be considered as a second factor which, to a greater extent, is related to the use of „Everyday English“. It apparently explains special interest in business English, and English vocabulary that is related to economics and finance.

Economic vocabulary and business terminology represent the subject of our research, so we attempt to define the scope of this field.

The terminology generally tends to incorporate internationalisms and borrowings. It is believed that a common vocabulary facilitates the understanding of professional information in a foreign language.

Conceptual content is encoded in any lexical unit, it means that the word is the „propagandist“ of the concept conveyed by it. Consequently, when borrowing, a new concept, a new understanding, a new way of life is introduced in a ‘new’ language. This is one of the main and leading aspects in the ongoing globalization processes in the world. such reasoning implies that if society speaks the same way, it thinks the same way as well. The only obstacle on this path is the „error“ (difference) of ethnic social knowledge between these societies, which should be considered as one of the most interesting factors in this unifying, tiring, and leveling process. It is the process that must protect language from losing its originality and peculiarities. In the context of building a global and cosmopolitan society, it is the process that must be able to preserve ethnic, patriotic, national identity.

Our goal is to understand the nature of borrowing (on the example of business language) and try to demonstrate the impact of such a high percentage of borrowings and interference on the Georgian language.

According to our observations, words borrowed in the field of business (and economics) and transferred into the receiving language mainly convey a basic meaning; the change in the word meaning is mainly caused by the media (as the borrowed words in the Georgian media are mostly misunderstood (and often mistransliterated); This fact clearly shows that making sense of a word of foreign origin (in terms of content or expressiveness) is more difficult for the society than of a new lexeme formed by means of a root-stem adapted in the language.

According to our observations, words borrowed in the field of business (and economics) are also conveyed in the receiving language with a predominant meaning; The change in word meaning is mainly caused by the media (as the borrowed words in the Georgian media are mostly misunderstood (and is often transliterated incorrectly as well); This fact clearly shows that the perception of a word of foreign origin (in terms of content or expressiveness) is much lower in society than a newly produced lexeme based on a long-adapted root in the language.

საკვანძო სიტყვები: დარგობრივი ენა, ეკონომიკური ლექსიკა, ბიზნესტერმინოლოგია, ნასესხობა.

Keywords: Professional language, economic vocabulary, business terminology, borrowing.

მაინც რა არის ბიზნესინგლისური, ინგლისური ენის ერთ-ერთი შემადგენელი თუ ე.წ. ენა ენაში?

ამ საკითხის გადაწყვეტას მაშინ შევძლებთ, როდესაც გავარკვევთ, რამდენად შემოისაზღვრება ენის ყველა მახასიათებლით (სისტემური, ინტონაციური, ლექსიკური, ფრაზეოლოგიური, იდიომური, შიდასტილებრივი იერარქიის (ხელშეკრულებები, დოკუმენტები, სავალუტო ოპერაციები, სამართლებრივი საკითხები, კლიენტთა მომსახურების სერვისები, უსაფრთხოების სფეროს კომუნიკაციური სპეციფიკა და სხვ.) მქონე მაჩვენებლები...) სწორედ ბიზნესსფეროში ფუნქციონირებადი ინგლისური.¹ როგორც ჩამონათვალი ცხადყოფს, ბიზნესინგლისურის მიხედვით გაწყობილი ქართული საქმიანი ენის (ძირითადად ეკონომიკური სფეროს) სრულყოფილი ანალიზი მხოლოდ ცალკეული საკითხის ფუნდამენტური კვლევის დასრულების შემდეგ მოხერხდება. და რამდენადაც ჩვენში ეს საქმე შედარებით ახალი დაწყებულია, თუმცა მთელი რიგი მაღალხარისხოვანი სამეცნიერო დაკვირვებები ამ დარგობრივ ენაში უკვე წარმატებითაა განხორციელებული.

¹ ცხადია, გლობალიზაციის თანამედროვე ვარიანტი არ არის ერთადერთი გლობალიზაცია მსოფლიოს ისტორიაში, მაგრამ გამორჩეულია წინამორბედი ტალღებისაგან მეტი მასშტაბურობითა და მარეგულირებელ-მაკონტროლებელი მექანიზმების დახვეწილობით.

Дорошенко, Виктория Юрьевна, Коммуникативная обусловленность функционально-стилистических особенностей делового английского языка, диссертация по ВАК РФ 10.02.04, кандидат филологических наук, <https://www.disscat.com/content/kommunikativnaya-obuslovlennost-funktsionalno-stilisticheskikh-osobennostei-delovogo-angliis>

თვით ინგლისურში ბიზნესენის მიმართ გამოთქმული მოსაზრებებიდან ჩვენ გამოვყოფთ შემდეგს:

ა) სხვა სტილებთან შედარებით სიმყარე, მდგრადობა;

ბ) დამახასიათებელი ჟანრების ტერმინებისა და ფრაზეოლოგიზმების თავისებურებებს კონსერვატიზმის იერი დაჰკრავს; ამის მიზეზი, სავარაუდოდ, სიზუსტის აუცილებლობაა, რომელიც ვერ ითმენს ცვალებადობასა და მრავალფეროვნებას;

გ) ამ სტილს ახასიათებს მეტი ფორმალიზმი, ძირითადად უარყოფილია პიროვნული ფაქტორი; ამ გზით მოვლენათა ობიექტური სურათის ჩვენებაა ხაზგასმული;

დ) საუბარი მიდის გუნდის, კოლექტივის, კონკრეტული თუ აბსტრაქტული ერთობის სახელით, ამიტომაცაა ყველაზე ხშირი მოხმარებისა ნაცვალსახელი „ჩვენ“;

ე) ბიზნესსივრცე ძალზე მგრძნობიარეა პირთა თუ საზოგადოებათა ურთიერთობის ბუნებისა თუ საურთიერთო ზონების შეფასების თვალსაზრისით; ამიტომაცაა, რომ ბიზნესკომუნიკაციის ეტიკეტი სპეციალურადაა გათვლილი იმაზე, რომ წერილობით (განსაკუთრებით) და ზეპირ (ხშირ შემთხვევაში) ურთიერთობებში ნაკლებად იყოს ორაზროვანი და სამართლებრივად გამოსადავებელი გამონათქვამები; როგორც ჩანს, ასეთ შემთხვევებში მეტაფორა (რომელიც ამ დარგობრივ სივრცეში გამოიყენება) განსაკუთრებულად გამოსადავებია, როგორც აბსტრაქტიზებული მინიშნება, არავალდებულებითი შინაარსის სიტყვა ან შესიტყვება. მაგალითად: „be of importance“ ჩვეულებრივ ითარგმნება, როგორც „მნიშვნელოვანი, მნიშვნელობის მქონე“, ხოლო ბიზნესკომუნიკაციაში უფრო ხშირად გაიგება, როგორც „როლს თამაშობს“. ერთი შეხედვით, მეორე ვერსია ძირითადი შინაარსისაგან დიდად არ არის დაშორებული, თუმცა გარკვეულად „შერბილებულია“ საგნობრივი დატვირთვა.

უნდა ვაღიაროთ, რომ დღეს საბჭოურ წარსულთან შედარებით დარგობრივი სივრცე გაცილებით გაფართოვდა და თან „აჭრელდა“. ხსენებული სიჭრელე იმანაც განაპირობა, რომ დარგშიდა ტერმინოლოგია, რომელიც მეტ-ნაკლებად მორგებული იყო პრაქტიკას, ჩაანაცვლა ახალმა ტერმინებმა, რომლებიც ამჯერად ინგლისურიდან არათანაბარი ხარისხით თარგმნილი ტერმინებით გაჯერებული სახელმძღვანელოების საფუძველზე განათლებამიღებულმა თაობამ დანერგა. ამგვარ აღრევას კი ის შედეგი მოჰყვა, რომ ერთსა და იმავე ცნებას რამდენიმე სხვადასხვა წარმომავლობის (სხვადასხვა ენიდან ნასესხები ლექსიკის ტრანსლიტერაციით მიღებული) ტერმინი დაუკავშირდა. ცხადია, ეს „ცუდი“ შედეგი „კარგი“ მოვლენის კვალდაკვალ დადგა. კერძოდ, საყოველთაო დემოკრატიზაციის პროცესში საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების საჯაროობამ, საერთოობამ, რაც თანამედროვე მსოფლიო საზოგადოების არსებობის ერთ-ერთი ძირითადი ფორმაა, თან მოიყოლა ენობრივი აღრევა („მიქსი“).

ეკონომიკური ტერმინოლოგიის ერთიანობა დღეს სიტყვათა სესხების კანონზომიერი და ისტორიული განპირობებულობით კი

არ აიხსნება, არამედ დაჩქარებული გლობალისტური ტენდენციებით. როგორც ხატოვნად ამბობენ, „ჯინივით ბოთლიდან ამოვარდნილი“ გლობალისტური პროცესების შეუქცევადობის ვითარებაში, სულაც არაა გასაკვირი სიტყვათა სესხების არნახული ინტენსივობა და მასშტაბები. არც ისაა გასაოცარი, რომ ეს პროცესი ყველაზე ძლიერად სწორედ ტექნიკურ და ყოფით სფეროებს შეეხება.

გლობალიზაციას განვითარებული სახელმწიფოები უდგას სათავეში. სწორედ ამიტომ არის, რომ ინგლისური ენის ეკონომიკური ტერმინოლოგიის შემოჭრის პროცესს ვერ უმკლავდება ქართული ენის (და არა მარტო ქართული ენის) სიტყვაწარმოების პროცესები.

თანამედროვე დარგობრივი ენების მკვლევრები, რომლებიც სესხების მაგალითებს სწავლობენ, ხშირად იყენებენ ტერმინს „პერიფერიული დანამატი“. ეს ტერმინი ჩვენთვისაც ძალიან საინტერესო და მისაღებია და მისი მეშვეობით ვაპირებთ იმგვარი ნასესხობების დახასიათებას, რომლებშიც სიტყვის ტრასფერირებისას მიმღები ენა საკუთარ ინტერპრეტაციებსაც უმატებს ამ სიტყვის პირვანდელ, ძირითად ან კონკრეტული კონტექსტიდან მოყოლილ მნიშვნელობას.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების სამეტყველო პრაქტიკაზე დაკვირვება ცხადყოფს, რომ სიტყვათა სესხების ტენდენცია მზარდი პროცესია. თუმცა მეტწილად ნასესხები სიტყვა ინარჩუნებს იმ მნიშვნელობას, რომელიც მას წყარო ენაში ჰქონდა, მაგრამ, როგორც მოსალოდნელი იყო, სხვადასხვა ენობრივ გარემოში ის მაინც ღებულობს პერიფერიულ დანამატებს, რაც მეტ-ნაკლებად გავლენას ახდენს ძირითად მნიშვნელობაზე. სიტყვათა „იმპორტირების“ პროცესს, უმეტეს შემთხვევაში, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები წარმართავენ. მათი ადაპტაციის პროცესიც მასმედიის მომხმარებელთა, ანუ, ფართო აუდიტორიის სურვილებზეა დამოკიდებული. დღეს ჩვენს საქმიან სფეროებში მოდადაცაა ქცეული ისეთი ტრანსლიტერირებული ტერმინების ჩართვა, რომლებიც ოფიციალურ დოკუმენტში არ გამოიყენება, მაგრამ დარგობრივი ჟარგონის სახით მაინც იკიდებს ფეხს ჩვენს სინამდვილეში, და არაა გამორიცხული, რომ დროთა განმავლობაში წერილობით ენაშიც მოხვდეს. ქვემოთ დასახელებული ფორმების გაცნობისას მკითხველი ადვილად იპოვის იმათ, რომელთაც უკვე დაძლიეს წერილობითი ენის დამცავი ბარიერი და ოფიციალურ რეალობაში დაიდეს ბინა:

- ოვერსოლდი - Oversold
- ოვერნაითი - Overnight
- სფრედინგი - Spreading
- თაიმინგი - Timing
- შოტსი - Shorts
- ლინკიჯი - Linkage
- ტენდერი - Tender
- კლასტერი - Cluster
- ოვერდრაფტი - Overdraft
- სურვეიერი - Surveyor

- პროფიტი - Profit
- ტრეფიკერი - Trafficker
- ქეშფლოუ - Cash flow
- ლენდინგ-ბიზნესი - Lending business
- ტაიმშიტი - Time sheet
- რაუნდ-ტერნი - Round turn
- ტრანსფერი - Transfer
- გრანტორი - Grantor

როგორც ვიცით, სიტყვის სემანტიკა კონტექსტის საფუძველზე დგინდება, მაგრამ იქ, სადაც კონტექსტი ძალზე შეზღუდულადაა წარმოდგენილი (ან: ელიფსურ წინადადებებსა და უზმნო, ნომინაციურ მოდელებში), რომლებიც ძირითადად რეკლამებსა და განცხადებებში გვხვდება, უცხო სიტყვის მნიშვნელობის განსაზღვრა საკმაოდ რთულია. თავისთავად ეს სიტყვები ქართველისთვის არაფერს ნიშნავს და მხოლოდ დაზეპირების გზით თუ მოხერხდება მათი დაკავშირება ამა თუ იმ ცნებასთან;² ნათქვამი რომ უფრო ნათელი გავხადოთ, დავძენთ, რომ თუ ტერმინი საკაცე ადვილად გასაგებია, რომ „კაცისთვის განკუთვნილს“ ნიშნავს, სამაგიეროდ კონსალტინგი არაფერს არ ნიშნავს ქართველისთვის, ინგლისელისთვის კი კონსალტინგი (consulting) კონსულტაციის მიცემას უკავშირდება (იხ. კონსალტინგი (consulting) - მეწარმეების, გამყიდველების, მყიდველების კონსულტირება ეკონომიკურ, ტექნიკურ, ტექნოლოგიურ, საექსპორტო, სარეკლამო და სხვა საქმიანობაში. კონსალტინგური ფირმების (კომპანიების) მიზანია ბაზრის დაპროგნოზების, სამარკეტინგო პროგრამების და სხვა სფეროს გამოკვლევა და დაინტერესებულ იურიდიულ და ფიზიკურ პირთა ფასიანი მომსახურება.

როგორც იდიომასა და მეტაფორას აღარ აქვს პირვანდელი შინაარსი და გადატანითი მნიშვნელობით ესაჭიროება განხილვა, ისე შეიძლება განვიხილოთ ამგვარი ნასესხობებიც, რომლებსაც უკვე აღარ აქვთ მყარი შინაარსი ან სხვა მნიშვნელობა აქვთ ოფიციალურ დარგობრივ სივრცეში და სხვა მედიასა და საყოფაცხოვრებო მოხმარებაში.

ამგვარი ლექსიკის გამოყენებისას აზრობრივი და სტილისტიკური ადეკვატურობის უზრუნველყოფა სესხების წყაროს გამოვლენით შეიძლება, განსაკუთრებით იმ სიტყვებისათვის, რომლებიც ქართულ ენაში ლექსიკოგრაფიული წყაროებით არ არის დარეგისტრირებული. ამ სიტყვებს საცნობარო ლიტერატურაში შემდეგი მნიშვნელობები აქვს:

ბანკინგი (banking) – საბანკო საქმიანობა; საბანკო ოპერაციები; საბანკო ბრუნვა.

დამფინგი (dumping) – დიდი რაოდენობის საქონლის იაფად გაყიდვა ბაზარზე ან ფასიანი ქაღალდების ფუთების ბირჟაზე; მისაღებ ფასებში საქონლის გასაყიდად გამოტანა.

ფრენჩაიზინგი (franchising) – მსხვილი და წვრილი მეწარმეების შერეული ფორმა, როდესაც მსხვილი კორპორაციები – „მშობელი“

² მაგ: „ობლიგაციების მიღებაზე უფლება შეიძლება მიღებულ იქნეს ტრანსფერით“; „აქ მიმდინარეობს მუშაობა ეკონომიკური კონსალტინგის დარგში.“

კომპანიები (ე.წ. ფრანჩაიზერები) ხელშეკრულებას დებენ წვრილ ფირმებთან - „ქალიშვილურ“ კომპანიებთან ან ბიზნესმენ(ებ)-თან (ე.წ. ფრანჩაიზერებთან) ფრანჩაიზერების სახელით მოქმედების, უფლებისა და პრივილეგიების მიღების თაობაზე.

მერჩენდაინგი (merchandising) – საცალო ვაჭრობაში მასობრივად გაყიდვისათვის საქონლის მომზადება და მომხმარებელთა ყურადღების მიზიდვა საქონლის დემონსტრირებით, რეკლამით, დამატებითი უფასო საფუთავებით და ა.შ. საქონლის გაყიდვის დაგეგმვა; გასაღების ხელოვნება; ვაჭრობის ხელოვნება;

მარკეტერი (marketer) – გამყიდველი; ვაჭარი; პიროვნება ან ორგანიზაცია, რომელიც საქონელს ყიდის ან მომსახურებას ეწევა.

პროვაიდერი (surveyor) – მიმწოდებელი. საინფორმაციო ტექნოლოგიებში: კომპანია, რომელიც უზრუნველყოფს ინტერნეტში ჩართვას (შედწევას).

დისტრიბუტორი (distributor) – დამოუკიდებელი შუამავალი (კერძო პირი ან ფირმა), რომელიც აწარმოებს მსხვილი მრეწველებისაგან პროდუქციის ბითუმად შესყიდვას და ასაღებს მას მომხმარებელზე; როგორც წესი, დისტრიბუტორი უზრუნველყოფს პროდუქციის შენახვას და მის მომზადებას უშუალო ხმარებისათვის.

ტენდერერი (tenderer) – ტენდერზე, აუქციონზე წინადადების შემომტანი პირი.

დისკონტერი (discounter) – მაღალი ხარისხის საქონლით დაბალ ფასებში მოვაჭრე მაღაზია.

აუტსაიდერი (outsider) – საქმეებში ჩაუხედავი პირი; საბირჟო ოპერაციების წვრილმანებში, დეტალებში გაუთვითცნობიერებელი პირები. საქონლის (პროდუქციის) შემთხვევითი, გარე მიმწოდებელი.

კონტრიბუტორი (contributor) – პიროვნება, რომელიც თანხას გასცემს სხვა პირზე მათი საერთო მიზნისათვის გამოსაყენებლად; დახმარების აღმომჩენი.³

ცხადია, ნასესხებ სიტყვას, ტერმინს, ფრაზას მსესხებელი ერის ცნობიერებაში შეაქვს ახალი ცნება, ახალი გაგება, შესაბამისად, ცხოვრებისეული საკითხებისადმი ახლებური მიდგომა, ახლებური ტენდენციები, ახლებური დამოკიდებულებები. სიტყვათა სესხება უმნიშვნელოვანეს საყოფაცხოვრებო და შემეცნებით ცვლილებებს იწვევს სოციუმში. ენა, როგორც წესი, მისთვის მხოლოდ დღემდე უცნობ და ახალ გაგებას, ცნებას, შესაბამისად, ახალ ტერმინებს და ლექსიკურ ერთეულებს ამკვიდრებს. სიტყვათა სესხების პროცესში სწორედ ის არის ყველაზე მნიშვნელოვანი და გასათვალისწინებელი, რომ ახალ სიტყვებს ცხოვრების ახალი წესი შემოაქვს საზოგადოებაში. სწორედ ამიტომ

³ როგორც ვხედავთ, ამგვარი სიტყვების მოცულობით მნიშვნელოვან ჯგუფს შეადგენს -ერ (ერ) და -ორ (ორ) სუფიქსებზე დამთავრებული არსებითი სახელები. ეს სიტყვები ახალ ეკონომიკურ და ბიზნეს პრაქტიკაში პროფესიებს გამოხატავს. აშკარაა, რომ აწმყო დროში ინგლისური წარმომავლობის სუფიქსი -ერ (ერ)-ი საფუძვლიანად დაბინავდა ქართულ ტერმინოლოგიურ სივრცეში.

არის, რომ სიტყვათა სესხების პროცესის კვლევა ხდება არა მხოლოდ ლინგვისტური, არამედ სოციალური, ფსიქოლოგიური და კულტურული თვალსაზრისით. ანუ, ნასესხებ სიტყვას თან მოაქვს არა მხოლოდ ამ სიტყვის სემანტიკა, არამედ მისი კონოტაცია და დისკურსული ინფორმაციაც. ამ შემთხვევაში, სიახლეს არაერთგვაროვანი შედეგი აქვს:

1. ახალი სიტყვა ახალი ცნებაა; სესხებისას მსესხებელი ენა შემოქმედებითად აღარ უდგება ახალი ცნებისათვის სახელის შერჩევის საქმეს და პასიურად იღებს ნომინაციურ ერთეულს უცხო ენიდან;

2. ნასესხებ ფორმას შესაძლოა მსესხებელ ენაში აქვს კიდევ ეკვივალენტი, რომელიც ნასესხობის გვერდით ან დაიკარგება (არცთუ იშვიათად, ეროვნული ენის კუთვნილი სიტყვა იკარგება კიდევ), ან ორივე დარჩება, მაგრამ სემანტიკურად (და კონოტაციურად) გადააზრებული, შეცვლილი სახით.

მაგრამ ხაზგასმით უნდა აღვნიშნოთ, რომ ქართულ სახელმწიფოს მრავალი საუკუნის მანძილზე უტარებია კულტურისა და მეცნიერების საკუთარი ენით განვითარების მიზანი და მისია, მას ახლაც არ უნდა დაუვკარგოთ ეს როლი და ეპოქალურ გამოწვევებს, როგორც ყოველთვის, ახლაც ქართულად უნდა ვუპასუხოთ. როგორც კვლევამ გვიჩვენა, უთარგმნელი და შეუქმნელი არაფერია, მთავარია მონდომება და პასუხისმგებლობის გრძნობით მოქმედება.

გამოყენებული ლიტერატურა და წყაროები

ასათიანი 2012: ასათიანი რ, თანამედროვე ეკონომიკის ენციკლო-პედიური ლექსიკონი. თბილისი, 2012.

<http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/15711/1/TanamedroveEkonomikisEnciklopediuriLexikoni.pdf>. დამოწმება: 24.12.2020.

http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/274192/1/Uaxlesi_ekonomikuri_leqsikoni.pdf. დამოწმება: 24.12.2020.

http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=srch&d=6&id_srch=a937d02a86ad12f51a1ccfd5977f5547&il=en&p=1. დამოწმება: 24.12.2020.

<https://dictionary.ge/ka/word/>. დამოწმება: 24.12.2020.

<https://www.etymonline.com/>. დამოწმება: 24.12.2020.

<https://barbarisms.ge/q/> დამოწმება: 24.12.2020.