

ԳՈՐԾԱՐԱՐ ԽՈՍՔԻ ՊԱՅՄԱՆԱԿԵՐՊՈՒՄՆԵՐԸ
ԴԵՅՎԻԴ ԼՈՋԻ “ԼԱՎ ԳՈՐԾ” ՎԵՊՈՒՄ

“The frustration arises from the fact that despite much progress , we remain as incapable as ever before of coming to grips with the core problem of human language. ... The normal use of language is a creative activity.”

Noam Chomsky, Language and Mind, 2006

Գործարար հաղորդակցության լեզվում առկա դարձվածաբանական կադապարների ձևավորումը գրական ժանրում հետաքրքրական է այն առումով, որ գործարարության ենթալեզուն՝ սոցիալապես կենսունակ իրավիճակների խոսքային պատկերումների միջով անվերջանալի շտկումների է ենթարկվում, ինքն իր ներսում գոյացնելով նորարար հասկացություններ: Բիզնեսի աշխարհի մարդկանց խոսքուզրույցը ինքնաբերաբար հանգեցնում է քաջածանոթ հասկացությունների նորագույն և ժամանակին հարիր ըմբռնումների և մեկնաբանության: Հասկացությունների շտկման գործընթացը այնչափ դիմամիկ է, որ տերմինի մեկնաբանները և բառարանագիրները ճգնում են հնարավորինս ճկուն և մատչելի լինել ոլորտում կարևորվող բառի կամ բառակապակցության տարբերակումների որոնումներում:

Տերմինաստեղծման ոլորտում կատարված ուսումնասիրությունները բազմաբնույթ են և հակասական: Ակադ. Էդ. Ադայանը տերմինաբանությունը բնութագրում է որպես «տվյալ լեզվի բառապաշարի **գործառական մասնաշերտ**, ... այդ դեպքում ելակետը բառերի գործառական բնութագիրն է», «այս ելակետը բավարար հիմունք է բառապաշարի գործառական դասակարգության համար, բայց ըստ էության շատ քիչ բան է ասում տերմինի մասին և չի կարող հիմք հանդիսանալ տերմինի բնորոշման համար» (Ադայան, 1978): Պրոֆեսոր Ա.Ա. Ռեֆորմատսկին, անդրադառնալով *տերմին* բառի սահմանմանը /terminus – սահման, եզր/ փորձում է ձևակերպել տերմինը սահմանափակող և կամ նրան առօրեական բառապա-

շարից տարանջատող գործոնները՝ այդպիսով դասակարգելով գա-
նազան ոլորտների տերմինահամակարգերը: Ըստ Ռեֆորմատսկու,
տերմինի, հասկացության և բառի հարաբերակցության խնդրի շուրջ
գոյություն ունեն երկու սկզբունքորեն տարբեր միտումներ, որոնցից
մեկը նա անվանում է «անվանական միտում» (номинативная тен-
денция термина, связь с вещью), մյուս միտումը վերաբերում է տեր-
մինի առնչությանը հասկացությանը, որն էլ նա համարում է առավել
արդյունավետ /Реформатский, 1959/: Թե՛ Աղայանը և թե՛ Ռեֆոր-
մատսկին իրենց տեսություններում և դատողություններում հենվում
են գործառության մեջ հաստատապես շրջանառվող որոշակի կոնկ-
րետ գիտատեխնիկական տերմինապաշարի վերլուծության և դասա-
կարգումների վրա: Ուշագրավ է ֆրանսիացի լեզվաբան Էմիլ Բենվե-
նիստի դատողությունը իր ***Լեզվաբանությունը փոխակերպումների
ճանապարհին*** բեկումնային աշխատության մեջ: Վկայաբերելով
Մոսկովի նշանային համակարգերի տեսությունը՝ Բենվենիստը նշում
է, որ «երկու միմյանցից տարբերվող համակարգերի ներսում նշան-
ների նմանությունը ամենևին չի նշանակում այդ համակարգերի
միավորների համադրում և կամ համեմատություն»:

«Տարբեր համակարգերի ներսում կարող են գործել միևնույն
նշանները, և սա ամենևին չի հանգեցնում ոչ նրանց հոմանշությանը
և ոչ էլ միմյանց հանդեպ առավելության, այլ կերպ ասած՝ նշանը
կրում է ***էսպես անփոփոխ նույնականություն***, և ***միմիայն գործա-
ռական առումով այն տարբերվում է***» /Бенвенист, 1974/: Այս դրույթը
թերևս կարող է դիտարկվել որպես ամենադիպուկ ելակետային
սկզբունք որոշակի կոնկրետ ոլորտի համար կիրառելի բառապա-
շարը սահմանելիս, քանզի ոլորտը դիտարկվելով որպես ուրույն նշա-
նային համակարգ իր ներսում գործառության է ենթարկում բազմա-
բնույթ և այլ համակարգերում կայացած նշաններ միմիայն տվյալ
ոլորտին հատուկ գործառական նշանակություններով:

Գործարարության տերմինների սահմանորոշման ճանապարհը
մեզ ուղղորդում է դեպի քաղաքակիրթ բիզնեսի գրագրության օրրա-
նը՝ Անգլիա, մի աշխարհի ուր առևտրային գործընթացների զարգա-
ցումներին զուգահեռ ծնունդ են առել առևտրային կյանքի գրավոր
նկարագրությունները: Անգլախոս վաճառականի և կամ գործարար
մարդու դիտարկումների շարադրանքը իր և այլոց գործի մասին, այլ
կերպ ասած՝ տպագիր գրական լեզուն, լավագույնս կարող են ծա-

ռայել որպես գործարար դարձվածակագմության ուսումնասիրության նյութ: Անգլալեզու արձակի խոսքային նյութը իր թեմատիկ բազմազանությամբ հանդերձ առանձնանում է ընթերցողի համար աննկատ մի յուրահատկությամբ: Այն պարունակում է ժամանակի մեջ գործուն և գործարար կենսաձև ենթադրող խոսքային իրավիճակներ, որոնց ներսում առկա են ոչ միայն բովանդակային տեղեկություններ ժամանակի գործարարության ավանդույթի մասին, այլև նոր գործարար հասկացությունների գոյաձևումը տվյալ ավանդույթի լեզվական տիրույթում: Ժամանակակից անգլիացի արձակագիր Գեյվիդ Լոջը, որը նորօրյա Բրիտանիայի ամենաընթերցվող հեղինակներից մեկն է, կարող է իրավամբ համարվել այսպես կոչվող «արդյունաբերական վեպի» (the industrial novel) ժանրի հետևորդ: Վեպի ընթերցումը զուգորդվում է հերոսների՝ գործարար մարդկանց լեզվական վարքագծի դրսևորումների ուսումնասիրությամբ : Լեզուն ժամանակակից Բրիտանիայի անգլերենն է, հերոսները՝ միջին դասի բրիտանացիներ, այն է՝ **սոցիալական** մի շերտ, որը մշտնջենական կրողն է կենսապահովման պատասխանատվության, և որի խոսքը պարունակում է դատողությունների և ըմբռնումների մի շղթա, ինչն էլ ներպարփակ իմաստային ամբողջության մեջ գոյաձևում է գործի լեզուն (the language of business): Գործարար անգլերենը լեզվի կայացած ավանդույթների փոխակերպման և գոյաձևումների երկարուճիգ ճանապարհ է անցել՝ անկաշկանդ ու բնականոն կերպով ներառելով անգլերենի ընդհանուր բառապաշարի գրեթե բոլոր ենթաշերտերը՝ այդպիսով ձևավորվելով որպես մի տերմինահամակարգ, որն իր բազմաբնույթ դրսևորումներով առանձնանում է այլ ենթալեզուներից: Գործարար հաղորդակցությունը ի բնե ձգտելով ակտիվ խոսքային արտահայտության ինքնաբերաբար շտկում է լեզվական արտահայտչամիջոցները՝ իր ներսում գոյացնելով կոնցեպտուալ հասկացությունների նորագույն խոսքային մոդելներ, որոնք ստեղծվող տերմինի համար կառուցվածքային հենք են հանդիսանում:

Գործարար համատեքստում կիրառվող բառի տերմինացումը զուտ լեզվական խնդիր չէ և էապես պայմանավորված է արտալեզվական նշանների գործառության: Տերմինագոյացումը գործարար անգլերենում տեղ է գտնում բացառապես գործարար դիսկուրսի ներսում: Ըստ պրոֆեսոր Գյունթեր Քրեսսի, գոյություն ունեն որոշ գերընդհանրական նշանային (semiotic) սկզբունքներ, որոնք բնորոշ

են մարդկային հաղորդակցությանն առհասարակ, և որոնք ակնհայտորեն նկատվում են բոլոր հասարակություններում և մշակույթներում: Դրանցից ամենակարևորվողը այն է, որ մարդիկ (հաղորդակցական ակտի մասնակիցները) նշաններ են կերտում, հաղորդում կամ փոխանակում՝ այդպիսով ձևին և նշանակությանը մղելով «միտումնավոր կապի» (a motivated relation): Այդ նշանների արտահայտման միջոցները և կերպերը (modes) կարող են տարբեր լինել: Կերպերը նշանային արտահայտչամիջոցներն են հասարակության մեջ ձևավորված անհատի, որն այդ կերպերին հաղորդում է իրական նշանակություններ՝ գործի դնելով ավանդույթի ներսում մատչելի նշանային պաշարները (semiotic resources): Քրեսսը հակված է այն դրույթին, որ ընդհանուր սոցիալական, նշանային, հաղորդակցական սկզբունքները և դրանց կիրառությունները ընդամենը ներառում են լեզվական կիրառությունը որպես մի մաս հաղորդակցական գործընթացի, այդպիսով եզրակացնելով, որ նշանային կերպերը խոսքային արտահայտություն են գտնում համայնքների ներսում սոցիալական փոխշարժումների (social /inter/ action) անվերջանալի գործընթացում (Cress, 2010): Քրեսսի «բազմավերաբերականության» սկզբունքը (the multimodality approach) վստահաբար կարող է դիտարկվել որպես ելակետային և համընդգրկուն հենք գործարար տերմինի կայացման միտումները բնորոշելու համար: Այսու փորձենք հասկանալ, թե վեպում շրջանառվող գործարարության լեզուն ինչպիսի փոխակերպումներ կարող է դրսևորել և թե որքանով բառի հարանշանակությունների շրթան կարող է ընդլայնվել՝ այդ միջոցին ձեռք բերելով նեղ ոլորտային իմաստ ու կայանալ որպես տերմին:

Ստորև բերվում է մի հատված վեպից.

“ There are two sides to our operation, the foundry and *the machine shop*. We also do a bit of assembly work – small engines and steering assemblies, I am trying to *build it up* – but basically we are a general engineering firm, supplying components to the motor industry mostly. Parts *are cast* in the foundry or *bought in* and then we *machine*’ em. The foundry was allowed *to go to pot* in the seventies and Pringle’s started purchasing from *outside suppliers*. I am trying to make our foundry more efficient. So the foundry is a *cost-centred* operation, and the engineering side is *profit-centred*. But if all goes well, in time we should be able *to sell our castings* outside and make profit on them too. Robin soon

gave up trying to follow his explanations. She could hardly hear them because of the din, and the few words and phrases that she did catch – “tolerances to five thou” , “**cross-boring**”, “CNC machine” , “**indexes round**” , - meant nothing to her.”Now we can have a look at the KW, “he said marching off again. “Better hurry, or they’ll soon be **knocking off for lunch**.” “I thought the man in the office said it was a new machine, it doesn’t look new.”

“It’s not new,” said Wilcox. “I can’t afford to buy machines like that brand new. I got it second-hand from a foundry in Sunderland that closed down last year. **A snip**, it was.” (Lodge, 1989)

Վեպի հերոսների գրույցներում առկա են թե՛ կայացած գործարար տերմիններ և թե՛ գործարար նորաբանություններ (business neologisms): Գործարար խոսքուգրույցի ներսում առկա բառապաշարի տերմինագոյացման միտումը սկզբնապես ի հայտ է գալիս խոսքային իրականության մեջ : Մեկնաբանության համար կիրառելի մեթոդը, անշուշտ, լեզվական միավորների գործառական իմաստային շերտի բազմավերաբերական ուսումնասիրությունն է սոցիալական դիսկուրսի մակարդակում: Այսպես, վերը բերված հատվածում ընդգծված բառակապակցությունները պարունակում են լեզվական միավորներ, որոնց կոնցեպտուալ նշանակությունները առերևույթ հասկանալի կարող են թվալ չեզոք ընթերցողին, սակայն ակնհայտ է, որ դիսկուրսի ներսում տեղ է գտնում բառիմաստի նեղացում, ինչը պայմանակերպում է չեզոք լեզվական միավորի հավանական տերմինացումը: Այսպես, օրինակ, **cost-centred** / ծախսատար/ և **profit-centred** /շահույթ հետապնդող/ բառակապակցությունները կարող են համարվել ոլորտին բնորոշ բառեր (domain-specific words), քանզի ժամանակակից գործարար անգլերենին բնորոշ է ածական դերբայի կիրառությունը որպես վերջածանց: Այնուամենայնիվ, որքան էլ որ ակնհայտ է բառակապակցությունների տերմին լինելը, տվյալ լեզվական միավորները հաստատագրված չեն որպես կայուն բառարանային տերմիններ: Մինչդեռ **machine shop** /մետաղի արտադրամաս/ բառակապակցությունը հաստատագրված տերմին է: **Outside suppliers** բառակապակցության ներսում առկա լեզվական միավորներից մեկը՝ suppliers գոյականը ոլորտային է, մյուսը՝ outside ածականի գործառություն կրող մակբայը ցուցանում է չեզոչ բառիմաստ, ինչը դարձնում է բառակապակցությունը առերևույթ ըմբռնելի,

սակայն ակնհայտ է, որ խոստոքը նկատի ունի որոշակի կոնկրետ պարտավորություններ և կարգավիճակ կրող մատակարարի, որն ակներևաբար նեղիմաստ տերմին է և այնուամենայնիվ որպես տերմին-բառակապակցություն դեռևս հաստատագրված չէ տերմինաբանական բառարաններում: Այնինչ **cross-boring** /ոչ-շահավետ բոլոր կողմերի համար/ բառի դեպքում մենք բախվում ենք մի գործարար նորաբանության, որի կազմության մեջ **cross** - մասնիկը նախածանցի դերակատարություն ունի, իսկ բառարմատը ամենևին տերմինի տպավորություն չի թողնում: Ուշագրավ է **indexes round** բառակապակցության կերպարանք կրող արտահայտությունը, որը դիսկուրսի մակարդակում սեղմված նախադասություն է, այն է՝ *Հետո ցուցանիշների հերթն է գալիս* (թարգմ.): Խոսակցական իդիոմները և բայական դարձվածքները գործարար դիսկուրսում առավելապես միտված են տերմինացման: Այսպես, օրինակ՝ **build smth up** (թարգմ. ստեղծել, ձևավորել նորը, մի բան անել), **buy in** (թարգմ. պայմանագրով ձեռք բերել պահեստամասեր այլ արտադրողից) և **to go to pot** (թարգմ. հերն անիծվել) խոսակցական դարձվածքները արդեն իսկ հաստատագրված են որպես գործարար բառարանային տերմիններ: **Knocking off for lunch** սլենգային դարձվածքը հաճախ է նկատվում վեպի գլխավոր հերոսի խոսքում, ինչը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ միջին դասի բրիտանացի կառավարչի բառապաշարին բնորոշ աշխատավորական սլենգը հանդիսանում է հենքային բառափոնդ գործարար տերմինի կայացման համար:

Տեքստում նոր իմաստ է ձեռք բերում **casting** բառը **sell our castings** արտահայտության մեջ: Այս դարձվածքի նշանակությունը և նրա հավանական տերմինացումը գոյանում է զուտ դիսկուրսի ներսում: Համատեքստում **casting** բառը թարգմանաբար նշանակում է *վերանշակված խոտանի՝ արտադրանքի տեսքով, որը կարելի վաճառքի հանել*: **Casting** բառի այս նեղ ոլորտային նշանակությանը դեռևս չենք հանդիպում բառարաններում: Անդրադառնանք **snip** բառին, որն անշուշտ սլենգային լեզվական միավոր է (թարգմանաբար կնշահակի *գտած սպրանք*), ոչ այնքան ողջունելի բայց և օրգանական իր առօրեական գործածության մեջ: Գործարար տերմինների բառարաններում այն ներկայանում է որպես ընդունելի և գործածական տերմին: Տեքստի ուսումնասիրությունը հանգեցնում է այն եզրակացության, որ գործարար տերմինի կայացման սկզբունքները, ներքին

լեզվաշինական և գործառական միտումները որքան հակասական են, նույնքան օրինաչափ: Որքան էլ մեկուսի և ներկայակցված դիտարկվի բառի կոնցեպտուալ նշանակությունը, բազմավերաբերական դիսկուրսում այն ձեռք է բերում անսպասելի նոր իմաստային գունավորում, ինչը դարձնում է բառը ոլորտի համար հատկանշական, այն է՝ բառի առօրեական իմաստը փոխակերպվում է որոշակի կոնկրետ գործարար համայնքի ներսում նույն համայնքի համար հատկանշական գործառական իմաստի, այլ կերպ ասած՝ բառը փոխակերպվում է տերմինի:

Այսպիսով, գործարար անգլերենը առավելապես բնորոշվում է դարձվածակազմական հնարքներով և կենսառատ խոսքի անկաշկանդ զարգացումներով: Այն է, ոլորտին բնորոշ ենթալեզուն գոյանում է բառակապակցությունների դրսևորումներով, համալրվում է նորաբանություններով, ինչը տերմինաստեղծման միտումներ է պարունակում: Այդպիսով, կայանում է մի յուրօրինակ տերմինահամակարգ, որի ներսում գործում են թե խոսակցական դարձվածքները և թե արդեն ընդունելի դարձած և հաստատագրված ոլորտային լեզվական միավորները նոր դարձվածքների տեսքով՝ արտահայտելով մեկ որոշակի կոնկրետ հասկացության իմաստ:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Jakobson R. Linguistics and Poetics // Style and Language, ed. by Th. A. Sebeol. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1960.
2. Kress G. Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication. London: Routledge Taylor & Francis Group, 2010.
3. Teubert W, Cermakova A. Corpus Linguistics. London: Continuum, 2008.
4. Cambridge Business English Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
5. Oxford Business English Dictionary. Oxford: Oxford University Press, 2005.
6. Longman Business English Dictionary. Pearson Education, 2003.
7. Manser M., Betsis A. English Idioms Dictionary (including idioms in Business English context). Global ELT, 2012. www.globalelt.co.uk
8. Lodge D. Nice Work. USA: Penguin Books, 1989.

9. Աղաշան Էդ. Տերմինազիտություն, Երևան, 1978:
10. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва, 1974.
11. Реформатский А.А. Что такое термин и терминология. Москва, 1959.

А. Оганесян – *О некоторых модификациях деловой речи (на материале романа Дэвида Лоджа «Хорошая работа»).* – В статье рассматривается социолингвистический аспект становления деловых терминов на основе диалогов деловых людей в современной Англии в романе британского писателя Дэвида Лоджа «Хорошая работа». Настоящая статья посвящена изучению лексических единиц внутри делового дискурса на основе теории мультимодальности Гюнтера Кресса.

А. Hovhannissian – *On Some Modifications of the Language of Business Communication in David Lodge’s “Nice Work”.* – A great deal of academic research has been done in the field of terminology management within the framework of linguistic studies. This paper is another attempt to search for the ways of the development of words with conceptual meaning into domain-specific words, i.e. terms in the context of business communication. The material for the study is David Lodge’s bestseller “Nice Work”. The focus of the paper is to illustrate the paradoxical situation whereby general vocabulary items as well as well-established domain-specific items can smoothly develop into newly-coined business terms in an absolutely different business context in which members of a business community practically use socio-linguistically variant language. G.Kress’s theory of “social semiotic approach to contemporary communication” has served as a fundamental method of analysis.