ՌՈՒԶԱՆՆԱ ԽՈՍՏԻԿՅԱՆ
ՀՊՏՀ լեզուների ամբիոնի դոցենտ

ՀՈՄԱՆԻՇՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԵՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆԸ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԵՎ ԳՈՐԾԱՐԱՐ ԱՆԳԼԵՐԵՆՈՒՄ

Տվյալ աշխատանքը նպատակ ունի բացահայտելու ընդհանուր և գործարար անգլերենում հանդիպող հոմանիշ-եզրույթների երևույթը և մեկնաբանելու դրանց իմաստային տարբերությունները:

Այսպիսի տարբերությունների ընկալումը կնպաստի ուսանողի ավելի խոր գիտելիքների ձևավորմանը ընդհանուր և գործարար անգլերենում, ինչպես նաև թույլ կտա խուսափել երկիմաստ կամ շփոթեցնող եզրույթների օգտագործումից: Ուստի՝ կամրապնդվի լեզվի և մասնագիտական առարկայի փոխգործակցությունը, և ուսանողը ձեռք կբերի հարուստ լեզվական ու մասնագիտական գիտելիքներ:

Հոդվածում հեղինակն առաջադրում է նաև կեղծ կամ պայմանական հոմանիշ-եզրույթների գաղափարը:

Հիմնաբառեր. *հոմանիշ-եզրույթ, հարաբերական հոմանիշ, բացարձակ հոմանիշ, պայմանական կամ կեղծ հոմանիշության գաղափար, գիտելիքների պաշար*

JEL: Y8, Y9, Y80

Հանրահայտ ճշմարտություն է, որ լեզուները հաճախ բառի կամ իրողության իմաստն արտահայտում են տարբեր եղանակներով, ինչը լեզվաբանության մեջ բնութագրվում է իբրև հոմանիշություն: Բազմաթիվ լեզվաբաններ հոմանիշությունը յուրովի են սահմանում:

Լեզվաբանության և ճարտասանության վաստակավոր պրոֆեսոր Ռիչարդ Նորդքուիսթի տեսակետի համաձայն՝ «հոմանիշությունը երկու բառերի

կամ բառույթների իմաստային մտերմիկ հարաբերությունների առկայությունն է»:

Ըստ հայտնի լեզվաբան Ջենիֆեր Փերսոնի մեկնաբանության՝ «հոմանիշը բառ է կամ արտահայտություն, որն ունի նույն ռեֆերենտը կամ նշանակյալը, ինչպեսև մյուսը՝ միևնույն հաղորդակցական միջավայրում»[1]: Կարելի է եզրահանգել, որ հոմանիշությունը վերաբերում է բառերի միջև միևնույն նշանակությունն ունեցող հարաբերությունների առկայությանը, օրինակ՝ drunk/intoxicated, mad/insane, owner/proprietor:

Այսպիսով՝ հոմանիշությունը, ուրույն տեղ զբաղեցնելով լեզվաբանության մեջ, ավելի մեծ հետաքրքրություն է ներկայացնում, երբ հատկապես վերաբերում է ոչ միայն բառերի և արտահայտությունների, խոսվածքի և դարձվածքների, այլև գիտաբառերի և եզրույթների օգտագործմանը, ինչը նպաստում է մասնագիտական անգլերենում դրանց երանգային տարբերությունների ընկալմանը, գիտելիքի հստակեցմանն ու ամրապնդմանը:

Հետևաբար՝ տվյալ աշխատանքի նպատակը հոմանիշների բազմերանգության բացահայտումն է՝ հատկապես գործարար անգլերենի ուսուցման ընթացքում:

Հոմանիշության իմացությունն ու ճիշտ գործածությունն օգնում են խուսափել անցանկալի կրկնություններից և ուսանողին հնարավորություն են տալիս ձևավորելու հարուստ ու գեղեցիկ խոսք՝ կատարելագործելով լեզվի իմացությունը:

Չնայած տեսականորեն երկու բառերի լիարժեք իմաստային համընկնումը հնարավոր է, գործնականում դա հազվադեպ է պատահում: Բացարձակ հոմանիշությունը նշանակում է, որ տվյալ բառերը փոխարինելի են բոլոր լեզվաբանական միջավայրերում: Բացարձակ հոմանիշներից են *bicycle, bike, cycle* բառերը, քանի որ յուրաքանչյուրը ցանկացած համատեքստում փոխարինելի է մյուսով: Այսպես՝

When my bicycle broke I took it to trade in.

That day I decided to leave my cycle in the backyard.

The price of this bike is incredible.

Մասնագիտական տերմինաբանության մեջ ավելի հաճախ կարելի է հանդիպել բացարձակ հոմանիշների օրինակների, այսպես՝ *limit – restrict, sum – total, homogeneous – uniform, same – identical, power – authority, fiscal – financial*, *circulation – turnover* և այլն:

Անգլերենը հարուստ է հոմանիշներով, որոնք լայն տարածում են ստացել գրական, գիտական, գործարարության բանավոր և գրավոր խոսքում:

Մասնագետների կարծիքով՝ դա, նախևառաջ կարելի է բացատրել որպես տարբեր լեզուներից բազմաթիվ բառերի ներհոսքի հետևանք: Օրինակ՝ *royal, regal, kingly* բառերը հոմանիշներ են, որոնք փոխառվել են համապատասխանաբար՝ ֆրանսերենից, լատիներենից և անգլո-սաքսոնական լեզուներից: Հոմանիշության հարստությունը նույնպես պայմանավորված է մեծ թվով բազմիմաստ բառերի առկայությամբ: Դիտարկենք մի քանի օրինակ նաև հայերենից և ռուսերենից:

Հայերեն *ապաշնորհ* բառն ունի *անշնորհք, անտաղանդ, անձիրք, անճարակ* հոմանիշային խումբը, սակայն *անճարակ* բառն իր իմաստով ավելի մոտ է *խղճուկ, անօգնական, ձախողակ, անընդունակ* բառերին:

---

[1] **Pearson J.,** Terms in Context, John Benjamins Publishing Company, 1996, p. 173.

Ռուսերեն *некрасивый* բառին համապատասխանում է *невзрачный, неприглядный, дурной, безобразный, уродливый* հոմանիշային խումբը, որը ներկայացված է որոշակի աստիճանակարգությամբ: Եթե *некрасивый* բառն ունի չեզոքության երանգ, ինչպեսև *невзрачный, неприглядный* բառերը, ապա *дурной, безобразный, уродливый* բառերն ունեն խիստ բացասական երանգ՝ շեշտելով անչափ տգեղ լինելու հանգամանքը:

Անգլերեն *beautiful, pretty, attractive, nice, lovely, good-looking* հոմանիշային խմբում յուրաքանչյուր բառ ունի առանձնահատուկ իմաստային երանգ, որը հաճախ թույլ չի տալիս դա փոխարինել մյուսով:

Այսպես՝ *beautiful*-ը առանձնանում է գեղեցիկի, ներդաշնակության արտահայտությամբ արտաքինի և ներաշխարհի միջև:

Pretty-ն հիմնականում նկարագրում է երեխաներին և երիտասարդ աղջիկներին՝ *դուրեկան, անուշիկ, սիրունիկ, հաճելի, լավիկ* իմաստային երանգներով:

Attractive բառը, նախևառաջ, վերաբերում է կանացի սեքսուալ գրավչությանը, nice-ը ընդգծում է և՛ մարդու էությունը, և՛ հաճելի տեսքը: Օրինակ՝ *Tigran's sister is a spinster, but a very nice woman* նախադասությամբ ենթադրվում են Տիգրանի քրոջ բարյացակամ, մարդամոտ, սիրալիր լինելու բնավորության գծերը*: Lovely* և *beautiful* հոմանիշները բազմաթիվ համատեքստերում փոխարինելի են. *lovely garden- beautiful garden, lovely smile – beautiful smile, lovely music – beautiful music,* սակայն *The children had a lovely dinner together, The guests spent a lovely time in the country cottage* նախադասություններում դրանք չեն փոխարինում միմյանց, քանի որ արտահայտում են ախորժալի ճաշի, հաճելի ժամանցի իմաստներ և որևէ առնչություն չունեն գեղեցիկի հետ:

Նույնը կարելի է ասել միևնույն աստիճանակարգությամբ դասավորված *like, love, adore* կամ *dislike, hate, disgust*, ինչպես նաև *pleasing, pretty, glamorous* կամ plain, *unsightly (անճոռնի)* հոմանիշային բառախմբերի մասին:

Ամփոփելով վերլուծությունը՝ կարելի է եզրակացնել, որ հոմանիշությունը, չափազանց տարածված լինելով, հազվադեպ է հանդես գալիս բացարձակ հոմանիշության օրինակներով, և, հակառակ դրան, հաճախադեպ է մասնակի, հարաբերական հոմանիշների գործածությունը:

Հոմանիշները հաճախ են հանդիպում խոսքում արտահայտությունների, խոսվածքի, դարձվածքների և այլ օրինակներով:

Really, actually՝ բնորոշ է բանավոր խոսքին, իսկ *in fact, in reality*, *as a matter of fact*՝ գրավոր կամ պաշտոնական լեզվին:

Հանցագործ աշխարհում հաճախադեպ են հետևյալ ձևերը. *grass – drug, gaffer – person in charge of the gang, bucks – dollars:*

Հայերենում դեռահասների շրջանում տարածված են՝ խոսքի – *ընդունենք, ենթադրենք,* հավայի – *անտեղի, անիմաստ,* ռուսերենում՝ *блин, ни хрена себе – ничего себе.*

Անգլերենի դարձվածքներից են՝ *raining cats and dogs – raining heavily, from rags to riches – from poverty to wealth, be left out of pocket – lose money, feeling blue – be very sad.*

Հայերենի դարձվածքներից են՝ *եղունգ ունես, գլուխդ քորիր – հույսդ դիր քեզ վրա, քիթ ու մռութ անել – դժգոհել, նոթերը կիտել – հոնքերը կիտել, սիրտը ճաքել – խիստ վախենալ:*

Ռուսերեն դարձվածքներից են՝ *бить баклуши – бездельничать, с бухты барахты – необдуманно, душа в пятки ушла – сильно испугалась, ходить на бровях – сильно выпить.*

Դիտարկենք հետևյալ նախադասությունը. *Almost all the students had only one wrong answer in the test:* Թեև *answer և reply* բառերը հոմանիշներ են, *reply*-ը հաճախ, տարբեր իրավիճակներում, ունի *արձագանքել* իմաստը, որը կարող է նաև հաճախ օգտագործվել ի պատասխան տարբեր հուզական իրավիճակների: Ուստի, նշված նախադասության մեջ, տվյալ բառերի փոխարինելիությունն անհնար է: Ավելին, *answer*-ը ունի ոչ միայն *պատասխանելու* իմաստ՝ նամակին, հարցաթերթիկին, հեռախոսազանգին, այլև պատասխան, որ ներառում է հարցի լուծում: Հետևաբար՝ *answer*-ը ավելի լայնիմաստ է և ավելի հաճախակի օգտագործվող.

The answer to your housing problem is leaving the country.

The answer to socio-economic issues of the population is deeper than you can imagine.

Relaxation and enjoyment is the only answer to your poor health.

Հակառակ օրինակներից են.

There was a big quarrel but he remained silent. He gave no reply.

The reply to the policeman followed and it was really harsh.

Վերոնշյալ նախադասություններում դերակատարը արձագանքում է տվյալ իրավիճակներին, այլ ոչ թե լուծում հարցը: Այնուամենայնիվ, շատ դեպքերում դրանք լիարժեք փոխարինում են միմյանց.

If he gives no reply to my email, I'll cross him out of my friend list.

Tom replied that he wouldn't be able to arrive in Moscow in a scheduled time.

Հետևաբար՝ փոխարինելի լինելով միայն որոշակի համատեքստերում, դրանք, փաստորեն, պատկանում են հարաբերական հոմանիշների դասին: Դիտարկենք մի քանի օրինակ ևս.

The title of the story "Cat in the Rain" by Ernest Hemingway gives a symbolic and allegorical description of missing feeling of home and family warmth.

The heading of the newspaper article expresses the previous day event metaphorically.

Պարզ է, որ *heading-ը օգտագործվում է* որպես գրքի պարագրաֆի, հատվածի, գլխի կամ լրագրի և ամսագրի հոդվածի կամ ակնարկի վերնագիր, մինչդեռ *title-ի* իմաստային սահմաններն ավելի ընդարձակ են. դա ամբողջ գրքի, վեպի, պատմվածքի վերնագիր է:

Class – category բառազույգը նկարագրում է մարդկանց և առարկաների խմբեր: Class-ը նախևառաջ արտահայտում է հասարակության մեջ մարդկանց տարբերակումը լայն դասերի.

American society is divided into seven classes: upper uppers, lower uppers, upper middles, middle class, working class, upper lowers, and lower lowers.

The ruling political class now recognizes the need for change but not the need for fundamental change.

Category-ն նույնպես ներկայացնում է մարդկանց կամ առարկաների դասեր, սակայն այս դեպքում խոսքը սահմանափակ թվով, ընդհանուր հետաքրքրություններով միավորված խմբավորումների մասին է:

The category of smoking people is diminishing while the health-conscious are increasing nowadays.

Some categories of precious stones like rubies are rarely found in nature.

Disagreement - argument բառազույգում, *disagreement*-ը ունի լուռ, մեղմ անհամաձայնության երանգ, իսկ *argument*-ը ավելի բուռն արտահայտություն է, բանավեճ:

Վերլուծվող օրինակները հիմնականում վերաբերում էին իմաստաբանական հոմանիշության դեպքերին, սակայն կան նաև ոճաբանական հոմանիշներ, որոնք, ունենալով նույն իմաստը, պատկանում են տարբեր լեզվական ոճերի[2]: Քննարկենք *home* բառը տարբեր ոճերում.

home – neutral
domicile – technical
residence – formal
abode – archaic/poetic
digs – colloquial
gaff – slang

կամ՝

horse – neutral
steed – archaic/poetic
nag – slang

Prelude – introduction – preface-ի դեպքում առաջինն ավելի կիրառելի է արվեստի, մասնավորապես՝ երաժշտության բնագավառում:

The opera "Don Juan" began with Mozart's prelude to the first scene.

Introduction-ը ունի բավականին լայն կիրառություն.

Introduction to scientific discipline, introduction to the report, ~ to the speech, ~ to the production process.

Preface-ը հիմնականում գրքի նախաբանն է, որտեղ նշվում են հեղինակի նպատակները:

Հարաբերական հոմանիշների շարքում լայն տարածում են ստացել *connotational*[3] կամ լրացուցիչ իմաստ կրող հոմանիշները. *օրինակ՝ stubborn-obstinate, stingy-tight, hide-conceal և այլն:*

Stubborn բառն ունի *համառ, կամավոր, հաստատակամ* իմաստները: *Obstinate-ը* արտահայտում է ավելի խիստ երանգ, հաղորդում է *պնդաճակատ, անկոտրում* լրացուցիչ իմաստներ:

Stingy-ն ունի *սակավ,* ինչպես նաև *ժլատ* իմաստներ. *Stingy amount of food*. he is very stingy about leaving tips in a restaurant. *tight-ն՝* աղքատիկ, սուղ, այսպես՝ *His means were very tight to live on till the end of the year, even for necessities.*

Hide-պահել, թաքցնել, *conceal-* միտումնավոր թաքցնել որևէ մեկից: Այսպես՝

---

[2] Տե՛ս **Freedom D.,** Style: Text Analysis and Linguistic Criticism. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1996:

[3] Տե՛ս **Finch G.,** Key Concepts in Linguistics, Palgrave Key Concepts, 2005, էջ 174:

The child hid his favorite toy in the pocket. Բայց՝ *Don't conceal your real name. You are disclosed.*

Հետաքրքրություն են ներկայացնում *collotational*՝ բառակապակցվող կարողությամբ հոմանիշները, որոնք մշտապես կապակցվում են որոշ բառերի հետ: Դիտարկենք *powerful, mighty, strong* հոմանիշները: Թվում է՝ դրանք լրիվ փոխարինելի են, բայց ոչ բոլորն են կապակցվում, օրինակ՝ *tea, ocean, language* բառերի հետ:

Strong tea, strong coffee, բայց ոչ՝ *powerful tea:* Եթե նույնիսկ կապակցվում են, ապա արտահայտում են տարբեր իմաստներ.

powerful language – հսկայական ազդեցություն ունեցող լեզու

strong language – հայհոյանքների լեզու

powerful man – ազդեցիկ մարդ

strong man – ֆիզիկապես կամ հոգեպես ուժեղ մարդ

mighty army (kingdom) – հզոր բանակ (թագավորություն), *mighty mountain chains of Himalayas* – տպավորիչ, ազդեցիկ Հիմալայան լեռնաշղթաներ:

Հարաբերական հոմանիշների ցանկը դեռ երկար կարելի է շարունակել, սակայն մեր նպատակն է բացահայտել նաև գործարար անգլերենում հանդիպող հոմանիշ եզրույթների առկայությունը, մեկնաբանել դրանց իմաստային տարբերությունները՝ մշտապես ուշադրություն դարձնելով մասնագիտական հայեցակերպերի և գաղափարների ճիշտ ըմբռնմանը: Ի վերջո, դրա արդյունքում, ուսանողները կկուտակեն գիտելիքների համալիր պաշար:

Դիտարկենք հաճախակի հանդիպող հոմանիշային զույգերից մի քանիսը:

Costs – expenses եզրույթները ընթերցողների մեծամասնությունն ընկալում է որպես մենիմաստ, համարժեք նշանակությամբ բառեր: Այդուհանդերձ, հիմք ընդունելով ընդհանուր տնտեսագիտական և նեղ մասնագիտական նյութերի ուսումնասիրությունը, կարող ենք փաստել, որ վերոնշյալ բառազույգը կարելի է պայմանական հոմանիշ համարել, քանի որ դրանք գրեթե չունեն իմաստային համընկնում որևէ համատեքստում կամ իրավիճակում:

Costs եզրույթը, *expense*-ի համեմատությամբ, ավելի լայնիմաստ է. ծախքեր (ընդհանուր տնտեսագիտություն), ծախսումներ (հաշվապահություն, ֆինանսներ), օրինակ՝ *production costs, distribution costs, sales costs, direct and indirect costs, fixed and variable costs, overhead costs, marginal costs* և այլն: Ըստ նշված եզրույթների բովանդակության՝ կարելի է եզրակացնել, որ դրանք անվանում են գործունեության տարբեր տեսակներ՝ արտադրականից մինչև բաշխման կամ վաճառքի:

Expense-ը ավելի նեղ իմաստ ունի, *cost* հասկացության *մասն է կազմում*՝ ուղղված որոշակի նպատակների իրականացմանը: Այդպիսի օրինակներից են՝ *travelling expenses, repair expenses, salary expenses, insurance expenses:* Այսպես՝ *Executives find it easier to manage their expenses if they use a company payment card.*

Business travelers estimate that that they are left out of pocket … through losing expense receipts.

She grounded the expense by saying that the costly carpet she had bought would last longer than the cheaper one.

Ընդգծված արտահայտությունները՝ *executive expenses, traveler's expense receipts, grounded the expense,* փաստում են, որ խոսքը գործուղման, տնօրենների կողմից արված կամ առօրյա ծախսերի մասին է:

Ներկայացնենք *Accounting* գրքի հեղինակ Բերոնսի *expense* եզրույթի սահմանումը.

Expenses are the costs that must be incurred to generate revenue which ultimately will be translated into profits for the business [4]*.* Ըստ սահմանման՝ *expense*-ը այն ծախսն է, որի արդյունքում առաջանում է հասույթ՝ հետագայում վերածվելով շահույթի:

Համաձայն Collins English Dictionary սահմանման՝ *Accounting, Commerce բնագավառներում առաջարկվում է հետևյալը.*

Expenses are amounts of money you spend while doing something in the course of your work which will be paid back to you afterwards. e. g.

As a member of the International Olympic Committee her hotel expenses were paid by IOC, այսինքն՝ ծախսերը ներկայացնում են գումար, որը որևէ ձևով փոխհատուցվում կամ վերադարձվում է:

Համեմատենք costs-ի բառիմաստի հետ: Կրկին դիտարկենք Collins Dictionary-ում ներկայացված սահմանումը. *Money involved in producing goods and services. Wikipedia-ն առաջարկում է ավելի ընդգրկուն սահմանում.*

Cost is the value of money that has been used up to produce something or it is the money input that is gone in order to acquire the thing. This cost may be the sum of production cost incurred by the original producer and further costs of transaction incurred by the acquirer. Այսպես՝

Many big-name manufacturers including Electrolux and Sanyo are looking for ways to reduce their overheads, by extending holidays and cutting shifts. Their strategy is to bring costs under control.

In generics success depends on being cheap enough to keep manufacturing and other costs down.

Most remarkable about London "Gherkin" is its energy efficiency that can not only reduce consumption…, but reduce running costs.

Առանձնացնելով *bring costs under control, keep costs down, reduce running costs* բառակապակցությունները՝ հասկանալի է դառնում, որ խոսքը կազմակերպության ընդհանուր արտադրական, ձեռքբերման և հետագա գործարքների ծախքերի մասին է, ծախքեր, որոնք կարող են երբևէ չփոխհատուցվել:

Այժմ դիտարկենք օրինակներ հաշվապահական հաշվառման մասնագիտությունից:

Վաճառքի կամ ծառայության մատուցման ընթացքում ծախսումները *(costs)* կարող են դառնալ ծախսեր *(expenses)* կամ մնալ անփոփոխ: Ենթադրենք՝ մանրածախ առևտրով զբաղվող խանութը գնում է ապրանքներ վաճառքի համար, որոնք մուտքագրվում են ընթացիկ ակտիվներում: Վաճառքից ստացված գումարները մուտքագրվում են եկամտի հաշվետվությունում, իսկ ծախսերը երևում են ծախսերի հաշվում՝ ֆինանսական արդյունքի հաշվետվությունում: Դրանք հենց այն ծախսերն են, որոնք հասույթ են բերում ընկերությանը՝ վերածվելով շահույթի:

---

[4] **Barron's**, Accounting, Peter J. Eisen, Sixth edition, 2013, p.1.

Ներկայացնենք *Business Dictionary* բառարանից *expense եզրույթի սահմանումը՝ Any cost of doing business resulting in revenue-generating activities*[5]*.* Ահա մեկ այլ՝ ավելի ընդարձակ սահմանում.

Cost incurred in an organization's efforts to generate revenue representing the cost of doing business. Expenses are summarized in the income statement as deductions from the income before assessing income tax. Whereas all expenses are costs, not all costs are expenses.

Մեկնաբանենք *Whereas all expenses are costs, not all costs are expenses* նախադասությունը: Ենթադրենք՝ մենք զբաղվում ենք քեյթերինգային բիզնեսով և երեկոյան միջոցառման համար ձեռք ենք բերել 500 դոլար արժողությամբ թղթյա պարագաներ, սակայն օգտագործել ենք միայն 400 դոլարի չափով: 400 դոլարը կազմում են այն ծախսերը, որոնք մուտքագրվում են եկամտի հաշվետվությունում: Մնացած 100 դոլար արժողությամբ ապրանքները մնում են հաշվապահական հաշվեկշռի ակտիվներում՝ հետագա միջոցառումների համար: Տվյալ օրինակում 500 դոլարից 400-ը ծախս է (expense), որը վերածվում է հասույթի՝ դառնալով շահույթ, 100 դոլարը ակտիվ է (asset):

Դիտարկման արժանի է նաև *efficient-effective* բառային զույգը: Սկսենք պարզ՝ *efficient work - effective work* բառակապակցություններից: *Efficient work* բառակապակցությունը ենթադրում է արդյունավետ աշխատանք՝ առանց ժամանակի, ջանքերի, փողի ավելորդ ծախսման՝ ստանալով վերջնական բավարար արդյունք: *Efficient*-ի գլխավոր նպատակը ծախսերի խնայողությունն է:

Effective բառը ներառում է բարձր արդյունքի, արտաքին էֆեկտների, ազդեցիկ, տպավորիչ լինելու, ոչ թե ծախսերի տնտեսման իմաստներ: Ստորև նշված առաջին օրինակում առկա է բարձր որակի երաշխիքը: Երկրորդում դա բացակայում է, բայց արդյունքը միշտ բավարար է:

Rolex and Timex are in the same industry but a distinct strategy has set them apart from each other. Rolex makes high-fashion, high-quality watches that are sold at premium prices in fine jewelry stores. Timex makes inexpensive watches that are sold to a mass market by discount stores [6]*.*

Ռոլեքսի աշխատանքը արդյունավետ է. արտադրում է բարձրակարգ, նորաձև ժամացույցներ՝ վաճառելով դրանք զարդեղենի խանութներում: Թայմեքսն արդյունավետ է աշխատում, քանի որ վաճառքն իրականացնում է զանգվածային շուկաներում՝ մատչելի գներով:

Այս դեպքում ևս *efficient-effective* եզրույթներն ընդունվում են որպես հոմանիշներ՝ անտեսելով դրանց հիմնական իմաստային տարբերությունը: Համեմատենք նախադասությունները.

Only the most efficient retail operations will handle the inevitable fall in profits [7]*.*

The oppressive atmosphere cannot promote efficient working practices with stress level rising and confidence falling [8]*.*

---

[5] businessdictionary.com
[6] **Barney/Griffin,** Management of Organizations, 1992.
[7] Bec Vantage Test Builder, 2004, p.70.
[8] Նույն տեղում, էջ 66:

Վերոնշյալ օրինակներում խոսքը խնայողությունների և տնտեսման մասին է: Այժմ ներկայացնենք *effective* բառի գործածությամբ մի քանի նախադասություն.

We are leaders in effective website design.

A team's success depends on its members carrying out their roles effectively [9].

Deutsche Bank examined the effectiveness of TV advertising on 23 new and mature brands of goods and concluded that in some cases it was a waste of time [10].

Փաստորեն, *effective* բառը բոլոր նախադասություններում մատնանշում է բարձր որակ և արտաքին էֆեկտներ:

Մեկ այլ հոմանիշային օրինակ է *good-product-commodity* բառախումբը:

Այս բառաշարքը ևս ընկալվում է որպես մենիմաստ և թարգմանվում է՝ *ապրանք:* Սակայն, ինչպես նախորդ օրինակներում, այս դեպքում նույնպես կան իմաստային տարբերություններ: *Good*-ը շեշտում է ֆիզիկական, շոշափելի առարկայի գաղափարը: *Product*-ը ավելի լայնիմաստ է. ներկայացնում է ինչպես նյութականի, այնպես էլ ոչ նյութականի, ապրանքի անշոշափելի լինելու գաղափարը: Անշուշտ, մասնագիտական գիտելիքները մեծապես օգնում են ուսանողին՝ ճիշտ կողմնորոշվելու անգլերեն հայեցակերպերն ուսումնասիրելիս: Օրինակ՝ մասնագիտական առարկայից ուսանողը լավատեղյակ է GDP և GNP հապավումների նշանակությանը: Երկու դեպքում էլ խոսքը շոշափելի և անշոշափելի ապրանքներից ստացված դրամական արժեքի մասին է: Ուստի՝ նշված հապավումների P տառը հավասարազոր է *goods + services = product* գաղափարին:

Commodity բառը բնորոշում է հումքային ապրանքներ՝ ինչպես մթերային, այնպես էլ հանքանյութեր և մետաղներ:

Commodity exchange-ը ապրանքահումքային բորսա է, որտեղ վաճառվում են երկաթ, սուրճ, ցորեն, ոսկի, արծաթ:

Հետաքրքիր է նաև հաշվապահական հաշվառման *Accounting-Accountancy* եզրույթների իմաստային տարբերությունների մեկնաբանումը:

Accounting-ը առաջացել է *account*[11] բառարմատից, ուստի վերաբերում է ֆինանսական հաշիվների և տվյալների պահպանման ու գրանցման գործընթացին: *Accountancy*-ն ածանցվում է *accountant* բառարմատից, որը նկարագրում է հաշվապահության մասնագիտությունը և դրա գործառությունները: *Accountancy* մասնագիտությունը պարունակում է երեք հիմնական բաժիններ՝ հաշվետարություն, հաշվապահական հաշվառում և աուդիտ, հետևաբար՝ ավելի ընդգրկուն է. ներառում է ֆինանսական հաշվետվությունների հաղորդակցական գործընթացներ բաժնետերերի և տնօրենների հետ:

Բրիտանական տերմինաբանության մեջ ավելի օգտագործելի է *Accountancy* եզրույթը, իսկ AICPA ամերիկյան ինստիտուտը դա մեկնաբանում է հետևյալ կերպ. *Accountancy is the art of recording, classifying and summarizing, in terms of money, transactions and events… and interpreting the results* [12].

---

[9] Intelligent Business Workbook, Pearson Education Limited, p.12.
[10] Նույն տեղում, էջ 26:
[11] Տե՛ս en. m. wikipedia. org Etymology:
[12] http:/ www.stakexchange.com

Ուշադրության են արժանի նաև հետևյալ ձևակերպումները.

Accountancy is records of transactions and events, with objective of interpreting results. Accounting is a process of recording ttransactions and events. It is similar to jump and jumping. The difference is – one is noun, the other is verb.

Accounting is a process of recording financial accounts and transactions of one entity or a business, while accountancy refers to professions and duties of one person.

Accountancy is a body of knowledge of accounting principles. Accounting is a method of applying accounting principles.

Accountancy teaches how to do accounting.

Անշուշտ, հոմանիշային օրինակների շարքը կարելի է երկար շարունակել՝ employee-worker, commerce-trade, marketing-sales, calculate-compute, buying-puchasing, secretarial-clerical, սակայն ներկայացվածները թույլ են տալիս ամփոփել մեր ասելիքը:

Հարկ է հատուկ ուշադրություն դարձնել հոմանիշային եզրույթներին, քանի որ դրանց հստակ տարբերակումը մեծացնում է հետաքրքրությունը մասնագիտական օտար լեզուների նկատմամբ, նպաստում է գիտելիքների խորացմանը և զարգացմանը՝ հնարավորություն տալով մասնագիտական ուսումնասիրությունները զուգակցել օտար լեզուների իմացության ամրապնդման հետ:

Օգտագործված գրականություն

1. Pearson J., Terms in Context, John Benjamins Publishing Company, 1996.
2. Freedom D., Style: Text Analysis and Linguistic Criticism. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1996.
3. Finch G., Key Concepts in Linguistics, Palgrave Key Concepts, 2005.
4. Barron's, Accounting, Peter J. Eisen, Sixth edition, 2013.
5. Barney/Griffin, Management of Organizations, 1992.
6. Bec Vantage Test Builder, 2004.
7. Intelligent Business Workbook, Pearson Education Limited.
8. businessdictionary.com
9. en. m. wikipedia. org Etymology.
10. http:/ www.stakexchange.com

РУЗАННА ХОСТИКЯН
Доцент кафедры языков АГЭУ

Значимость синонимии в общем и деловом английском языке.– Данная работа имеет целью обнаружить в общем и деловом английском так называемые синонимичные слова и термины и дать интерпретацию свойственным им семантическим особенностям и различиям. Такая необходимость исходит из основной задачи овладения проблематичными терминами, что будет способствовать формированию более глубоких знаний как общего, так и делового английского и позволит избежать вводящих в заблуждение терминов в обучении деловому английскому. Следовательно, углубится необходимость сотрудничества между специализированным предметом и языком.

Автор также выдвигает идею ложной или условной синонимии.

Ключевые слова. *синонимичный термин, относительный синоним, абсолютный синоним, идея ложной или условной синонимии, запас знаний.*
JEL: Y8, Y9, Y80

RUZANNA KHOSTIKYAN
Associate Professor at the Chair of Languages at ASUE

Significance of Synonymy in General and Business English.– The given paper expands into discussion concerning the so-called synonymous words and terms in general and particularly in Business English. The significance of the work is to interpret these synonyms by disclosing the semantic differences between them, to provide the students with better understanding of problematic terms for better mastering general and Business English. It will not only promote the formation of proper knowledge of English in specialty, but also will enable to avoid the usage of ambiguous and misleading words and terms. The attempt is also made to propose the idea of false or conventional synonymy.

Key words: *synonymous term, relative synonymy, absolute synonymy, idea of false or conventional synonymy, stock of knowledge.*
JEL: Y8, Y9, Y80