

## ՄԻ ՔԱՆԻ ՎԱՃԱՌԱԳԻՏԱԿԱՆ\* ՀԱՍՎԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՊԱՅՄԱՆԱԶԵՎՈՒՄԸ ՀԱՅԵՐԵՆՈՒՄ

Հայերենի առևտրային տերմինաբանության ստեղծման և ճշգրտման անհրաժեշտությունը առավելապես կարևորվեց վերջին տասնամյակում: Պատճառը ոչ միայն մեր իրականության մեջ նոր առևտրա-տնտեսական հարաբերությունների, հետևաբար՝ նոր սոցիալական շերտի ծավալորումն էր, այլև «նոր» /արևմտյան/ տնտեսագիտական մտքի ներմուծումը նախկին խորհրդահայ իրականություն: Վերջինս իր հետ բերեց անգլալեզու առևտրա-տնտեսական բանավոր և գրավոր խոսքային նյութի թարգմանության ծայրահեղ անհրաժեշտությունը, որը պայմանավորված էր հասարակության մեջ գործարար շերտի ծավալորմամբ և գոյությամբ: Ովքե՞ր են գործարարները և ի՞նչ լեզվով են խոսում: Հայալեզու գործարար մշակույթում մարդը իր գործընկերոջ հետ խոսում է մի նյութի մասին, որն ամենքին է ծանոթ ու հասկանալի: Ամենքին անչափ հետաքրքրում է թե՛ նյութը, որն ունի առևտրային բովանդակություն, թե՛ գործի ընթացքը և թե՛ նամանավանդ արդյունքը, քանի որ վերջինս պայմանավորում է հանրության բարեկեցությունը: Ուրեմն ամենքը մասնակից են այդ զրույցին, կամա թե ակամա: Եվ բառերը կերտվում են, ապա շտկվում ու վերահաստատվում՝ դանդաղ բայց հաստատուն կերպով իրենց տեղը ճշտելով ինչպես բանավոր հաղորդակցական դաշտում, այն է՝ համալսարանական, գիտական ու քաղաքական բանավեճերում, շուկայի անմշակ խոսքային միջավայրում, այնպես էլ գործարար գրագրության մեջ և տերմինաբանական բառարաններում:

Մասնագիտական տերմինը մեծամասամբ և բացառապես որոշակի գիտատեխնիկական բնագավառի սեփականությունն է: Նույնը չի կարելի ասել

\* Տերմինը առնչադրված է հոգվածի հեղինակի կողմից: Հոգվածում այն մեկնաբանվում է և հիմնավորվում:

առևտրային տերմինի մասին, քանզի առևտրային լեզուն հանրության սեփականությունն է, հետևաբար բառի տերմինացումը օբյեկտիվ գործընթաց է: Առևտրային տերմինաբանությանը բնորոշ են բառային փոխակերպումները և բազմիմաստությունը:

Ըստ Ռ. Կ. Մինյար-Բելոռուզևի սահմանման՝ բառային փոխակերպումը տեղեկատվության վերակոդավորում է, որն իրականացվում է բառային միջոցներով: Բառային փոխակերպումների հիմքում են տարբեր լեզուների բառերի իմաստային կառուցվածքի առանձնահատկությունները, մասնավորապես նրանց իմաստային ծավալում առկա տարբերությունները, որոնք գործնականում վերաբերում են բոլոր բազմիմաստ բառերին...<sup>1</sup> Բառային փոխակերպումներն են առևտրային բառապաշարի թարգմանության հիմքում: Այս սկզբունքը մասնավորապես կիրառելի է անգլերենից հայերեն բառ-տերմին թարգմանելիս: Այսպես, օրինակ՝ անգլերեն market բառին համապատասխանում են հայերեն շուկա և ռուսերեն рынок և базар բառերը, եթե նկատի է առնվում բառի գոյականական նշանակությունը: Իսկ եթե առևտրային բովանդակության համատեքստում նույն market բառը գործածված է որպես բայ, հայերենում այն կնշանակի շուկա հանել, վաճառքի հանել, վերջապես՝ ՎԱՃԱՆԵԼ, որի ռուսերեն համարժեքը базарить, базарничать<sup>2</sup> փոքր-ինչ հնացած բառն է: Ուրեմն, ի՞նչ կնշանակի market բառը: Բառի արմատն ունի լատինական ծագում: Լատիներենում merx /այստեղից անգլերեն merchant, mercury բառերը/ բառը նշանակում էր «վաճառքի ենթակա ապրանք»: Նույն բառի բայական դրսևորումն է mercari բառը, որը նշանակում էր «գնել» և այդ նույն բայից կազմված անցյալի դերբայը, որը գոյականի էր վերածվել, mercatus, որն էլ վաղ միջին անգլերենում որդեգրվեց որպես market:<sup>3</sup> Այսօր բառը իր առաջնային իմաստով երկակի գործածություն ունի: Այն նշանակում է շուկա, այն է՝ ա/ վայր, վաճառանոց, փողոց<sup>4</sup>, ուր վաճառում են, ք/ սպառողներ՝

<sup>1</sup> Տես Նազարյան Ա. Գ., Բաղդասարյան Յ.Գ. – Թարգմանաբանական ուսումնական ձեռնարկ, Եր., 2000 թ., էջ 350

<sup>2</sup> Владимир Даль - Толковый словарь живого великорусского языка. Том 1, М., "Русский язык", 1978 г., стр. 37-38

<sup>3</sup> John Ayto – Dictionary of Word Origins; Bloomsbury, 1990 pp. 338-339

<sup>4</sup> Հր. Աճառյան – Հայերեն արմատական բառարան, հ. 3, էջ 533, Եր., 1977 թ.

մարդիկ և կամ արտադրական կազմակերպություններ, որոնք ամենայն հավանականությամբ կգնեն վաճառվելիք ապրանքը /վաճառը/: Բառի զանազան բացատրությունների մեջ հաճախ է գործածվում ՎԱՏԱՌ արմատը: Հր. Աճառյանի Հայերեն արմատական բառարանը «վաճառ» արմատի համար մի քանի բացատրական տարբերակ է առաջադրում, այն է՝ առուտուր, ապրանք, սակարկություն, շուկա, վաճառանոց, գնում, վաճառելուց ստացածը /համարժեքը/, նուեր, ընծայ, գանձ, որից սերել են ՎԱՏԱՌԵԼ, ՎԱՏԱՌԱԿԱՆ, ՎԱՏԱՌԱՊԵՏ, ՎԱՏԱՌԱՆԻ, ՎԱՏԱՌԻԿ /մաքս, վաճառահարկ/ բառերը, որոնք բոլորն էլ ունեն միևնույն արմատը: Վաճառ արմատը գերիշխում է վերոհիշյալ իմաստային դաշտում: Այն նույնքան բազմագույն է իր հարանշանակությունների շղթայում /կոնոտացիա/, որքան market-ը անգլերենում: Երկու արմատներն էլ արտահայտում են նույնաման հասկացություններ, ուստի թարգմանվելիս հասկացությունների բացատրությունը դառնում է առաջնահերթ պայման: Իր ժամանակակից դրսևորման մեջ market բառը գործածվելով որպես տերմին իր բառացի իմաստով երբեմն չի համապատասխանում որոշակի համատեքստում գործածվող հասկացության բովանդակությանը: Ելնելով անգլերենի լեզվական առանձնահատկությունից կարելի է վստահորեն կարծել, որ այսպես կոչվող համատեքստով պայմանավորված բառիմաստները գերակշռում են: Այս երևույթը հատկապես բնորոշ է առևտրային համատեքստին: Այսպես, օրինակ՝ եթե վերոհիշյալ market բառը գործում է գոյականաբար, ուրեմն այն կնշանակի ՇՈՒԿԱ և կամ ՎԱՏԱՌԱՆՈՅ, իսկ եթե այն որոշչի դեր է կատարում դարձվածքի մեջ և դարձվածքը հանդես է գալիս որպես ուրույն առևտրային հասկացություն, բառիմաստը փոփոխվում է: Ատորև բերեմք մի քանի բառային զույգեր, որոնցից յուրաքանչյուրը առևտրային տերմին է անգլերենում և բացատրություն պարունակող թարգմանվող հասկացություն հայերենում:

*market leader* – վաճառքի առաջատար, առաջնավաճառ կամ վաճառառաջնորդ  
*market maker* – արժեթղթերի բորսայում արժեթղթերի առք ու վաճառքով զբաղվող, պաշտոնապես գրանցված ընկերություն

*market-oriented* – գնորդի պահանջարկը բավարարելու միտում ունեցող /որի արդյունքում վաճառքը ավելի լավ է իրականանում/

*market report* – գործարար հաղորդագրություն

*market research* - սպառողական պահանջարկի ուսումնասիրություն

Վերոհիշյալ բառային զույգերից յուրաքանչյուրում նշված *market* բառը բոլորովին նոր, ինքնուրույն իմաստներ է ձեռք բերում, ամեն անգամ համապատասխանելով որոշյալին:

Տարբեր լեզուներում տերմինների թարգմանության և համալրման եղանակները տարբեր կարող են լինել: Այս խնդիրը բազում տարակարծությունների տեղիք է տալիս: Պատրաստի տերմինի փոխառությունը, անշուշտ, ապահով է և ճիշտ, եթե միայն հասկացությամբ արտահայտված երևույթը բացակայում է և կամ նոր պետք է իրողություն դառնա տվյալ լեզվի զարգացման որոշակի էտապում: Փոխառությունների առկայությունը լեզվում ժամանակավոր և կարճատև գոյություն պետք է ենթադրի բառ-տերմինի համար, քանզի եթե փոխառությունը մեկընդմիջտ արմատաճառ պահեստ, այլևս դժվար ու անմիտ կարող է թվալ նրա թարգմանական համարժեքի կիրառելիությունը: Վերջինիս պատճառները առավելապես արտալեզվական են: Սինչդեռ լեզվական աշխարհն իր ներքին կերպավորումով ի գործ է հաղթահարել բառաշինական խնդիրը, սակայն արդյո՞ք իր արտաքին վերաբերության մեջ այն կապահովի նոր ծնվող բառի գոյությունը:

Ինչևէ, անգլերեն *market* և *marketing* բառերը այդ հասկացության ամենաբազմազան դրսևորումներով մուտք են գործում հայոց գործարար լեզվական մշակույթ: Առաջադրված թարգմանական տարբերակներն են շուկա, շուկաւաւառում, շուկայագիտություն բառերը:<sup>5</sup> Եթե շուկա բառարմատը սկզբնապես նշանակել է փողոց, վաճառատեղ,<sup>6</sup> իսկ բառի տնտեսագիտական բացատրությունը հետևյալն է. արժեքների փոխանակման համակարգ, որտեղ հանդիպում են ապրանք գնողն ու վաճառողը, փոխարինիչ ապրանքների կամ ծառայությունների համախումբ, գործարարության ռազմադատ և այլն:<sup>7</sup> Ելնելով բառի տնտեսագիտական բացատրությունից, կարելի է եզրակացնել,

<sup>5</sup> Տես Ա. Աղաբեկյան - Անգլերեն-հայերեն բառարան. տնտեսագիտություն, գործարարություն, Եր., 1998 թ., էջ 211-215

<sup>6</sup> Հր. Աճառյան - Հայերեն արմատական բառարան, հ. 3, էջ 533, Եր., 1977 թ.

<sup>7</sup> Ա. Աղաբեկյան - Անգլերեն-հայերեն բառարան, Եր., 1998 թ., էջ 211

Пивовар А.Г. - Большой англо-русский финансов-экономический словарь. Под ред. Осипова, М., 2000 г. стр. 571

որ խոսքը առավելապես վերաբերում է վաճառքի և փոխանակման գործընթացին, և բառի թիկունքին ենթադրվող երևույթները ավելի համընդգրկուն են, քան շուկայատեղը, վայրը, փողոցը: Ուստի market բառը կարելի է թարգմանել որպես վայր՝ առաջադրելով շուկա բառը, սակայն այլևայլ համատեքստային նշանակություններում այն որոշակիորեն կարող է փոփոխվել: Ինչ վերաբերում է marketing բառին, ապա գերադասելի է գործածել վաճառագիտություն բառը, քանի որ այն ավելի ստույգ է արտահայտում այդ բառի թիկունքին ենթադրվող երևույթը:

#### ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Реформатский А.А. - Что такое термин и терминология (Материалы всесоюзного терминологического совещания), М., 1961 г.
2. Виноградов В.В. — Основные типы лексических значений слова, "Вопросы языкознания", 1953 г., N 5
3. Бархударов Л.С. — Язык и перевод. Москва, 1975 г.
4. Հր. Աճառյան — Հայերեն արմատական բառարան, հհ. III –IV, Երևան 1977թ.
5. Вл. Даль — Толковый словарь живого великорусского языка, Т. 1, Москва, "Русский язык", 1978 г.
6. John Ayto — Dictionary of Word Origins; Bloomsbury, London, pp. 338-339.
7. Дворецкий И. Х. — Латинско-русский словарь, Москва, "Русский язык", 1986 г.
8. Oxford Dictionary of Business English, ed. By Allene Tuck, 1993
9. Նազարյան Ա.Դ. , Բաղդասարյան Դ. Գ. — Թարգմանաբանական ուսումնական ձեռնարկ, Երևան, 2000 թ.
10. Աղաբեկյան Ա. - Անգլերեն-հայերեն բառարան.տնտեսագիտություն, գործարարություն, Երևան, 1998 թ.
11. Пивовар А. Г. — Большой англо-русский финансово-экономический словарь. Под ред. В.М. Осипова, Москва, 2000 г.