

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი  
ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი  
ევროპეისტიკის დეპარტამენტი

*ხელნაწერის უფლებით*

თეონა თურმანიძე

უთარგმნელი ლექსიკა ინგლისურ, რუსულ და ქართულ  
მედიატექსტებში.

ფილოლოგიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად  
წარდგენილი სადისერტაციო ნაშრომის

ა ნ ო ტ ა ც ი ა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:  
ასოცირებული პროფესორი მერაბ ახვლედიანი

ბათუმი-2021

სადისერტაციო ნაშრომი შესრულებულია ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ევროპეისტიკის დეპარტამენტში.

**სამეცნიერო ხელმძღვანელი:**

**მერაბ ახვლედიანი**

ფილოლოგიის დოქტორი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი.

**უცხოელი შემფასებელი:**

**ვიაჩესლავ ხოდუსი**

ჩრდილოეთ კავკასიის ფედერალური უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, რუსეთი, სტავროპოლი;

**შემფასებლები:**

**თეა შავლაძე**

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი;

**ნანა ცეცხლაძე**

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი;

**ინდირა ძაგანია**

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი;

სადისერტაციო ნაშრომის დაცვა შედგება -----37-ე აუდიტორიაში, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს მიერ შექმნილი სადისერტაციო კომისიის სხდომაზე. მისამართი: ბათუმი 6010, ნინოშვილის/რუსთაველის ქ. 35/32 სადისერტაციო ნაშრომის გაცნობა შეიძლება ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ილია ჭავჭავაძის ბიბლიოთეკაში, ხოლო სადისერტაციო ნაშრომის ანოტაციისა - ამავე უნივერსიტეტის ვებ-გვერდზე ([www.bsu.edu.ge](http://www.bsu.edu.ge)).

**სადისერტაციო საბჭოს მდივანი,**

**ფილოლოგიის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი**

**მ. კიკვაძე**

## ნაშრომის ზოგადი დახასიათება

წინამდებარე ნაშრომი – **უთარგმნელი ლექსიკა ინგლისურ, რუსულ და ქართულ მედიატექსტებში.** – ეძღვნება ძალიან მნიშვნელოვან პრობლემას თარგმანმცოდნეობაში; გულისხმობს იმ სიტყვებსა და გამოთქმებთან დაკავშირებულ პრობლემას, რომელთა გადათარგმნა ვერ ხერხდება ერთადერთი მიზეზის გამო, რომ მიძღებ ენას უბრალოდ, არ მოეპოვება შესატყვისი სიტყვა თუ გამოთქმა.

ნაშრომის **კვლევის საგანს** წარმოადგენს უთარგმნელი ლექსიკა ქართულ, ინგლისურ და რუსულ მედიატექსტებში იმდენად, რამდენადაც უთარგმნელობის პრობლემას სწორედ მედიატექსტებში ვაწყდებით.

ცნობილია, დღესდღეობით მედიატექსტი ერთ–ერთი თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებაა ადამიანთა შორის, ამიტომაც უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება მათს თარგმნას. ვფიქრობთ, ამ კუთხით ჯერ კიდევ ბევრი რამ შესწავლის საგანია. ერთ–ერთ მათგანს უთარგმნელ ლექსიკასთან დაკავშირებული პრობლემები წარმოადგენს. სწორედ ამის გამო შეირჩა ჩვენი სადისერტაციო ნაშრომის თემად აღნიშნული საკითხი.

მსოფლიო გლობალიზაციის პირობებში მედია მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კაცობრიობის ცნობიერებაზე, ამა თუ იმ საკითხთან დაკავშირებით საზოგადოებრივი აზრის მომწიფებაზე, სხვადასხვა სფეროსადმი წარმოდგენის ფორმირებაზე, პოლიტიკურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაზე. შესაბამისად, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ტექსტთა თარგმნის სპეციფიკურობა იწვევს ინტერესს და განსაკუთრებულ მნიშვნელობასაც იძენს.

ცნობილია, რომ მასმედიის საშუალებით სწრაფად ვრცელდება ყველანაირი ცნობა დედამიწის ნებისმიერი კუთხიდან, ინფორმაციის ენა კი თანამედროვე მსოფლიოში ინგლისურია.

ადამიანის ცხოვრება წარმოდგენილია ინტერნეტისა და ტელევიზიის გარეშე, რადიოსა და სხვა თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებების გარეშე; საშუალებებისა, რომელთა მეშვეობით ის ოპერატიულად იღებს ნებისმიერი სახის ინფორმაციას, იგებს ყველაზე აქტუალურ, ახალ ამბებს და გადასცემს სხვებს.

ყველა ამ საშუალების დამუშავების პროცესში ბუნებრივად ჩნდება სიტყვები და გამოთქმები იმ ენაზე, რომელშიც ისინი წარმოიშობა და რომლებსაც შემდგომ სხვა ენა უცვლელად ითვისებს, ხშირად იმ შემთხვევაშიც, როცა მისი შესატყვისი, ე.წ. ეკვივალენტი სიტყვა და გამოთქმა არსებობს მიმღებ ენაში.

სწორედ ამაზე ვამახვილებთ ყურადღებას წინამდებარე ნაშრომში, რამეთუ არის საფრთხე ქართულ ენაშიც (და რუსულშიც) „უბოდიშოდ“ შემოიჭრას ისეთი უცხოური, უმთავრესად – ინგლისური სიტყვები და გამოთქმები, რომლების შესატყვისებიც მოიპოვება აღნიშნულ ენებში.

მედიატექსტი „არად დაგიდევს“ ენის ნორმებს და „ძალადობს“ მიმღებ ენაზე ისე, რომ არც კი „ფიქრობს“, რომ შესაძლოა, მისდაუნებურად დაანაგვიანოს ესა თუ ის ენა. მიმღები ენა, ჩვენი აზრით, მზად უნდა იყოს და წინ აღუდგეს მსგავს „შემოტევას“.

საუკუნეთა განმავლობაში ენათა და ხალხთა ურთიერთობა, შესაძლებელია, გარკვეული დროით შეწყდეს, მაგრამ ენაში მაინც დატოვებს თავის კვალს.

ეთნოკულტურული ურთიერთობები (მაგალითად, ქართულ-ბერძნული, ქართულ-არაბული, ქართულ-სპარსული, ქართულ-რუსული, ქართულ-თურქული და ა.შ.) ნათლად აღიბეჭდება ენის სტრუქტურაში. მართალია, თავსმოხვეული თუ ნებაყოფლობითი ისტორიული ურთიერთობა წარსულს ჩაბარდა, მაგრამ უცხო ენათა ლექსიკური ერთეულები დღესაც განაგრძობს არსებობას ქართულ ენაში.

ზოგადად ენის განვითარება, მისი ლექსიკური ფონდის გაფართოება და გამრავალფეროვნება საზოგადოებრივი განვითარების საფეხურს კვალდაკვალ მისდევს, რომლის განმავლობაშიც განუწყვეტლივ ივსება ენა ახალი მასალით: გამოთქმებით, საზოგადოების ეკონომიკური და კულტურული განვითარების ამსახველი ახალი სიტყვებით, რომლებსაც ნეოლოგიზმები ეწოდება და რომლებიც შედარებით უმტკივნეულოდ იმკვიდრებენ ადგილს ენაში, რადგანაც მათი შესატყვისები მართლა არ მოეპოვება ენას, ამიტომ ნეოლოგიზმები ვერ ქმნის დიდ საფრთხეს, შეიძლება ითქვას, პირიქითაც, ამდიდრებს კიდევ ენის ლექსიკურ ფონდს, ვინაიდან ისინი შემოდიან თავიანთ „კუთვნილ“ ადგილას, ანუ არ აძევებენ შესაბამის სიტყვას ენიდან ერთი მარტივი მიზეზით, რომ მიმდებ ენას არა აქვს მისი შესატყვისი სიტყვა თუ გამოთქმა.

ენის განვითარება-გამდიდრება სხვა ენებთან ურთიერთობის დადებითი შედეგია, თუმცა ნეგატიური უფრო მეტი შეიძლება იყოს. ცნობილია, თანამედროვე ქართულსა და რუსულ ენებს დღეს მსოფლიოს დომინანტ ენასთან – ინგლისურთან მჭიდრო ურთიერთობა აქვთ. შესაბამისად, ინგლისური ენის ურთიერთობა აღნიშნულ ენებთან დღეს ზეგავლენის ფორმას უფრო იღებს, ვიდრე თანასწორი ურთიერთობისას.

ენა, როგორც საიდენტიფიკაციო კოლექტიური ნიშანი, სხვათაგან განსხვავების ძლიერ იარაღს წარმოადგენს იდენტობის მიღება-შენარჩუნების პროცესში. იმ გარემოებათა გათვალისწინებით, რომელთა მიხედვითაც ერებსა, და, შესაბამისად, ენათა შორის გლობალური ხასიათის ურთიერთობები მეტად ინტენსიურ სახეს იღებს, ძნელი ხდება ნაციონალური იდენტობის შენარჩუნება, ამიტომ მისი დაცვა ყველაზე მნიშვნელოვანია ერის ცხოვრებაში.

ენის ლექსიკური ფონდის ცვალებადობა გარდაუვალი რეალობაა. მისი ამგვარი ხასიათი განაპირობებს ენის

განვითარებას, ან პირიქით. ენის განვითარება მასზე მოლაპარაკე სოციუმის ცხოვრების სტილის, ტემპისა და ხასიათის განვითარების პირდაპირპროპორციულია.

სიტყვის სესხებისას საყურადღებოა მისი გადმოღების ფორმაც.

დღესდღეობით ქართულ ენაში ტერმინთა ინტენსიურად შემოდის სიტყვები, რომლებიც ქართულ ლექსიკურ ფონდში გარკვეულწილად ადაპტირდება ქართული აფიქსების მეშვეობით. სწორედ აფიქსთა დახმარებით ხერხდება მათი „შენიღბვა“ ენის ლექსიკურ ფონდში საკუთარი ადგილის დასაკავებლად.

ენათა კონტაქტები დღეს უფრო სწრაფი და მოქნილია, ვიდრე ადრე, სანამ ადამიანთა შორის, და მით უმეტეს, სხვადასხვა ენაზე მოსაუბრე ადამიანთა შორის, ურთიერთობის ახალი ფორმა – ინტერნეტი გაჩნდებოდა. ბრიტანელი ლინგვისტის – დევიდ კრისტალის მიხედვით, „მასმედიის ერთ-ერთი ძლიერი საშუალება ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლისთვის არის მსოფლიოს ფართო ქსელი“ (WWW – სამი ინგლისური სიტყვის World Wide Web – შემოკლებული ფორმა). ავტორი ლინგვისტური მრავალფეროვნებისთვის ხელსაყრელ სარბიელად ინტერნეტს მიიჩნევს (Crystal, 2003:7). ლინგვისტურ მრავალფეროვნებასთან ერთად იკვეთება ინგლისური ენის ერთადერთ პერსპექტიულ ენად ჩამოყალიბების პროცესი. ამასთან, აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ კრისტალი გამოკვეთს ინგლისური ენის შესაძლო გლობალურ ენად ქცევის თავისებურებებს თუ პერსპექტივებს. იმ ადამიანებს, რომლებისთვისაც ინგლისური დედაენაა, კვლავ სჭირდებათ სხვა ენის შესწავლა. სხვა ენის შესწავლა ხომ სამყაროს სხვა თვალთა დანახვის შესანიშნავი საშუალებაა, შესაბამისად, ვითარება პესიმიზმის საფუძველს არ ქმნის, თუმცა წინა პლანზე იწევს ინგლისური ენის დომინირება არაინგლისურენოვან ქვეყნებში, როდესაც ადგილობრივი ენები ირევა საერთაშორისო ენასთან – ინგლისურთან.

თანამედროვე მსოფლიოს ცხოველი მისწრაფება გლობალიზაციისკენ ყველაზე თვალსაჩინოდ და საინტერესოდ ენობრივ ინტერნაციონალიზაციაში აისახება. ამის ძირითადი წყარო კი მასმედიაა. მასმედია ის საშუალებაა, რომლის ენაშიც ნეოლოგიზმები უფრო ადვილად და უფრო სწრაფად აღწევს. მისი ყველა მედიატექნოლოგია მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებით გამიზნულია ფართომასშტაბიანი აუდიტორიისთვის. ელექტრონული მედია ინფორმაციას ელექტრონული ფორმით გადასცემს და აერთიანებს რადიოს, ტელევიზიას და სხვა საშუალებებს. მასმედიის ბეჭდვით ფორმას კი წარმოადგენს გაზეთი, ჟურნალი, ბროშურა, წიგნი, სარეკლამო ბანერი, ბიგბორდი და სხვ. ბეჭდვითი მედიისგან განსხვავებით, ინტერნეტი იმავე ქმედების განხორციელების საშუალებას იძლევა, თუმცა ვირტუალური ფორმით. ინტერნეტის დახმარებითაც არის შესაძლებელი სტატიის, წერილის, ბროშურის, წიგნის, რეკლამისა თუ სხვა რამის „გამოქვეყნება“ და ფართო მასებისთვის შეთავაზება, გაცნობა. ამისთვის ინტერნეტს აქვს უამრავი საშუალება: ინტერნეტფოსტა (E-mail); ინტერნეტგვერდები (Websites); ე. წ. ბლოგები (Blogging); ე. წ. ჩატები (Chats) და ა. შ.

თითქმის ორი საუკუნის განმავლობაში ქართულ ენაში უხვად მკვიდრდებოდა რუსიციზმები. თანამედროვე ქართულ ენასა და რუსულშიც ანგლიციზმების სიუხვე შეიმჩნევა. თუ ადრე რუსიციზმების სიუხვეს სახელმწიფოთა (საქართველო-რუსეთის) პოლიტიკური კონტექსტი განაპირობებდა (საქართველო ჯერ რუსეთის იმპერიის შემადგენლობაში შედიოდა, მოგვიანებით კი – საბჭოთა კავშირში) ანგლიციზმების დამკვიდრებას დღეს ჩვენი ქვეყნის შემთხვევაში, პოლიტიკურთან ერთად სახელმწიფოს (საქართველოს აშშ-თან) ეკონომიკური დამოკიდებულება და ტექნიკური ევოლუცია განაპირობებს. შესაძლოა, ახლანდელი რუსეთი და აშშ ერთმანეთისადმი დიდი პოლიტიკური სიმპათიით არ იყვნენ განმსჭვალულნი, მაგრამ ანგლიციზმები

რუსულ ენაშიც ისეთივე სისწრაფითა და რაოდენობით იჭრება, როგორც ქართულში. ეს ინგლისური ენის ჰეგემონობის შედეგია – ყველა საინტერნეტო ტერმინი სწორედ ინგლისურ ენაზეა წარმოდგენილი მსოფლიოს ყველა ენაში და ხშირ შემთხვევაში არ ითარგმნება.

თანამედროვე ქართულ და რუსულ ენებში ინგლისურიდან შემოსული მრავალი სიტყვა ზეპირი მეტყველებიდან წერილობით მეტყველებაშია გადასული და თანდათან ძნელი ხდება მათი გამორჩევა. ოდითგანვე დიდ ყურადღებას იქცევდნენ, ზოგადად, სიტყვების, რომლებიც კონკრეტული კულტურის მყარ ნაწილს წარმოადგენდა, თარგმნა პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო. სწორედ ასეთი „უთარგმნელი“ კულტურის მატარებელი სიტყვები თუ ფრაზები ხიბლავდა მუდმივად მთარგმნელებსა და მთარგმნელობით თეორეტიკოსებს. წინამდებარე ნაშრომში ყურადღება გამახვილდება ამაზეც, თარგმანის რაობასა და დანიშნულებაზეც, რომელთა შესახებ მსჯელობისას მივდივართ ერთ ჭეშმარიტებამდე, რომ თარგმანი არის კულტურა, კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რომლის უმთავრესი დანიშნულებაა, გააცნოს სხვადასხვა ხალხის კულტურები ერთმანეთს.

ნაშრომში საუბარია საკმაოდ აქტუალურ საკითხებზე, რაც დაკავშირებულია მედიატექსტებთან. განხილულია, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მედიატექსტების სახეები, მათი განსაკუთრებულობა და თავისებურებები, ასევე წინ წამოწეულია საუბარი იმ პრობლემებზე, რომლებიც თავს იჩენს გარკვეული ტექსტის თარგმნის პროცესში. აღწერილია თარგმანის სპეციფიკა და მთარგმნელის მიერ არჩეული სტრატეგია და ტრანსფორმაცია; წარმოდგენილია, ასევე, ზოგიერთი პროცედურა და სტრატეგია, რომლებიც გამოყენებულია სხვადასხვა თეორეტიკოსის მიერ კულტურული კონცეპტების თარგმნისას.

კვლევაში, აგრეთვე, მიმოვიხილავთ ტექსტის საკითხს ლინგვისტიკაში, რადგან ტექსტის მიმართ ფუნქციურმა მიდგომამ,



ასევე ტექსტის სხვადასხვა მახასიათებლის კვლევამ მეცნიერები მიიყვანა კომუნიკაციური ლინგვისტიკის ევოლუციამდე და შესაბამისად, აიძულა ისინი, გარკვეული კორექტირება შეეტანათ სამეტყველო კომუნიკაციის მოდელში და შეეცვალათ წარმოადგენა კომუნიკაციურ აქტებზე.

როგორც უკვე აღინიშნა, **კვლევის საგანია** უთარგმნელი ლექსიკა მედიატექსტებში, უთარგმნელობის გამომწვევი მიზეზებისა და მათი გადალახვის ხერხების ძიება, ასევე – პრობლემის გადაჭრის გზების პოვნა. ნაშრომის ერთ-ერთ ქვეთავში განხილულ ამ საკითხის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს უთარგმნელობის გადალახვის ხერხების შესწავლა, აგრეთვე დადგენა შედარებით ადეკვატური კომპონენტების გადმოცემის ხერხებისა, რომლებიც შეადგენს უთარგმნელობის მცნებას, ასევე არაეკვივალენტური ლექსიკისა და რეალიების ინგლისური ენიდან თარგმნისას ქართულ და რუსულ ენაში წარმოქმნილი პრობლემების, სირთულეებისა და თავისებურებების შესწავლა, უცხო სიტყვათა თუ ტერმინთა დამკვიდრებასა და გამოყენებასთან დაკავშირებული პრობლემები მედიატექსტებში.

მედიატექსტის თარგმნა სხვადასხვა სირთულესთანაა დაკავშირებული, განსაკუთრებულ ტრანსლატოლოგიურ პრობლემებს ვაწყდებით სათაურების, ტერმინების, აბრევიატურათა თარგმნის დროს, რომლებიც უთარგმნელ სიტყვათა კატეგორიებს განეკუთვნება.

ჩვენი ინტერესის სფეროს სწორედ მედიატექსტების თარგმნთან დაკავშირებული მთარგმნელობითი პრობლემები წარმოადგენს, რაც განსაზღვრავს ჩვენი საკვლევი თემის **აქტუალურობასაც**.

სადოქტორო კვლევის **აქტუალურობაზე** მეტყველებს ისიც, რომ მართალია, უთარგმნელი ლექსიკის შესწავლა დიდ ხნის წინ დაიწყო, მაგრამ მედიატექსტებში მათი არსებობა და მათთან დაკავშირებულ პრობლემებზე კვლევა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მწირია იმდენად, რამდენადაც მედიატექსტი თავად სიახლეა და

შესაბამისად, მისდამი მიძღვნილი კვლევები არაა საკმარისი, თუმცა, რაც არსებობს, თითოეულ მათგანში საინტერესოდაა განხილული უთარგმნელი ლექსიკის კლასიფიკაცია; შესწავლილია მისი გამოყენების მეთოდები და მიზეზები; ჩვენი კვლევა კი ერთგვარი მცდელობაა, შეისწავლოს მედიატექსტების უთარგმნელობის მიზეზები; ამით მოკრძალებული წვლილი შეიტანოს ზოგად კვლევაში და შემდგომი კვლევებისთვის შექმნას გარკვეული საფუძველი, დაგროვდეს საკუთრივ მედიატექსტებში არსებული უთარგმნელი ლექსიკა. ჩვენი კვლევის თემის **აქტუალობა** გამოიხატება არამარტო მედიატექსტების ფართო გავრცელებაში, არამედ გარშემომყოფთა ენასა და მეტყველებაში რეალობის ასახვის საჭიროებაშიც.

ნაშრომში განსაკუთრებით ხაზი გაესმება მედიატექსტების ჟანრებსა და სტილს, მათი თარგმნის სპეციფიკურობას.

კვლევის **ობიექტია** უთარგმნელი ლექსიკა ქართულ, რუსულსა და ინგლისურ მედიატექსტებში.

**ნაშრომის სიახლე** კი იმაში მდგომარეობს, რომ პირველად:

ა) მოვუყარეთ თავი ერთად ქართულ, რუსულსა და ინგლისურ მედიატექსტებში ხშირად გამოყენებულ უთარგმნელ ლექსიკურ ერთეულებსა და გამოთქმებს;

ბ) შევეუპირისპირეთ ერთმანეთს ამ სამ ენაში არსებული უთარგმნელი სიტყვები და გამოთქმები.

ნაშრომის **მიზანია** გადათარგმნილი მედიატექსტების განსაკუთრებულობის წარმოჩენა და შესწავლა.

ასევე გვსურს, წარმოვადგინოთ ერთი კონკრეტული ენიდან მეორე ენაზე უთარგმნელი ლექსიკის თარგმნის კონკრეტული შემთხვევები, ამიტომ თემა მოიცავს სამივე: ქართული, ინგლისური, რუსული ენის როგორც წყარო, ისე სამიზნე ენის კატეგორიად გათვალისწინებას, რადგანაც მთარგმნელობითი

გადაწყვეტილებების სურათი კონკრეტული ენების ურთიერთმიმართ მკვეთრად განსხვავებულია.

იმისთვის, რომ მიგვეღწია დასახული მიზნისთვის, გამოვიყენეთ შემდეგი **მეთოდები**:

1. შევისწავლეთ საკვლევი თემისთვის საჭირო სამეცნიერო ლიტერატურა;

2. გავეცანით სხვადასხვა ნაშრომში წარმოდგენილ ცალკეულ კვლევას, ზოგადად:

ა) ტექსტის შესახებ (ტექსტთა ტიპები, მათი განვითარების ეტაპები და კვლევა ლინგვისტიკაში);

ბ) თარგმანის რაობას, მისი განვითარების ეტაპებს, თარგმნის მეთოდებსა და ამოცანებს, ტრანსლატოლოგიასთან დაკავშირებულ ლექსიკურ და სემანტიკურ პრობლემებს, უცხოურ ლექსიკურ ერთეულთა პრობლემებს მიმღებ ენაში;

გ) მედიატექსტის არსს, მისი გადათარგმნის სპეციფიკას, „პუბლიცისტურ სტილს“ და მის ლინგვისტურ თავისებურებებს;

3. სამეცნიერო კვლევებზე დაყრდნობით აღვწერეთ:

ა) პუბლიცისტური სტილის თავისებურებები სტილების სისტემაში;

ბ) ლექსიკის უთარგმნელობის მიზეზები, წყაროები და მისი თარგმნის ხერხები;

4. მიმოვიხილეთ: რეალიები, ბარბარიზმები, ეგზოტიზმები, ნასესხები სიტყვები და ა. შ.

**ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა.** ნაშრომი მოიცავს შესავალს, ოთხ თავსა და 11 პარაგრაფს, დასკვნებსა და გამოყენებული ლიტერატურის სიას.

სადისერტაციო ნაშრომის მოცულობა შეადგენს კომპიუტერული ტექსტის 130 გვერდს.

კვლევის მიზანმა და ამოცანამ განსაზღვრა ნაშრომის შემდეგი სტრუქტურა:

შესავალი;

**თავი I. ტექსტის ცნება და რაობა, მისი ტიპები და კვლევა  
ლინგვისტიკაში**

1.1. ტექსტის განსაზღვრება და ტექსტი, როგორც  
ლინგვისტური კვლევის ობიექტი;

1.2. ტექსტის ტიპები და ნაირსახეობა.

**თავი II . ტრანსლატოლოგიის ლექსიკური და სემანტიკური  
პრობლემები**

2.1. თარგმანის რაობა და მისი განვითარების ეტაპები;

2.2. მედიატექსტის ტრანსლატოლოგიური პრობლემები;

2.3. უცხოური ლექსიკურ ერთეულთა პრობლემები მიმდებ  
ენაში.

**თავი III. მედიატექსტის სტილის ლინგვისტური თავისებურებები**

3.1. მედიატექსტის გადათარგმნის სპეციფიკა;

3.2. საგაზეთო სტილის ლინგვისტილისტიკური

თავისებურებანი;

3.3. პუბლიცისტური სტილი სტილების სისტემაში.

**თავი IV. უთარგმნელ ლექსიკასთან დაკავშირებული პრობლემები  
მედიატექსტებში**

4.1. უთარგმნელი ლექსიკის მიზეზები, წყაროები და თარგმნის  
ხერხები;

4.2. რეალიები, როგორც ენის არაეკვივალენტური ლექსიკის  
შემადგენელი ნაწილი;

4.3. ბარბარიზმებისა და ეგზოტიზმების გამოყენების  
პრობლემა მედიატექსტებში.

**დასკვნა**

**ბიბლიოგრაფია**

**ნაშრომის აპრობაცია.** სადისერტაციო ნაშრომის განხილვა  
გაიმართა

## თავი I. ტექსტის ცნება და რაობა, მისი ტიპები და კვლევა ლინგვისტიკაში

### 1.1. ტექსტის განსაზღვრება და ტექსტი, როგორც ლინგვისტური კვლევის ობიექტი

ტექსტის რაობის საკითხის შესახებ არსებობს სხვადასხვა აზრი. მისი ყველა განსაზღვრება პირობითად შეიძლება დაიყოს ორ დიდ ჯგუფად: პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება ზოგადი განსაზღვრებები. ისინი ასახავენ საკვლევო ობიექტის უზოგადეს ნიშნებს; ტექსტად მიიჩნევენ კომუნიკაციური ინტენციის განხორციელებისთვის საჭირო ყველა ენობრივ გამოხატულებას. ტექსტს, ზოგადად, შესაბამისი დარგის მკვლევრები თვლიან ენობრივი კოდის სოციოკომუნიკაციურ ქმედებაში გადაყვანის უნივერსალურ ფორმად.

მეორე ჯგუფის განსაზღვრებები კი უფრო ვიწროა და საფუძვლად ედება კერძო საკითხების კვლევას, ტექსტის შესწავლას სხვადასხვა ასპექტის მიხედვით: ენისა და მეტყველების პოზიციიდან პარადიგმატიკულ და სინტაგმატიკურ ჭრილში, გრამატიკული, ლექსიკური და სტილისტიკური თავისებურებების აღწერას. ზოგადად, ტექსტის ცალსახად განსაზღვრა შეუძლებელია. დღესდღეობით, ტექსტი, როგორც შესწავლის საგანი, სხვადასხვა სფეროს სპეციალისტთა ყურადღებას იწვევს. ცნობილი სემიოტიკოსი, კულტუროლოგი და ლიტერატურათმცოდნე ვ. რუდნევი თვლის, რომ თვით ქალაქის ქუჩაც კი არის ტექსტი ან ტექსტთა ერთობლიობა, რადგანაც ქუჩაში გვხვდება ქუჩათა სახელწოდებების, სახლების ნომრების, მაღაზიათა და სხვა დაწესებულებათა დასახელებების გამომხატველი სხვადასხვა ტექსტი; სარეკლამო ბანერებზე გადმოცემულია გარკვეული სახის შინაარსის ამსახველი ტექსტები; საგზაო ნიშნებიც კი და შუქნიშნებიც ინფორმაციის მატარებელია, შესაბამისად, ასრულებენ კომუნიკაციის ფუნქციას და, რაც

კომუნიკაციას ამყარებს, არის ტექსტი. დღევანდელ ენათმეცნიერებაში ტექსტი განიხილება, როგორც მთლიანი ენობრივი წარმონაქმნი. ტექსტი მრავალწახნაგოვანი მოვლენაა, რომელიც არაერთგვაროვან მიდგომას, სხვადასხვა მეთოდით შესწავლას საჭიროებს. საწყის ეტაპზე ტექსტის კვლევაში ამოსავალ მასალად არა – ტექსტი, არამედ ცალკეული წინადადება ითვლებოდა. ჰეგერი ტექსტს განსაზღვრავს, როგორც უფრო დიდ ერთიანობას, ვიდრე – წინადადებას .

გენერატიული მიდგომისას ტექსტი განიხილება, როგორც წინადადების კარგად ჩამოყალიბებული თანმიმდევრობა თუმცა ტექსტი არ არის მხოლოდ წინადადებათა კომპონენტების ჯამი. განსაზღვრულ შემთხვევაში წინადადება შეიძლება, აღმოჩნდეს დამოუკიდებელი ტექსტი.

გამოკვლევებმა გვიჩვენეს, რომ ტექსტი აღემატება წინადადებას არა მარტო სიგრძით, ანუ გაბმულობით სივრცესა და დროში, არამედ ფორმალურ–გრამატიკულ ფაქტორებთან მჭიდრო კავშირითაც, რაც, თავის მხრივ, დაკავშირებულია ადამიანთან, კომუნიკაციის პროცესსა და შემეცნებასთან.

ლინგვისტიკის შესწავლის საგანია ისეთი მიმართება, როგორცაა, თემა და მისი დამოკიდებულება ტექსტში გადმოცემული ძველი და ახალი ინფორმაციის მიმართ. ბოლო პერიოდში მეთოდისტიკის ყურადღებას იპყრობს ტექსტის სამი მიმართულებით შესწავლა სამეცნიერო ლინგვისტურ სივრცეში. პირველი მიმართულება ინტენსიურად სწავლობს ავთენტური ტექსტის პარამეტრებსა და მახასიათებლებს, რომლებშიც იგულისხმება „ზეპირი და წერილობითი ტექსტები, რომლებიც წარმოადგენს ამა თუ იმ ენისა და კულტურის მატარებლების სამეტყველო საქმიანობის რეალურ პროდუქტებს. ტრადიციულად ავთენტურ ტექსტს უპირისპირდება არავთენტური, რომელიც საგანმანათლებლო მიზნებისთვის გამოხატავს ენისა და კულტურის მატარებლების ობიექტური სამყაროს ენობრივ სურათს.

საზოგადოდ ცნობილია, რომ სწორედ ტექსტის, როგორც კულტურათმორისი კომუნიკაციის არხის, გავლით სხვა ერს შევიცნობთ. ტექსტის არსებობა კულტურათმორის კომუნიკაციაში ახდენს ტექსტის აქტუალიზებას ახალ კულტურულ-კომუნიკაციურ გარემოში. ასეთი გადასვლის დროს თავს იჩენს გარკვეული პრობლემები. ტექსტი ადეკვატურად გაიგება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი ავტორისა და ადრესატის კონტექსტები ემთხვევა ერთმანეთს. ლინგვისტიკაში ტექსტის ფლობა კულტურათმორის კომუნიკაციაში ახდენს ორივე ფენომენის – ტექსტისა და თვით კულტურათმორისი კომუნიკაციის, საინტერესო კუთხით შესწავლის პროვოცირებას.

თანამედროვე კომუნიკაციური ლინგვისტიკა კომუნიკაციის სამ ძირითად კომპონენტს გამოყოფს, ესენია: ადრესანტი, ტექსტი და ადრესატი, მაგრამ ენობრივი კომუნიკაციის განხორციელებისთვის საჭიროა სხვა კომპონენტებიც: კონტექსტი (იგივე რეფერენტი: ის, რის შესახებაცაა ლაპარაკი), კოდი (რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება კომუნიკაცია) და კონტექსტი (ადრესატსა და ადრესანტს შორის არსებული ფიზიკური და ფსიქოლოგიური არხი.) გამონათქვამი ტექსტად მხოლოდ მაშინ გადაიქცევა, როდესაც მას განვიხილავთ გარკვეული სიტუაციის ფარგლებში და როდესაც გვაქვს ამ გამონათქვამის ლინგვისტური კონტექსტის ცოდნა. სწორედ კონტექსტი იძლევა წინადადებების ერთმნიშვნელოვნად ინტერპრეტაციის საშუალებას.

## **1.2. ტექსტის ტიპები და ნაირსახეობა**

ტექსტის სახეობათა შორის ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი უჭირავს მხატვრულ ნაწარმოებს პუბლიცისტურ და სამეცნიერო თხზულებებთან ერთად. ასევე, საკმაოდ მნიშვნელოვანია სასაუბრო-საკომუნიკაციო ტექსტები. მათი ერთობლიობა კი ქმნის

ტექსტთა ტიპებს. ტრადიციულად, ლინგვისტები და ენის პრობლემებზე მომუშავე სხვა მკვლევრები მიიჩნევდნენ, რომ ენის კორპუსი შედგებოდა მხოლოდ წერილობითი წყაროებისგან, რომლებიც ქვეყნდებოდა წერილობითი ფორმით (ნოველა, პიესა, სატელევიზიო ტექსტი, ჟურნალ-გაზეთისა თუ სახელმძღვანელოს ტექსტი და ა.შ.).

ტექსტს არ შეიძლება რაიმე ჟანრობრივი ფორმა არ ჰქონდეს. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ნებისმიერ ჟურნალისტურ ჟანრს აქვს საკუთარი საგანი, ფუნქცია და მეთოდი.

ცნობილი ფაქტია, რომ ახალი ტექნოლოგიები ხელს უწყობს დღემდე სრულიად უცნობი ჟანრების გაჩენას, ზოგიერთი შეხედულებით, მარტო პრესაში ორმოცამდე სხვადასხვა ჟანრია დაფიქსირებული. საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ქრონოლოგიურად წინ უსწრებს სატელევიზიო და რადიომაუწყებლობის ჟანრებს და, ამავე დროს, წარმოადგენს მათ საფუძველს.

როგორც ცნობილია, ნებისმიერი ფუნქციური სტილის შესწავლა უნდა დაიწყოს და წარიმართოს მისთვის დამახასიათებელი ჟანრების, ანუ ტექსტის ტიპების შესწავლით, რადგან ყოველი ფუნქციური სტილის ქვესტილის ჟანრობრივ სივრცეს ქმნის ტექსტები, რომლებიც იქმნება მოცემული ჟანრის საფუძველზე. როგორც ცნობილია, საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ჟურნალისტური ფუნქციური სტილის სხვა სივრცეებისგან განსხვავდება მეთოდით ანუ არხის გზით, რადგან იგი მიმართავს მხოლოდ ბეჭდვით მეთოდს, ხოლო საგანი სამივე ქვესტილისთვის არის, გარკვეულწილად, ფაქტი, ხოლო ფუნქცია აუდიტორიაზე ზეგავლენის მოხდენა და აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდებაა. სწორედ წერილობითმა კომუნიკაციამ არსებითად ბევრი რამ მოითხოვა საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცისა და მისი შემადგენელი სივრცეებისგან. უპირველეს ყოვლისა, კომუნიკაციის ამ სახემ ჟურნალისტური ტექსტისგან, განურჩევლად იმისა, თუ რომელ ჟანრს (ინფორმაციულ, ანალიტიკურ თუ მხატვრულ-



პუბლიცისტურს) მიეკუთვნება იგი, მოითხოვა გადასაცემი ინფორმაციის მაქსიმალურად, სრულად და თანმიმდევრულად წარმოდგენა, რადგან ამ დროს ავტორი და მკითხველი დროის სხვადასხვა მონაკვეთში იმყოფება.

მედიატექსტი – საინფორმაციო გადაცემა, ჩამოყალიბებული მედიის ნებისმიერი სახით და ჟანრით (საგაზეთო სტატია, ტელეგადაცემა, ვიდეოკლიპი, ფილმი და ა. შ).მედიაპროდუქციის კონკრეტული შედეგია.

მედიატექსტის კონცეფცია, როგორც მასობრივი მრავალსაფეხურიანი მოვლენა, ივსება პარამეტრების მდგრადი სისტემით, რომელიც საშუალებას აძლევს ზედმიწევნით ზუსტად აღწეროს ესა თუ ის მედიატექსტი სხვადასხვა ნიშნით. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებია არა მარტო საგაზეთო-საჟურნალო ტექსტები, არამედ სხვადასხვა გახმოვანებული მასალა: რადიო და ტელერეპორტაჟები, ინტერვიუ, სხვადასხვა პროგრამა, თოქ-შოუ, ფილმები და ასე შემდეგ, ის, რასაც ხშირად „ელექტრონული პრესა“ ეწოდება.

„ელექტრონული პრესის“ გაგება ბოლო წლებში გაფართოვდა ინტერნეტის ჩართვის შემდეგ. ელექტრონულ პრესაში წარმოდგენილია მსოფლიოში თითქმის ყველა წამყვანი ახალი ამბების სააგენტო. მედიატექსტი დღესდღეობით შეადგენს თანამედროვე კულტურის ბირთვს, რადგან ის ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცის განუყოფელი ნაწილია. მასმედიის ენა კი დინამიკური, მუდმივად განახლებადია, რადგან დამოკიდებულია ტექნოლოგიებისა და ყოფითი ცხოვრების ცვალებადობაზე, ასევე ენაში შემოსულ ნეოლოგიზმებსა და შეცვლილ გრამატიკულ ნორმებზე.მასობრივი კომუნიკაცია ტექსტის ტრადიციულ გააზრებას მატებს ახალ განზომილებას;

ტელევიზია კიდევ უფრო აფართოებს ტექსტის საზღვრებს, აერთიანებს სამეტყველო ნაწილს ვიდეოგამოსახულებასთან და ხმოვან რიგთან ერთად. ტექსტის ვერბა-ლური და

მედიაკომპონენტები მჭიდროდ არის დაკავშირებული და შეთანხმებული ერთმანეთთან სხვადასხვა პრინციპის (დამატება, ილუსტრაციის გაძლიერება, გამოყოფა, დაპირისპირება და ა. შ.) საფუძველზე ქმნის ერთიანობას, რაც წარმოადგენს მედიატექსტის არსს.

## **თავი II . ტრანსლატოლოგიის ლექსიკური და სემანტიკური პრობლემები**

### *2.1. თარგმანის რაობა და მისი განვითარების ეტაპები*

თარგმანი - ეს არის საქმიანობა, რომელსაც თარჯიმანი შემოქმედებითად უდგება; თარგმანი დამოკიდებულია ენის ვარიაციულ რესურსებზე, თარგმანის სახეობაზე, თარგმანის ამოცანებზე, ტექსტის ტიპზე და ინდივიდუალურობის გავლენაზე. თარგმანი, ასევე, არის ზემოთ აღწერილი საქმიანობის შედეგი.

ცნება *თარგმანი კულტურულ ცვლადს* წარმოადგენს. მთარგმნელობით საქმიანობას სხვადასხვა ცნებითი აღმნიშვნელი აქვს სხვადასხვა კულტურაში, ვინაიდან ყველა ერს თავისებურად ესმის მისი მნიშვნელობა.

თარგმანი, როგორც ინტელექტუალური საქმიანობა, უძველესი დროიდან წარმოადგენს საყურადღებო ფენომენს.

თარგმანის პირველ ნიმუშებს, კერძოდ, ორენოვან წარწერებს მკვლევრებმა ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 3000 წელს ეგვიპტის ანტიკურ სამეფოებში, პირველ ჩანჩქერზე (the first cataract, Elephant-tine), ელეფანტინის ტერიტორიაზე მიაკვლიეს, თარგმანის, როგორც სამეცნიერო დარგის, შესწავლა კი გვიან დაიწყო. მის შემსწავლელ მეცნიერებას **თარგმანთმცოდნეობა** უწოდეს.

თარგმანთმცოდნეობას, როგორც დამოუკიდებელ დისციპლინას, საფუძველი მე-20 საუკუნის მე-2 ნახევარში ჩაეყარა, თუმცა

რეფლექსიები თარგმნის შესახებ უძველესი დროიდან იღებს სათავეს. თარგმანის სიღრმისეული ენათმეცნიერული შესწავლა სხვა ფაქტორებთან ერთად განაპირობა მეორე მსოფლიო ომმა და მის შემდგომ წარმოებულმა ე.წ. „ცივმა ომმა“, რა დროსაც გამოაშკარავდა ავტომატური თარგმანის თავდაპირველი ამბიციური პროექტის წარუმატებლობა (საყვარელიძე, 2001:10).

თარგმანის ლინგვისტური ასპექტების თეორეტიზება ცოტა მოგვიანებით – 1940-60-იანი წლებიდან დაიწყო, მას შემდეგ, რაც აქტიურად შემოვიდა ადამიანის ცხოვრებაში საინფორმაციო საშუალებები, კერძოდ, რადიო-ტელევიზია, სადაც გაჩნდა შესაბამისი ტერმინოლოგია და ტექსტი, ე.წ. მედიატექსტი, რომელიც დედესდღეობით შეადგენს თანამედროვე კულტურის ბირთვს, რადგან ის ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცის განუყოფელი ნაწილია.

## **2.2. მედიატექსტის ტრანსლატოლოგიური პრობლემები.**

თანამედროვე ადამიანი ტექსტების სამყაროში ცხოვრობს და მოღვაწეობს, ამიტომ ტექსტური ინფორმაციის აღქმაზე დიდწილად არის დამოკიდებული მისი პროფესიული წარმატებები და საზოგადოებრივი პოზიცია.

თარგმანი არის ბილინგვიზმის განსაკუთრებული შემთხვევა არა მარტო იმიტომ, რომ თარჯიმანი შეგნებულად გაურბის იმას, რაც არ ექვემდებარება შეგნებას და ვლინდება ბილინგვიზმის სხვა სიტუაციებში. თარგმანი განსაკუთრებულია ორენოვანი კომუნიკაციის დროს, რადგან იგი თავისი არსით მეორადია. თარგმანი სამეტყველო აქტია, რომლის მიზანია არა შექმნა, არამედ გადმოცემა სხვა ენაზე უკვე არსებული სამეტყველო ნაწარმოებისა.

რადგან თარგმანი არის ორენოვანი კომუნიკაციის პროცესი, მისი მთავარი ამოცანა ნამდვილად არის, შეინარჩუნოს თარგმანის ენაში საწყისი ენის კომუნიკაციური ფუნქცია, რაც განსაზღვრავს

კომპონენტების სპეციფიკას და დომინანტების ფუნქციურ შემადგენლობას.

აქვე აღვნიშნავთ, რომ თავისი ისტორია აქვს როგორც თარგმანის პრაქტიკას, ასევე – მის თეორიას. ზეპირი და წერიტი თარგმანის სპეციფიკიდან წარმოიშვა მიმდინარეობა, რომელიც იკვლევს თითოეული მათგანის თავისებურებას პროცესისა და შედეგის სტადიაზე, ასევე ამ ძირითადი სახეობების საზღვრების ინტეგრაციას. თარგმანის განსაზღვრული სახეობების თეორია მჭიდროდ არის დაკავშირებული თარგმანის დიდაქტიკასთან.

უცხო ენებზე შედგენილი ნებისმიერი ტექსტი ურთიერთობების გაცვლის მიზნით, ბუნებრივია, საჭიროებს თარგმნას იმ ენაზე, რომელსაც ფლობს ის ობიექტი, ვისთანაც ვამყარებთ კომუნიკაციას. სწორედ ამის გამო შექმნილია მეცნიერებები: **თარგმანთმცოდნეობა**, **ტრანსლატოლოგია** და სხვა.

თარგმანის წარმოების თეორია – **ტრანსლატოლოგია** შეისწავლის თარგმნის კანონზომიერებებს.

როგორც უკვე აღვნიშნა, იმთავითვე არსებობდა ზეპირი და წერილობითი ტექსტები; მოგვიანებით გაჩნდა საგაზეთო–პუბლიცისტური ტექსტები და კიდევ უფრო მოგვიანებით – სატელევიზიო და ინტერნეტქსელური ტექსტები. ყველას ამას ერთად **მედიატექსტები** ჰქვია. მედიატექსტი დღესდღეობით შეადგენს თანამედროვე კულტურის ბირთვის, რადგან ის ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცის განუყოფელი ნაწილია.

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების ენის შემსწავლელ დამოუკიდებელ დისციპლინას **მედიალისტიკა** ეწოდება.

მედიატექსტს წარმოადგენს საგაზეთო–პუბლიცისტური ტექსტები, რომლებიც დიდი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. განსაკუთრებით შეკუმშული, საქმიანი და მშრალი საინფორმაციო ხასიათის სტატიებითა და შეტყობინებებით. მსგავსი შეტყობინებების თარგმნისას, სიზუსტე, ძირითადად, წინადადების სინტაქსური გარდაქმნების, სტრუქტურული ცვლილებებისა და

ლექსიკურ-კონტექსტური ეკვივალენტების გამოყენებით მიიღწევა, რადგან ეს ცვლილებები გამოწვეულია სათარგმნი ენის ნორმებისა და საგაზეთო სტილის ნორმების დაცვის აუცილებლობით. საგაზეთო სტატიის სათაური უნდა იყოს მოკლე, ლაკონური და შინაარსობრივი, ამასთან, როგორც ადრეც აღვნიშნეთ, მან გარკვეული ემოციური გავლენა უნდა მოახდინოს მკითხველზე. სათაურის უმთავრესი ფუნქციაა მკითხველის ყურადღების მიქცევა და ამიტომ, ძალიან ხშირად, ის სრულად ვერ გადმოსცემს სტატიის შინაარსს. ამ ფუნქციას, ძირითადად, ასრულებს ქვესათაური, რომელიც რამდენიმე სტრიქონის საშუალებით სტატიის მოკლე შინაარსს იძლევა.

მთარგმნელისთვის მნიშვნელოვანია ის ცოდნა, რომელიც მას საშუალებას მისცემს ობიექტურად აღიქვას სათაურის შინაარსი და ეკვივალენტური თარგმანი შეასრულოს სათარგმნი ენის სტილისტიკურ-გრამატიკული ნორმების გათვალისწინებით.

განსაკუთრებულ სირთულეს თარგმნის პროცესში მთარგმნელი აწყდება კულტურული კონცეპტის თარგმნისას, რადგანაც კულტურა და კულტურათმორისი კომუნიკაცია ბევრად უფრო რთული ფენომენია, ვიდრე ეს მთარგმნელს წარმოუდგენია. მთარგმნელის კომპეტენციაზე დამოკიდებული თარგმანის ხარისხი, მაშასადამე, რაც უფრო მეტ ცოდნას ფლობს მთარგმნელი კულტურათა მახასიათებლებსა და კულტურათმორის განსხვავებულობაზე, მით უფრო კარგია თარგმანი. მთარგმნელი თეორეტიკოსები ჯერ კიდევ უძველესი პერიოდიდან აღიარებდნენ კულტურული ცოდნის პრობლემებსა და კულტურებს შორის განსხვავებებს. სწორედ კულტურის შესახებ ცოდნა და კულტურათმორისი განსხვავებები წარმოადგენდა მთარგმნელობითი პრაქტიკისა და თეორიის შესწავლისას მთავარ საგანს, სწორედ მათზე კეთდებოდა მთავარი აქცენტი.

ოდითგანვე დიდ ყურადღებას იქცევდნენ სიტყვები, რომლებიც მყარად წარმოადგენდა კონკრეტული კულტურის

ნაწილს და მათი თარგმნა პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო. ხანგრძლივი დებატები იმართებოდა იმის თაობაზე, თუ როდის მომხდარიყო მათი პერიფრაზირება; როდის გამოყენებულიყო ყველაზე ახლო ეკვივალენტი; როდის შექმნილიყო ახალი სიტყვა (განსაკუთრებით მხატვრული ტექსტის თარგმნისას) და როდის მომხდარიყო, უბრალოდ, მისი გაშიფვრა, ე.წ. ტრანსკრიფცია. სწორედ ეს „უთარგმნელი“ კულტურის მატარებელი სიტყვები თუ ფრაზები იყო მომხიზვლელი მთარგმნელებისა და მთარგმნელობითი თეორეტიკოსებისთვის.

## **2.2. უცხოური ლექსიკურ ერთეულთა პრობლემები მიმდებ ენაში**

თარგმანი არის არა მარტო ლინგვისტური, არამედ კულტურული კომუნიკაციის აქტი კულტურებს შორის; თარგმნის პროცესს აქვს ორი ასპექტი, რადგან, როგორც არაერთგზის აღინიშნა, ენა და კულტურა განუყოფელია, შესაბამისად, კულტურა და თარგმანიც განუყოფელია. თარგმანის წყალობით უზრუნველყოფილია იმ ადამიანთა ენათშორისი და კულტურათშორისი კომუნიკაცია, რომლებიც საუბრობენ სხვადასხვა ენაზე.

თარჯიმნის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია - მაქსიმალურად გადმოსცეს ორიგინალის შინაარსი. მაგრამ ენათა ოჯახებში განსხვავებების არსებობამ და ტექსტების აგებულების თავისებურებებმა შეიძლება, შეზღუდოს ის შესაძლებლობები, რომლებიც მთარგმნელის ხელთაა და სრულად შენარჩუნდეს ორიგინალის აზრობრივი შინაარსი თარგმანში, ამიტომ თარჯიმნის ვალდებულებბაა, რაც შეიძლება სრულად გადმოსცეს ორიგინალურ ტექსტში არსებული ინფორმაცია. ამისთვის ის აუცილებლად უნდა ფლობდეს განსაზღვრულ ზოგად (ფონურ) ცოდნას, რაც გააჩნიათ საწყისი ენის მატარებლებს. მთარგმნელობითი საქმიანობის წარმატებულად შესრულება განსაზღვრავს საწყისი ენის

მატარებლების ისტორიის, კულტურის, ლიტერატურის, ადათის, თანამედროვე ცხოვრებისა და სხვა რეალობის ყოველმხრივ გაცნობას. საბაზისო მოთხოვნა სრულფასოვანი თარგმანისთვის არის თარჯიმნის მიერ ცხოვრების კონკრეტული პირობების, ქვეყნის ყოფის, ადათ-წესებისა და ტრადიციების ცოდნა.

### **თავი III. მედიატექსტის სტილის ლინგვისტური თავისებურებები**

#### *3.1. მედიატექსტის გადათარგმნის სპეციფიკა*

მთარგმნელის პრაქტიკული მუშაობისთვის, მეტწილად, არსებითად გვევლინება ინგლისური მედიატექსტის შემდეგი მახასიათებლები:

- სასაუბრო-ფამილიარული ხასიათი;
- სტილის შეფერადება ჟარგონიზმების, პერიფრაზებისა და ა.შ. გამოყენებით;
- ტიტულების და მიმართვების ოფიციალურობა;
- საგაზეთო სათაურების განსაკუთრებული ხასიათი;
- აზნაცების გამოყოფის განსაკუთრებული მეთოდი;
- საგაზეთო-ინფორმაციული მასალების ლექსიკური თავისებურებები;
- ტერმინების გამოყენება.

ინგლისურსა და ამერიკულ საგაზეთო მასალებში ქართული/რუსული ენისგან განსხვავებით, მიღებულია სასაუბრო ტერმინის გამოყენება. უცნაურია ჩვენი თვალსაზრისით, ის ფამილიარობა (მოურიდებლობა), რითაც ინგლისური და ამერიკული ბეჭდვითი ორგანოები გამოხატავენ სახელმწიფო მოღვაწეების მიმართ; ხშირად სახელმწიფოს ხელმძღვანელებს და მინისტრებს გაზეთებში ეძახიან Bob Kennedy-ს (Robert F. Kennedy), მათი გვარები მოურიდებლად იკვეცება: Mac (Macmilan) ჯო ბაიდენი და მისთანები.

ყველა ეს ფამილიარულ-სასაუბრო ფორმა დიდი ხანია, მისაღებია ინგლისელი მკითხველისთვის. თუ ამ ფორმას შევინარჩუნებთ, მაგალითად, რუსულად თარგმნისას, ის რუს მკითხველზე მოახდენს არასახარბიელო შთაბეჭდილებას თავისი მიუღებლობით, რითაც დაირღვევა ორიგინალის სტილისტიკური შეფერილობა, ვინაიდან ინგლისელი მკითხველისთვის კანონზომიერი ტექსტი გადმოიცემა უჩვეულო რუსული ტექსტით, რომელიც მიღებული იქნება რუსი მკითხველისთვის, როგორც მსუბუქი აზროვნება და უადგილო მოურიდებლობა.

ამიტომაც, უფრო მართებული იქნება, მთლიანობაში, ჟანრის ხასიათის ადეკვატურად გადმოცემის მიზნით, უარი ეთქვას ასეთ ჟანრობრივ თავისებურებებს იმისთვის, რომ თუ ინგლისურად ეს მასალა არის ინფორმაციული-აღწერილობითი ჟანრისა, მაშინ რუსული თარგმანი უნდა ფლობდეს ყველა იმ თვისებას, რომლებიც ახასიათებს ამ ჟანრს.

საინფორმაციო-აღწერილობითი მასალების მთარგმნელს ხშირად უწევს შეჯახება ამ ჟანრის მასალების კიდევ ერთ თავისებურებასთან. ინგლისურ და ამერიკულ გაზეთებში, როგორც ჩანს, ტექნიკური მიზეზების გამო, თითქმის ყველა წინადადება იკრიბება ახალი ხაზიდან, ბუნებრივია, მთარგმნელმა მექანიკურად არ უნდა ასახოს მიმღებ ენაში ინგლისური ტექსტის აბზაცები, იმის შეუმოწმებლად, თუ რამდენადაა ლოგიკურად გამართლებული ყოველი მათგანი. ამით საგაზეთო ტექსტის თარგმანები განსხვავდება საჟურნალო სტატიების ან წიგნების თარგმანებისგან, სადაც აბზაცებად დაყოფა ამწყობის დაუდევრობისგან არ მომდინარეობს, არამედ ზუსტად და ზედმიწევნით განისაზღვრება თვით ავტორისგან.

მედიატექსტში ხშირად გვხვდება მრავალმნიშვნელოვანი ტერმინები, ტერმინ-სინონიმები, შეკვეცილი ტერმინ-დასახელებები. state Both hte and federal autharity are bent in establishing a police state. პირველ შემთხვევაში ტერმინი state დგას



განმარტებასთან „ფედერალური“ ერთ რიგში და უეჭველად ნიშნავს, შტატის მთავრობას განსხვავებით მთელი ქვეყნის მთავრობისგან. მეორე შემთხვევაში state: გამოყენებულია სახელმწიფოს მნიშვნელობით. ტერმინი congressman-, რომელსაც შეიძლება, ჰქონდეს უფრო ფართო დანიშნულება – „ამერიკული კონგრესის წევრი“ ან უფრო ვიწრო – „წარმომადგენლობით პალატის წევრი“ (აშშ-ის კონგრესის): last year a number of American Senators and Congressmen visited Russia. Congressmen-ის მნიშვნელობასთან ერთად მის ვიწრო დანიშნულებით გამოიყენება და სინონიმია Representative. ზოგიერთი ორგანიზაციის წესდებას შეიძლება, ინგლისურად დავარქვათ Regulations, Rule Constitution, Statutes ან charter. ფართოდ ცნობილი ტერმინები ტექსტში ხშირად გამოიყენება შეკვეცილი ფორმით: Youth also virtually from Congress, the average age of member of the Senate being 56 years and of House 51 years აქ შემოკლებული House გამოყენებულია ფართო ტერმინის House of Representatives-ს მაგივრად.

ამგვარად, ინგლისური მედიატექსტების გადათარგმნა გამოირჩევა მნიშვნელოვანი, თუმცა ლექსიკური შემადგენლობის არასრული, პარალელიზმით – ორიგინალის უმეტესი სიტყვები შეიძლება, თარგმანში ჩავანაცვლოთ მიახლოებითი შინაარსის მქონე შესაბამისი სიტყვებით. ლექსიკურ გარდაქმნათაგან ხშირად გამოიყენება აღწერითი თარგმანი. ჩვენი შეხედულებით, თარგმნითი ტრანსფორმაციის არჩევა, ასევე, მათი გამოყენების მოცულობა მთლიანად დამოკიდებულია მთარგმნელის ინდივიდუალურ სტილზე.

### **3.2. საგაზეთო სტილის ლინგვისტიკური თავისებურებანი**

გაზეთი ინფორმაციის წყარო და დარწმუნების საშუალებაა. ის გათვლილია მასობრივ არაორდინარულ აუდიტორიაზე, რომელსაც ის არწმუნებს და აიძულებს მის წაკითხვას. ყურადღებას ვამახ-

ვილებთ მასზე, როგორც ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საკომუნიკაციო და საინფორმაციო წყაროზე.

საგაზეთო სტილი განიხილება, როგორც პუბლიცისტიკური სახეობა და გააჩნია სახასიათო თვისება.

საგაზეთო სტილის მიზანია, ინფორმაცია მიაწოდოს მკითხველს დღის მოვლენებზე, აირჩიოს მკითხველმა შესაბამისი დამოკიდებულება ამ მოვლენებზე.

ჩვენი განვიხილავთ ინგლისური, რუსული და ქართული გაზეთების ტექსტებს. ა.ი. გალპერინი აღნიშნავს, რომ ინგლისურენოვან გაზეთებში ტექსტები არ შეიცავს ავტორის შეფასებებს. ის წარმოდგენილია სიახლეების გადაცემაში, რომლებიც არის საინფორმაციო ხასიათის. ავტორის შეფასებები არის კომენტატორების სტატიებში, სარედაქციო სვეტებში. ამ მასალებში სუბიექტური აზრია გამოხატული.

ინგლისურენოვანი საგაზეთო სტილი ხასიათდება პოლიტიკური და ეკონომიკური ტექნოლოგიის გამოყენებით. საინფორმაციო გადაცემების გრამატიკულ თავისებურებებს წარმოადგენს რთული სინტაქსური კონსტრუქციების სიმრავლე, რაც დაფუძნებულია იმაზე, რომ უფრო მოკლედ გადაიცეს დიდი რაოდენობის ფაქტები.

ზოგადად საგაზეთო სტილი (ანუ პრესის ენა) არის პუბლიცისტიკური ტექსტის ერთ-ერთი ქანრი. როგორც ცნობილია, საგაზეთო სტილის ძირითად კომუნიკაციურ ამოცანას წარმოადგენს, გადასცეს ინფორმაცია რეცეპიენტს განსაზღვრული შეფასებითი პოზიციით. საგაზეთო ცნობებში პირველ ადგილზე არის სწორედ ზუსტი ინფორმაციის გადაცემა. სწორედ აქედან გამომდინარე, ხშირად გამოიყენება ტერმინოლოგიები, მაგალითად,

A.D.H.D. (attention - deficit hyperactivity disorder) - ჰიპერაქტიური დარღვევა, რომელიც დაკავშირებულია გაფანტულ ყურადღებასთან.

როგორც ცნობილია, ტერმინოლოგიის რუსულად ან ნებისმიერ სხვა ენაზე გადათარგმნა შედარებით ადვილია, რადგანაც ტერმინები, ძირითადად, არ არის დამოკიდებული კონტექსტზე და იხმარება, როგორც მზა სიტყვები და სიტყვათა წყობა.

დასაბუთებული ინფორმაციისა და ზუსტი ფაქტების გადაცემისას საგაზეთო სტატიებში ხშირად არის მოხსენიებული ფართო მასებისთვის ცნობილი საკუთარი სახელები, მაგალითად, Barak Obama, Washington, The Great Depression, National Public Radio.

არაიშვიათია საკუთარი სახელების გამოყენება შეკვეცილი ფორმით, უპირველესად, გამომდინარე ცნობადობიდან, მაგალითად, L.A (Los Angeles), NYPost (New York Post), NIC (National Intelligence Council).

საგაზეთო სტილში, ისე როგორც ყველა პუბლიცისტურ ტექსტში, ფრაზეოლოგია არის დიდი რაოდენობით. მაგალითად, to patch holes – შეავსოს ხარვეზი, the nickel and diming – არ ითხოვს დიდ ხარჯებს; for a rainy day – შავი დღისთვის.

მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საგაზეთო სტილის განსაკუთრებულობას, რომელიც დაკავშირებულია სტატიების დასათაურებასთან.

საგაზეთო სათაურების თავისებურებების გათვალისწინებით მათი თარგმნა მნიშვნელოვან სირთულეს წარმოადგენს.

- საგაზეთო სტატიის სათაურის მთავარი დანიშნულებაა, დაინტერესოს მკითხველი, მიიქციოს ყურადღება გამოქვეყნებული მასალის მიმართ.
- სათაური უნდა გადმოსცემდეს მოკლედ სტატიის შინაარსს და გამოყოფდეს მნიშვნელოვან ფაქტებს.
- სათაურმა უნდა დაარწმუნოს მკითხველი, შთააგონოს მასალის მთავარი იდეა.

სტატიების დასათაურებაში შეიძლება, დავაკვირდეთ სამეტყველო სტილის ხშირ გამოყენებას. მაგალითად, Amid poverty

and hunger, armis fight to grab wealth of mines and forests. სამხედროებს სურთ, მიითვისონ შახტები და ტყეები, რომლებიც აქვთ ღარიბებს.

გარდა ამისა, საინტერესოა, გამოვიყენოთ მრავალმნიშვნელოვანი სიტყვები საგაზეთო სტატიების დასათაურებაში. როგორც ცნობილია, ერთსა და იმავე სიტყვას სათაურში შეიძლება, ჰქონდეს სხვადასხვა დანიშნულება, მაგალითად: Green Gets a Holiday Update - გამწვანება შექმნის დღესასწაულს სრულყოფილს.

საგაზეთო სათაურების გრამატიკას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს მოცემული საკითხების კვლევაში.

### **3.3. პუბლიცისტიკური სტილი სტილების სისტემაში**

ყველა განვითარებულ ლიტერატურულ ენაში შეინიშნება ენობრივი გამომხატველობის კონკრეტული განსაზღვრული სისტემა, რომლებიც ერთმანეთისგან განსხვავდება ენობრივი გამოყენების თავისებურებებით. ყოველი ასეთი სისტემიდან შეიძლება, გამოიყოს საშუალებათა ერთი ჯგუფი, რომელიც წარმოგვიდგება როგორც წამყვანი, მეტ-ნაკლებად შესამჩნევი და არსებითი. ენობრივი საშუალებების გამოყენების სისტემურ ხასიათს მივყავართ იქამდე, რომ ენის გამოყენება სხვადასხვა სფეროში ნორმალიზდება სიტყვების შერჩევით და მათი გამოყენების ხასიათით, ამა თუ იმ სინთეტიკური კონსტრუქციების გამოყენებით, ენის სანიმუშო საშუალებათა გამოყენების თავისებურებებით, გამონათქვამების ნაწილთა შორის კავშირის სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით და ა. შ. ასეთ სისტემას უწოდებენ სამეტყველო სისტემას ან სამეტყველო სტილს. სტილი საზოგადოებრივად გააზრებული და ფუნქციურად დასაბუთებული, გამოყენებულ მეთოდთა შინაგანად გაერთიანებული ერთობლიობაა.

ყველა სამეტყველო სტილს გააჩნია, როგორც საერთო - მოცემული სტილისთვის დამახასიათებელი ტიპური განსაკუთრებულობები, რომლებიც ჩადებულია ამ სტილის დამოუკიდებლობის გამოყოფის საფუძველში, ასევე გამოხატვის ცალკეული ფორმა.

„პუბლიკაცია“ ლათინური სიტყვიდან (ზმნიდან) – publicare– დან მომდინარეობს და ნიშნავს, „გახდეს მისაწვდომი, სახალხოდ აიხსნას, გასაჯაროვდეს.“ აქედან წარმოქმნილი ლიტერატურული ჟანრი – პუბლიცისტიკა კი ლიტერატურული ნაწარმოების განსაკუთრებული ტიპია, რომელშიც გაშუქებულია, ახსნილია საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ცხოვრების აქტუალური საკითხები, წინა პლანზე წარმოდგება ზნეობრივი პრობლემები.

პუბლიცისტიკური სტილი გამოიყენება მოღვაწეობის საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ სფეროში. ეს არის საგაზეთო ენა, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ჟურნალების, პროპაგანდული რადიო-ტელეგადაცემების, დოკუმენტური ფილმების კომენტარების გამომსვლელთა ენა კრებებზე, მიტინგებზე, ზეიმებზე და მისთანები. პუბლიცისტური სტილი არის სამეტყველო მოღვაწეობა პოლიტიკის სფეროში მისი ყველა დანიშნულებით. პუბლიცისტური სტილის ძირეული დანიშნულება გათვლილია არა მარტო გადაცემებზე, ინფორმაციასა და ლოგიკურ დასაბუთებაზე, არამედ მსმენლის ემოციურ ზემოქმედებაზე (აუდიტორიაზე).

პუბლიცისტური სტილი წარმოდგენილია მრავალი ჟანრით:

1. საგაზეთო – ნარკვევი, სტატია, ფელეტონი, რეპორტაჟი;
2. სატელევიზიო-ანალიტიკური პროგრამა, საინფორმაციო გადაცემა, დიალოგი პირდაპირ ეთერში;

3. ორატორული – გამოსვლა მიტინგზე, სადღეგრძელო წვეულებაზე, დებატები ტელევიზიით ან საჯარო სივრცეში;

4. კომუნიკატიური – პრესკონფერენცია, შეხვედრები „უჰალსტუხოდ“;

5. სარეკლამო – ნარკვევი, განცხადება, პლაკატი, ლოზუნგი.

ამათგან გამოიყოფა პუბლიცისტური სტილის ფუნქციები: საკომუნიკაციო, ექსპრესიული და ესთეტიკური.

გამოიყოფა პუბლიცისტური სტილის ორი სახესხვაობა: **წერილობითი და ზეპირი.**

**წერილობით სახესხვაობას** მიეკუთვნება: ესსეს, საგაზეთო სტატიების, ლიტერატურულ-კრიტიკული და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური საჟურნალო სტატიების, ნარკვევებისა და სხვათა ენა.

პუბლიცისტური სტილის **ზეპირ სახესხვაობას** მიეკუთვნება ორატორული სიტყვა, ბოლო დროს კი რადიოკომენტატორული მიმოხილვები.

პუბლიცისტური სტილი მთლიანად ექვემდებარება ერთ კონსტრუქციულ პრინციპს „ექსპრესია და სტანდარტების“ მონაცვლეობას.

დამოკიდებულია რა ჟანრზე, პირველ ადგილზე გამოდის ხან ექსპრესია, ხან სტანდარტი. თუ გადმოცემული ინფორმაციის ძირითადი მიზანი არის მისდამი აგზნებითი დამოკიდებულება, მაშინ წინა პლანზე გამოდის ექსპრესია (ხშირად შეინიშნება ფელეტონებსა და სხვა ჟანრებში). საგაზეთო ჟანრის სტატიებში, ქრონიკის ცნობებსა და ინფორმაციულად მაქსიმალურად მიღწევად სტატიებში პირველ ადგილს ფლობს სტანდარტი.

გადატანითი მნიშვნელობით პუბლიცისტიკაში ფართოდ-გამოიყენება ტერმინები მეცნიერების სფეროდან: ატმოსფერო (ნდობის ატმოსფერო), პოზიტიური (პოზიტიური შედეგები); ხელოვნება: დუეტი (ლიბერალებისა და კონსერვატორების

დუეტი); სპექტაკლი (პოლიტიკური სპექტაკლი), კულისები (მოლაპარაკება კულისებს მიღმა); სამხედრო საქმე: მწყობრი (მწყობრში შეყვანა), ფრონტი (ბრძოლის ფრონტი), კურსი (ახალი პოლიტიკური კურსი) და ა. შ.

ერთი მხრივ, პუბლიცისტურ სტილში არის დადებითი კონოტაციის სიტყვები და გამოთქმები (აქტივი, სათნოება, მოღვაწე, მშრომელი, კეთილდღეობა, ქველმოქმედება, ზრახვები, თვითშეწირულობა, აყვავება და ა. შ.). მეორე მხრივ, უარყოფითისა (დაპყრობითი, დანერგვა მოგზაურობა, მიზიდვა, საბოტაჟი, დაქირავებულები და მისთანები).

საგაზეთო და ჟურნალის პუბლიკაციებისთვის დამახასიათებელია საკუთრივ ემოციური სიტყვების გამოყენება, სიტყვებისა და სიტყვათა შერწყმა გადატანითი მნიშვნელობით (შავი ოქრო - ნავთობი), გამოყენება ძახილის, კითხვითი და არასრული წინადადებების, ან ლექსიკისა, რომლებიც იწვევენ გარკვეულ ემოციურ რეაქციას, ასევე – ჩვეულებრივი კლიშეების საკმაო გამოყენება, სტერეოტიპული ფრაზები, საგაზეთო შტამპები, პოლიტიკური ტერმინები, სოციალური რეალები და მისთანები.

ქართული, რუსული და ინგლისური მედიატექსტების გადათარგმნა გამოირჩევა მნიშვნელოვანი, თუმცა ლექსიკური შემადგენლობის არასრული პარალელიზმით – ორიგინალის უმეტესი სიტყვები შეიძლება თარგმანში ჩავანაცვლოთ მიახლოებითი შინაარსის სიტყვებით.

## თავი IV. უთარგმნელ ლექსიკასთან დაკავშირებული პრობლემები მედიატექსტებში

### 4.1. უთარგმნელი ლექსიკის მიზეზები, წყაროები და თარგმნის ხერხები

**უთარგმნელობა** – ეს ტექსტის თვისებაა ერთი ენიდან მეორე ენაზე გადათარგმნის პროცესში, მაშინ, როცა მიმღებ ენაში არ არსებობს ამა თუ იმ სიტყვის შესატყვისი ანუ ეკვივალენტური სიტყვა თუ ცნება. მაგალითად, ტერმინები არ შეიძლება, მივაკუთვნოთ მთლიანად თარგმნით ერთეულებს ან საერთოდ უთარგმნელ ერთეულებს, მათი თარგმანის სირთულე დამოკიდებულია მათ წარმოშობასა და თარჯიმნის კომპეტენტურობაზე.

საკმაოდ ხშირად ის ტერმინები ან გამონათქვამები, რომლებიც ითვლება უთარგმნელად, სინამდვილეში არის ლექსიკური ერთეული, რომელსაც არ აქვს მსგავსი მნიშვნელობა მიმღებ ენაში.

ენების დაპირისპირების დროს ჩვენ ვავლენთ ისეთ საგნებს, მნიშვნელობებს, მოვლენებს, რომლებიც არის ერთი ენის ლექსიკის საკუთრება და არ მოიპოვება მეორე ენის ლექსიკაში. ასეთ ლექსიკურ ერთეულებს ლინგვისტები, კერძოდ, ე.მ.ვერეშაგინი და ვ. გ. კოსტომაროვი, მიაკუთვნებენ უთარგმნელ, არაეკვივალენტურ ლექსიკას. მათი განმარტებით სიტყვები, რომელთა ზუსტი შინაარსის გაგება შეუძლებელია, ვერ შეესაბამება რომელიმე უცხოური ენის სიტყვას, არაეკვივალენტურია.

არაეკვივალენტური ლექსიკა უმეტესწილად გადმოსცემს ამა თუ იმ ენის სპეციფიკას, კულტურას და მოიცავს ინფორმაციას შეკვეცილი სახით. ის იპყრობს ყურადღებას ენის სტრუქტურაში ყველაზე მნიშვნელოვანსა და თავისებურზე და ერთი ერის კულტურის დამოკიდებულებას მეორე ერის კულტურასთან, განსაკუთრებით ეს ეხება რეალიებსა და ასოციაციურ არაეკვივალენტურ ლექსიკას.

უთარგმნელობას თავისი მიზეზები და წყაროები გააჩნია, ესენია:



*არაეკვივალენტური ლექსიკა;*

ლექსიკური არაეკვივალენტობის ფაქტი ნიშნავს მხოლოდ იმას, რომ საწყისი ენის ლექსიკური ერთეული არ შეიძლება, გადმოიცეს ანალოგიური, „სიმეტრიული“ სახით, თარგმანის ენის ლექსიკური ერთეულის საშუალებით.

არაეკვივალენტური ლექსიკის გადმოსაცემად რეკომენდებულია თარგმნის ხერხები, რომლებიც ქმნიან განსაკუთრებულ კლასს და არ მიეკუთვნებიან არც ჩანაცვლებებს, არც ტრანსფორმაციებს, ესენია:

**ტრანსლიტერაცია.** თავისი არსით ეს ხერხი ანალოგიურია უცხოური სიტყვის სესხებისა. როგორც თარგმანის ეკვივალენტი არაეკვივალენტური ერთეულის საწყის ენაში გამოიყენება მისი გრაფიკულ-ფონეტიკური აღნიშვნები, რომელიც აისახება წერილობითი ფორმით თარგმანის ენის ასოებით, ხოლო ზეპირ თარგმანში თარგმანის ენის ფონეტიკურ წესებს ექვემდებარება. ტრანსლიტერაციის ხერხი მისაღებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც ეკვივალენტი ნამდვილად არ არსებობს.

რუსულ ენაში ტრანსლიტერაციის საშუალებით არაერთი სიტყვა შემოვიდა: სპორტი (sport), ნოკაუტი (knock-out), ბიფშტექსი (beefsteak), გრეიპფრუტი (grape-fruit), პენი - penny, gentleman - ჯენტლმენი, elf - ელფი.

*This roused Jack, and he went out and hired himself for the next day to a neighbouring farmer for a penny;*

*Проработал день, получил пенни и пошел домой, но когда переходил через ручей, потерял монету.* (<https://www.gutenberg.org/files/7439/7439-h/7439-h.htm>)

**კალკირება.** ამ ხერხის არსი ისაა, რომ არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულების შემადგენელი ნაწილები (არაეკვივალენტური სიტყვის მორფემები ან არაეკვივალენტური ლექსემები, მყარი სიტყვათშეთანხმებები) ჩანაცვლდება მათი ზუსტი შესატყვისებით თარგმანის ენაში, მაგალითად: ინტერნეტმაღაზია -

ინგლისური კალკი cyber store, კომერციული ბანკი- commercial bank, საქორწინო ხელშეკრულება - marriage contract .

**მიახლოებული თარგმანი.** უცხოური რეალიების ნაცვლად თარჯიმანი იყენებს თარგმანის ენის რეალიებს, რომელთაც აქვს საკუთარი ნაციონალური სპეციფიკა, მაგრამ აქვს ბევრი საერთო საწყისი ენის რეალიებთან. მაგალითად, Santa Claus და თოვლის ბაბუა, არ შეიძლება იყოს იდენტური, მაგრამ ცხადია, რომ განსაზღვრულ კონტექსტში ისინი ურთიერთდამოკიდებულია, ასევე შეიძლება, მოვიყვანოთ შემდეგი თარგმანი: cow-keeper - პირუტყვის მწყემსი.

**ნაციონალურ-კულტურული სპეციფიკის ელიმინაცია.** ეს ხერხი ყველაზე ხშირად გამოიყენება არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმანის დროს, რომელიც გადმოსცემს არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის მნიშვნელობას ვრცლად აღწერის დახმარებით.

აღწერილობითი თარგმანის უპირატესობა არის ის, რომ მოვლენის არსი სრულად არის გამოვლენილი, ამიტომ ზოგიერთი ავტორი მას უწოდებს განმარტებითს.

**არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის მნიშვნელობის გადანაწილება.** – არსია არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის მნიშვნელობის გადანაწილება თარგმანის ტექსტის რამდენიმე ერთეულზე, ხოლო თვით არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის გაუჩინარება თარგმანში. ეს ხერხი გვახსენებს აღწერილობით თარგმანს.

ყველა ზემოთ აღნიშნული არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმანის ხერხებს აქვს განსაზღვრული დადებითი და უარყოფითი მხარეები, თუმცა უკანასკნელი სხვადასხვა ხარისხით შეიძლება იყოს კომპენსირებული სხვადასხვა ხერხის კომბინირებით.

#### 4.2. რეალიები, როგორც ენის არაეკვივალენტური ლექსიკის შემადგენელი ნაწილი

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ სხვა ენიდან ტექსტის გადმოთარგმნისას მიმღები ენის ლექსიკური მარაგი მზად უნდა იყოს შესაბამისი სიტყვის მოსაპოვებლად. ქართული ენის შემთხვევაში ეს პრობლემა თითქმის არ არსებობს, რადგან ქართული ენა ერთ-ერთი გამორჩეული ენაა მსოფლიოში თავისი გრამატიკული აგებულებითა და მდიდარი ლექსიკური ფონდით. ენამ მხოლოდ მცირეოდენი გრამატიკული ცვლილებებითა და, უმთავრესად, თვითმყოფადი ლექსიკით მოაღწია დღევანდლამდე, რაც იმისი მანიშნებელია, რომ იგი მტკიცეა, მყარი და ნებისმიერი ენიდან შეიძლება სიტყვასიტყვით ითარგმნოს ნებისმიერი სირთულის ტექსტი ქართულ ენაზე, თუმცადა, ვერც ქართული ენა ვერ ასცდა უცხო სიტყვების შემოჭრა-დამკვიდრებას, რომელიც სხვადასხვა ფაქტორითაა გამოწვეული. ლექსიკური ფონდი დროთა განმავლობაში ივსებოდა ნასესხები სიტყვებითაც, მაგრამ კანონზომიერია მართო ის შემთხვევა, როცა მასში შესაბამისი სიტყვა არ მოიპოვებოდა.

ცნობილია, რომ ყოველ ენაში არის ისეთი სიტყვები და გამოთქმები, რომლებიც მხოლოდ და მხოლოდ კონკრეტულად იმ ენის საკუთრებაა და სხვა რომელიმე ენაზე უთარგმნელია – ანუ მთელი სიზუსტით ისევე გადადის, როგორც გადასათარგმნ ენაშია. ასეთ სიტყვებსა და გამოთქმებს ეგზოტიზმებად, რეალიებად მოიხსენიებენ.

რეალიები ეროვნული კოლორიტის აღმნიშვნელია, ამიტომაცაა, რომ უმეტეს შემთხვევაში წარმოადგენს უთარგმნელ სიტყვებსა და ნომინატიურ სიტყვათა შეთანხმებებს, ანუ რეალიებს სხვა ენაში ეკვივალენტი არ აქვს და მხოლოდ და მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში იმკვიდრებს იგი ადგილს სხვა რომელიმე ახალ, ანუ მიმღებ ენაში.

არაეკვივალენტური ლექსიკის მცნება შედარებით ფართოა თავისი შინაარსით. მას, ისევე როგორც რეალიას, უწოდებენ ერთეულს, რომელსაც ნათარგმნი ტექსტის ენაში არა აქვს ლექსიკური შესაბამისობა და მათ არ გააჩნია კონოტაცია მიმღებ ენაში. მსგავსი არაეკვივალენტური ლექსიკა და რეალიების მაგალითები მრავლად გვხვდება ქართულ, ინგლისურსა და რუსულ ენებში.

უთარგმნელია:

**გეოგრაფიული სახელწოდებები;**

**ტოპონიმები;**

**კუთვნილებითი სახელები;**

**ფულის ერთეულები;**

**ბუნებრივი მოვლენები: ( „კატრინი, „ტორნადო“ )**

### **4.3. ბარბარიზმებისა და ეგზოტიზმების გამოყენების პრობლემა მედიატექსტებში**

ზოგადად ენის განვითარება, მისი ლექსიკური ფონდის გაფართოება და გამრავალფეროვნება ფეხდაფეხ მისდევს საზოგადოებრივი განვითარების საფეხურს, რომლის განმავლობაშიც განუწყვეტლივ ივსება ენა ახალი მასალით: საგამოთქმო ერთეულით, ახალი სიტყვებით, რომლებიც საზოგადოების ეკონომიკურსა და კულტურულ განვითარებას ასახავენ.

ქართულ ენაში ძნელად იმკვიდრებს ადგილს უცხოური წარმოშობის სიტყვები და გამოთქმები, თუმცადა მე-19 საუკუნიდან შეინიშნება მეზობელი ქვეყნის – რუსული ენის ზეგავლენა და ტენდენცია რუსული სიტყვების დამკვიდრებისა. გარდა

რუსულისა, მსგავსი პროცესი მომდინარეობს სხვა ევროპული ქვეყნების ენათაგანაც. ასე შემოჭრილი და შემდგომ ენაში დამკვიდრებული სიტყვებითა თუ გამოთქმებით ე.წ. ნასესხები სიტყვებით – ბარბარიზმებითა და ეგზოტიზმებითაც მდიდრდება, ზოგადად, ენის ლექსიკური ფონდი. ასეთი საშუალებით ენის ლექსიკური ფონდის გამდიდრებას მიმართავს დედამიწაზე არსებული ყველა ენა, ზოგი – მეტად, ზოგი – ნაკლებად. აღნიშნულ პროცესს კი, როგორც ზემოთაც შევნიშნეთ, სხვადასხვა ფაქტორი განაპირობებს, უპირველესად – ტექნიკის განვითარება და მისი თანამედროვე მიღწევები.

დღესდღეობით, თითქმის ყოველდღიურად მკვიდრდება ახალი სიტყვა ქართულ ენაში. დღეს ადამიანები ბევრად განსხვავებული ტერმინოლოგიით საუბრობენ, ვიდრე წლების წინ, თუნდაც ახლო წარსულში. ლექსიკურმა მარაგმა მნიშვნელოვანი ცვლილებები განიცადა 21-ე საუკუნეში, რაც გარემო ობიექტური პირობებითაა განპირობებული (მიმდინარე სიტუაცია, დრო, ახალი ტექნოლოგიები და ა. შ.)

სხვა ენებიდან (უმთავრესად, ინგლისურიდან) შემოჭრილი სიტყვები გვხვდება მხატვრულ, სამეცნიეროსა თუ პოლიტიკურ ლიტერატურაში.

ბარბარიზმებისა და მეტწილად ეგზოტიზმების დამკვიდრებას ენაში ხელს უწყობს მედიასაშუალებები. ადამიანებს, უმთავრესად, მოზარდებს, ხშირად არც კი ესმით ამა თუ იმ უცხო სიტყვის მნიშვნელობა, მაგრამ აქტიურად იყენებენ მათ და მეტიც – აქცევენ მათ ქართული გრამატიკის ჩარჩოებში ანუ ურთავენ ქართული ენისთვის დამახასიათებელ შესაბამის აფიქსებს, რითაც ქართულ ჟღერადობას აძლევენ სიტყვას, მაგ: სიტყვა Like (ლაიქ) (ინგლისურია და მოწონებას ნიშნავს) ისე „გაქართულდა“, რომ ადამიანები, რომელთაც სურთ, მეგობრებმა მოუწონონ რომელიმე სოციალურ ქსელში გამოქვეყნებული ფოტო ან გამონათქვამი, სთხოვენ ერთმანეთს: – დამილაიქეო! თუ სურთ, რომ გააზიარონ

მათი ვიდეო ან ფოტო, მიმართავენ: – გააშიარე! (სიტყვიდან – Shere); ჟურნალისტი, რომელიც სტუდიის გარეთ იმყოფება და მიჰყავს რეპორტაჟი, პირდაპირი ჩართვის შემოწმების მიზნით კითხულობს: – ლაივში ვარ?! (live – პირდაპირი).

უცხო ენიდან ქართულში დამკვიდრებული სიტყვები კომპიუტერულ ეპოქამდეც გვხვდებოდა, მაგ: კოლეჯი, ავტობუსი, ინსტიტუტი, ჟურნალი და სხვ. ზოგი სიტყვა ისე მყარად მოერგო ქართული ენის ყალიბს, რომ აღარც კი გვახსოვს მისი ძირეული მნიშვნელობა და არც მათი წარმომავლობით ვინტერესდებით, ასეთებია: აკვარელი, პლატინა, კომფორტი, პოლკი, გროში, ნოკნაუტი, კოლორიტი, ლაზარეთი, ნოველა, გონდოლა, პიჯაკი, პროფილი, კომბინიზონი, კომფორტი, კლუბი, კიტელი, გრუნტი, პლაში, სამოვარი, ვაგონი, კალოში და ა. შ და ა. შ. – როგორც წესი, ყოველი ლექსიკური „სიახლე“ შესაბამისი ენის ლექსიკონშია დაფიქსირებული, თუმცა ახალი სიტყვების რაოდენობა 21-ე საუკუნეში ისეთი სისწრაფით იზრდება, ლექსიკონები მათს ასახვას ვერ ასწრებენ.

მეორე საკითხი, რაზედაც ყურადღებას გავამახვილებთ, არის ეგზოტიზმები და მათი გამოყენების პრობლემა მედიატექსტებში.

ბარბარიზმების შემოჭრასთან შედარებით უმტკივნეულო პროცესია ენაში ეგზოტიზმების შემოსვლა. ისინი ხშირი „სტუმრებია“ მედიატექსტებისა, საიდანაც შემდგომ მკვიდრდება ჩვეულებრივ მეტყველებაში. მისი აქტუალობა განსაკუთრებით იკვეთება კულტურათაშორისი კომუნიკაციის პროცესში, რომლის ერთ–ერთ ნაირსახეობას მხატვრული კომუნიკაცია წარმოადგენს.

ქართულ ენაშიც მრავლადაა ეგზოტიზმები უცხო ენიდან შემოსული, თუმცა, ქართულსაც აქვს თავის მხრივ ისეთი სიტყვები, რომლებიც სხვა ენებზე არ ითარგმნება, ნაციონალურია და უცხო ენაში უცვლელი ფორმით მკვიდრდება, უმთავრესად ეს ეხება ნაციონალურ ტანისამოსს, კერძა და ადათ–წესს (მაგ: - ჩოხა, აჯიკა, მაწონი, ლავაში, ქაბაბი, საცივი, ჩურჩხელა, ხაჭაპური,

ხინკალი, ფხალი, სუფრა, მწვადი, ქართული ღვინის სახეობათა სახელწოდებები (ხვანჭკარა, რქაწითელი, ქინძმარაული, ციცკა და სხვა), გენაცვალე, თამადა) ასეთი სიტყვების მნიშვნელობის ასახსნელად დიდი ძალისხმევაა საჭირო, ანუ გამოიყენება ახსნითი თარგმანი. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ქართული სიტყვა „სკამი“, რომლის შესატყვისი არსებობს რუსულ ენაში – стул, პირდაპირი მნიშვნელობით გამოიყენება ზოგიერთ კონტექსტში, როგორც სკამი – საკლასო მერხი, პარკის (ბაღის) მერხი – კნინობითი ფორმით – скамейка; (со школьной скамейки; на садовой скамейке); ხოლო საბრალოდებო სკამის შემთხვევაში არაკნინობითი ფორმით – скам (скам подсудимых)

## დასკვნები

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად მივიღეთ შემდეგი დასკვნები: ცნობილი მეცნიერების თეორიული ნაშრომების მიმოხილვამ ცხადყო, რომ უთარგმნელობის მოვლენა და მასთან დაკავშირებული პრობლემები **შესწავლილია** და **ასახულია** მისი გადალახვის ოპტიმალური ხერხები ინგლისურენოვანი ტექსტების მაგალითზე.

კვლევის **აქტუალურობა** შეიძლება განიმარტოს თარგმნის თეორიის ერთ-ერთი უმთავრესი ასპექტის – „უთარგმნელობის“ პრობლემის შემდგომი შესწავლის აუცილებლობით.

კვლევის **მიზანი** იყო უთარგმნელობის გადალახვის ხერხების შესწავლა, დადგენა შედარებით ადეკვატური კომპონენტების გადმოცემის ხერხებისა, რომელიც შეადგენს უთარგმნელობის მცნებას, არაეკვივალენტური ლექსიკისა და ლინგვოქვეყანათმცოდნეობის რეალიების ინგლისურიდან სხვა ენაზე თარგმნისას, რის ცდასაც წარმოადგენს ჩვენი ნაშრომი.

კვლევის დროს შესრულდა დაგეგმილი პირველადი ამოცანები:

1. ა) შევისწავლეთ უთარგმნელობის მიზეზები და წყაროები;  
ბ) უთარგმნელობის დადგენილი მიზეზებისა და წყაროების საფუძველზე განვიხილეთ და განვსაზღვრეთ ოპტიმალური ხერხები არაეკვივალენტური ლექსიკისა და ლინგვოქვეყანათმცოდნეობის რეალიების თარგმნის, როგორც „უთარგმნელობის“ შემადგენელი კომპონენტებისა.

2. მაგალითების მიხედვით **განვიხილეთ** „უთარგმნელობის“ გადალახვის ხერხები თარგმანში.

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად ნაშრომში გამოიკვეთა, რომ:

- უთარგმნელი ლექსიკა ნებისმიერი ხალხის მეტყველებაში მოიპოვება და მას შესაბამისი ადგილი ენიჭება მიმღებ ენაში. უთარგმნელობის მაგალითებს განსაკუთრებით ვაწყდებით



მედიატექსტებში. არის შემთხვევები, რომ უთარგმნელი სიტყვები ანუ რეალიები, ეგზოტიზმები, ბარბარიზმები, ნასესხები სიტყვები არასაჭიროებისამებრ მკვიდრდება ამა თუ იმ ენაში, რასაც გარკვეულწილად ბრძოლას უცხადებებ ამ ენაზე მოლაპარაკე ადამიანები თავიანთი ენის სიწმინდის შენარჩუნების მიზნით, თუმცაღა, გასაგებია ისიც, რომ იმ შემთხვევაში, როცა მიმღებ ენაში არ მოიპოვება შესატყვისი, ეკვივალენტური სიტყვა, მაშინ იგი თამამად იღებს ადგილს ამ ენაში და არათუ აზიანებს, არამედ ამდიდრებს ამ ენის ლექსიკურ ფონდს.

- ტექსტი ინარჩუნებს და ინახავს ყველაფერს, რაც ოდესმე დაფიქსირებულა ლინგვისტური არხების საშუალებით; მას ეკისრება, აღადგინოს და გააცოცხლოს მოვლენა, მაშინაც კი, როდესაც ამ მოვლენის შესახებ მეხსიერება ბუნდოვანია და თვით ფაქტი აღარ არსებობს.

- ყველა განმარტება თარგმანის შესახებ ერთმანეთის მსგავსია, მაგრამ ლინგვისტები სხვადასხვანაირად აღიქვამენ თარგმანის ხარისხს.

- მთარგმნელებმა წყარო ტექსტის ანალიზის პროცესში უნდა შეძლონ, პირველ რიგში, კულტურული კონცეპტების გამოვლენა და შემდეგ უკვე სწორი სტრატეგიებისა და მეთოდების გამოყენება მათი თარგმნის დროს. უფრო მეტიც: მათ უნდა იცოდნენ, როგორ შეინარჩუნონ ტექსტის შინაარსობრივი და სტილისტიკური მხარე ისე, რომ მკითხველმა ისეთივე სიამოვნება მიიღოს მისგან, როგორც ეს ორიგინალი ტექსტისგან.

- თარგმანის პროცესის მოდელირებისას აუცილებელია, გავითვალისწინოთ სიტუაციის ხასიათი, რაც გავვიადვილებს ტექსტის აღქმას.

- მედიატექსტების ზუსტ თარგმანს არსებითი მნიშვნელობა აქვს აზრის სწორად გაგებისთვის, რამეთუ მედიატექსტის უმთავრესი ამოცანა მასობრივ ცნობიერებაზე გავლენის მოხდენაა. დავრწმუნდით იმაშიც, რომ მედიატექსტებში

არსებული რეალიების გათავისება აუცილებელია იმ შემთხვევაში, თუ მისი ზუსტი შესატყვისი არ არსებობს მიმღებ ენაში.

- ინგლისური მედიატექსტების გადათარგმნა გამოირჩევა მნიშვნელოვანი, თუმცა ლექსიკური შემადგენლობის არასრული პარალელიზმით - ორიგინალის უმეტესი სიტყვა შეიძლება, თარგმანში ჩავანაცვლოთ მიახლოებითი შინაარსის მქონე შესაბამისი სიტყვებით.

- თარგმანი არის კულტურა, კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რომლის უმთავრესი დანიშნულებაა, გააცნოს სხვადასხვა ხალხის კულტურები ერთმანეთს.

- საგაზეთო სტილის ტექსტი, როგორც პუბლიცისტური სტილის ჟანრი, მოიცავს იმავე ლექსიკურ, მორფოლოგიურ და სინტაქსურ თავისებურებებს, რაც ახასიათებს პუბლიცისტურ სტილს. ერთადერთი განსხვავება გამოყენებული თავისებურებების რაოდენობაა.

- თარჯიმნისთვის პრაქტიკული სამუშაოს შესასრულებლად მნიშვნელოვანია ინგლისური მედიატექსტის დამახასიათებელი შემდეგი ფუნქციების ცოდნა:

- სალაპარაკო-ფამილიარული ხასიათი;

- სტილის მრავალფეროვნება ჟარგონებისა და პერიფრაზებით;

- ოფიციალური ტიტულები და მიმართვები;

- საგაზეთო სტატიების სათაურების განსაკუთრებული ხასიათი;

- აზნაყების განსაკუთრებული გამოყოფა;

- საგაზეთო-საინფორმაციო მასალის ლექსიკური თავისებურებები,

- ტერმინების გამოყენება.

დაბოლოს, განხილული თეორიული მასალის საფუძველზე დგინდება, რომ კულტურის კონცეპტი წარმოადგენს არსებული სიტყვის რამდენიმე კონოტაციას, რომელსაც აქტიურად იყენებენ

მოცემული კულტურის წარმომადგენლები. ის ერის სულიერების სარკეა, რომელიც ზოგჯერ თაობიდან თაობას გადაეცემა და არ კარგავს ექსპრესიულობას, ზოგჯერ კი მხოლოდ ათწლეულებს უძლებს და ეპოქასთან ერთად იცვლება.

**სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი დებულებები ასახულია  
შემდეგ პუბლიკაციებში:**

1. ბარბარიზმებისა და ეგზოტიზმების გამოყენების პრობლემა მედიატექსტებში.  
კულტურათმცოდნეობის კომუნიკაციები N32. გვ. 67, ISSN 1512-4363,თბილისი. 2019;
2. ნეოლოგიზმებისა და ნასესხობების ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტური ფაქტორები. საერთაშორისო რეცენზირებადი მულტილინგვური სამეცნიერო ჟურნალი “Scripta Manet”, N3(47),გვ. 30,ISSN 1987-7390, საქართველო. 2020;
3. რეალიები, როგორც არაეკვივალენტური ლექსიკის შემადგენელი ნაწილი.  
საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალი „ინტელექტუალი“N 38, გვ. 14,ISSN 1512-2530,თბილისი. 2019

**Batumi Shota Rustaveli State University**  
**Faculty of humanities**  
**Department of European studies**

**Copyright**

**Teona Turmanidze**

**Untranslatable lexis in English, Russian and Georgian media  
texts**

Of the dissertation submitted in fulfilment for the academic degree of  
philology

**A b s t r a c**

**Dissertation supervisor:**  
associate professor: Merab Akhvlediani

**Batumi-2021**

The research has been carried out at the Department of European Studies at Batumi Shota Rustaveli State University.

**Academic Supervisor:**

**Merab Akvlediani**

Doctor of Philology, Assoc.  
Professor, Batumi State University.

**Foreign Reviewer:**

**Vyacheslav Khodus**

Doctor of Philology, Assoc. Professor ,  
North-Caucasus Federal University  
, Stavropol, Russia;

**Reviewers:**

**Tea Shavladze**

Doctor of Philology, Assoc. Professor  
Batumi State University;

**Nana Tsetskhladze**

Doctor of Philology, Assoc. Professor  
Batumi State University;

**Idira Dzagania**

Doctor of Philology, Assoc, Professor,  
Sokhumi State University;

The defense of the dissertation will take place on -----  
----- at the meeting of the Dissertation Board of the Faculty of Humanities at Batumi State University.

Address: 35 Ninoshvili Street, 2nd floor, room: 37 The Dissertation is available at BSU Ilia Chavchavadze library and BSU website ([www.bsu.edu.ge](http://www.bsu.edu.ge))

**Secretary of the Dissertation Board**

**Doctor of Philology, Associate Professor**

**M. Kikvadze**

## General review of the thesis

The present thesis- **Untranslatable lexis in English, Russian and Georgian media texts**- is dedicated to a significant issue in translation studies implying problems connected with the words and expressions which cannot be translated for the following reason - the recipient language does not have corresponding word or expression.

**The subject of the research of the thesis** represents untranslatable lexis in Georgian, English and Russian media texts as we come across the problem of untranslatability exactly in media texts.

As far as it is known, nowadays media text is one of the modern means of communication among people, therefore translation activities in this field is highly prioritized. We reckon, in this regard a lot of things are still being the subject of study. One of the issues are the problems connected with the untranslatable lexis. This is the reason why the stated topic has been chosen as the subject of the thesis.

In the course of world globalization, media has significant impact on consciousness of the mankind, maturing a public opinion on a certain issue, developing an impression on various fields, on political- economic life. Consequently, specificity of mass media text translation rises interest and is of special importance.

It is known that all types of news are spread from any part of the world through mass media, English represents the language of information in the modern world.

One can hardly imagine a life without the internet and television, without radio and other modern means of communication; the means through which people promptly obtain any type of information, urgent, up-to-date news and can instantly inform one another.

In the working process of all of the stated means the words and expressions naturally emerge in the language where they appear and which then are adopted by the other language in an unchanged form,

often even in cases when there is a corresponding i.e. equivalent word in the recipient language.

This is exactly the issue we focus on, as there is a risk for foreign, mainly English words and expressions, having corresponding equivalents in the recipient languages, to “unapologetically” invade Georgian (as well as Russian).

Media text ignores the norms of a recipient language and “abuses” it “unwittingly” therefore polluting the language. A recipient language, from our point of view should be ready and resist to such “attack”.

Throughout centuries, relations of languages and nations, which, may at some point in time be ceased, still leaves its trace in the language.

Ethno-cultural relations are distinctly reflected in the structure of a language (for instance, Georgian-Greek, Georgian-Arabic, Georgian-Persian, Georgian-Russian, Georgian-Turkish etc.). Although, whether these were forced or voluntary, the stated historical relations are already in the past, lexical units of foreign languages still continue to exist in Georgian language.

Generally, development of a language, expansion and diversification of its lexical fund keep up with the development of society step by step, throughout the stated period the language is constantly enriched with new materials: expression units, new words depicting economic and cultural development of the society, which are called neologisms and which are comparatively painlessly indurated into a language, as their equivalents are not present in the language, therefore neologisms do not represent big danger, the opposite can be said, it enriches lexical fund of the language, as they take their “own” place, that is, they do not expel the corresponding word for one simple reason- the recipient language does not have corresponding word or expression.

Development and enrichment of a language are positive results of relations with other languages, however negative aspects may still outweigh.



It is known that modern Georgian and Russian languages nowadays have tight relations with the world dominant language- English. Consequently, the relation of English with the stated languages today takes the form of influence more than of equal relationship.

Language as a collective identification feature, represents a strong weapon for distinguishing among others, in the process of obtaining and maintaining an identity. Considering the circumstances according to which the nations and therefore global relations among languages become more intense, it is harder to maintain national identity, thus its protection is the most important thing for the nation.

Variability of lexical fund of a language is inevitable reality. Such feature determines development of a language or vice versa. Development of a language is directly proportional to lifestyle, pace and character evolution of the society the language is spoken by.

When borrowing words, the way it is done is also noteworthy.

Nowadays, in Georgian language, the words, adopted through the process of intense flow of terms, are adapting to some extent through affixes. The affixes are the means that help them to “disguise” in order to take up a place into the lexical fund of the language.

language connections are swifter and more flexible these days than earlier, before the internet – a new form of communication appeared among people especially among people of different languages. According to the British linguist David Crystal “One of the most powerful media for exchanging information is the World Wide Web” (WWW- stand for World Wide Web). The author considers the internet to be a favourable means for linguistic diversity (Crystal 2003:7). Together with linguistic diversity, the process of establishing English as the only prospective language is being outlined. In addition, it is noteworthy that Crystal distinguishes peculiarities and prospects of possibility for English to become a global language. The native speakers still need to study other languages. Learning foreign language is excellent way to look at the

world through another perspective, therefore the situation is not too pessimistic. However, dominance of English language moves to the foreground in non-English-speaking nations when native languages get mixed with the international language- English.

Modern world's eager aspiration towards globalization is reflected vividly and in a most interesting way through linguistic internationalism. The main source of the stated in mass media. Mass media is a field, where neologisms invade a language more rapidly and easily. Every media technology through mass media is intended for the large scale audience. Electronic media transfers information in electronic form and it includes- radio, television and other means. Printed version of mass media is a newspaper, magazine, brochure, book, advertisement banners, billboard etc. Unlike printed media, the internet enables us to do the same, however, in a virtual form. It is also possible to "publish" an article, letter, brochure, book, advertisement or something else and to offer and inform wide masses. For the listed purposes the internet has many available means: e-mail; websites; so called blogs, chats etc.

Nearly during two centuries Russianism have been establishing in Georgian language. In modern Georgian, as well as in Russian, abundance of Anglicism is being observed. If earlier the increased number of Russianism was determined by the political context (first, Georgia was part of Russian empire, later the Soviet Union) between the countries (Georgia-Russia), in case of our country establishment of Anglicism nowadays besides political relations is determined by economic one (Georgia-the USA) in addition to technological evolution. Maybe today's Russia and USA are not in good political terms, but Anglicism spreads into Russian as fast and at the same extent as in Georgian. This is the result of hegemony of English language- each internet term is presented in every language of the world in English and often they are not translated.

In modern Georgian and Russian, the words transferred from English have shifted from oral speech to written form and gradually they are difficult to be distinguished. From olden times, the words which firmly represented the part of a certain culture and were practically impossible to translate generally attracted great attention. Such words or phrases carrying “untranslatable” culture with them were the subject of admiration for interpreters and theorists of translation studies. We will later focus on the stated issue in the present work as well as on essence and purpose of translation, discussing the above mentioned will lead us to the truth that translation is culture, inseparable part of culture, primary purpose of which is to introduce different cultures of people to one another.

The thesis discusses fairly topical issues that are connected with media texts. As we have already mentioned, the types of media texts, their peculiarities and characteristics are reviewed, problems arising during translation works are also highlighted. The thesis deals with peculiarities of translation and the strategy and transformation chosen by an interpreter or translator; some of the procedures and strategies, which are used by the theorists when translating cultural concepts are also presented.

In addition, the survey reviews text issue in linguistics, as a functional approach towards the text, as well as the study of various features of the text has led the scientists to the evolution of communicative linguistics and therefore forcing them to make some corrections in the verbal communication model and change perception of communicative acts.

As it has already been noted, **the subject of the research** is untranslatable lexis in media texts, the reasons of untranslatability and searching for methods to overcome them, as well as finding ways to solve the problem. The main purpose of the issue discussed in one of the subchapters of the thesis is the study of methods for solving the untranslatability, furthermore, to reveal ways of communicating

comparatively adequate components, which represent the notion of untranslatability, the study of the problems, complications and peculiarities arising when translating non-equivalent vocabulary and realia from English into Georgian and Russian, as well as establishment of new words and terms, and the problems connected with their use in media texts.

Translation of media texts are connected with number of complexities, we come across exceptional translation problems when translating headlines, terms, abbreviation, which belong to the category of untranslatable words.

Main area of our interest is exactly the translation issues connected with translating media texts, thus determining **topicality** of our thesis.

Topicality of the thesis is also demonstrated by the fact that although study of untranslatable vocabulary started long time ago, the research on their existence in media texts and problems connected with them is so scarce as media text itself is novelty and therefore meagre amount of researches are dedicated to it, however those that already exist interestingly discuss classification of untranslatable vocabulary; methods of usage and reasons are to be studied; our research is an attempt to study the reasons behind untranslatability of media texts and make humble contribution into general research through creating certain basis for further studies on untranslatable vocabulary in media texts.

Topicality of our thesis is also emphasized by the fact that it is expressed not only in wide scale of spreading media text, but also in the need to reflect reality in the language and speech of those around us.

The work emphasizes specificity revealed in the process of translation, as well as the styles and genres.

**The subject** of the research is untranslatable lexis in Georgian, Russian, English media texts.

Novelty of research lies in the fact that the following were done for the first time:

- a) Frequently used untranslatable units and expressions from Georgian, Russian, English media texts were gathered.
- b) The untranslated words and expressions in these three languages were compared.

**The purpose** of the work is to demonstrate and study peculiarities of translated media texts.

In addition, we would like to manifest the instances of translating untranslatable vocabulary from one specific language to another, that is why the thesis considers all three- Georgian, Russian, English languages as categories of source language as well as target language, the reason for the stated lies in the fact that translation decisions in relation to specific languages are drastically different.

In order to achieve the set target, we applied the following **methods**:

1. We have studied scientific materials required for the research topic;
2. We have read relevant researches presented in various works, in general:
  - a) about texts (types of texts, stages of their development and research in linguistics);
  - b) essence of translation, stages of development, methods and aims of translation, lexical and semantic problems connected with translation studies, problems of foreign lexical units in recipient language;
  - c) essence of media text, specifics of its translation, “publicist style” and its linguistic peculiarities;
3. Based on scientific works we have described:
  - a) peculiarities of publicist style in the system of styles.
  - b) reasons, sources and translation methods of untranslatable vocabulary;
4. We have reviewed: realia, barbarisms, exoticism, loan words etc.

**Volume and structure of thesis.** The work consists of the introduction, four chapters and 11 paragraphs, conclusions and bibliography, we have get acquainted when working on the thesis.

This volume represents 130 pages of electronic document.

The structure of the thesis has been determined by the purpose and objective of the research:

## **Introduction;**

### **Chapter I. Notion and essence of a text, its types and studies in linguistics**

- 1.1 Definition of text and text as the subject of linguistic studies;
- 1.2 Types and variety of texts.

### **Chapter II. lexical and semantic problem in translation studies**

- 2.1. Essence of translation and stages of development;
- 2.2. Translation problems of media text;
- 2.3. Problems of foreign vocabulary units in recipient language.

### **Chapter III. Linguistic peculiarities of media text style**

- 3.1. Peculiarity of translating media text;
- 3.2. Lingo-stylistic characteristics of publicist style;
- 3.3 Publicist style in the system if styles.

### **Chapter IV. Problems connected with untranslatable vocabulary in media texts**

- 4.1. Reasons, sources and translation methods of untranslatable vocabulary;
- 4.2. Realia, as the part of non-equivalent lexis of a language;
- 4.3. Problem of barbarism and exoticism's usage in media texts.

## **Conclusion**

## **Bibliography**

**Approval of the paper.** Review of the work was held \_\_\_\_\_

## **Chapter I. Notion and essence of a text, types and its studies in linguistics**

### *1.1. Definition of text and text as the subject of linguistic studies*

There are number of opinion on the issue of essence of a text. All the definitions can conventionally be divided into two large groups: the first group includes definitions, claiming to be general. They depict the most general features of subject of the study; every linguistic expression necessary for performing communicative intention is considered as a text. Researchers of the relevant field consider a text generally, to be a universal form for transferring linguistic code into communicative act.

Definitions of the second group is more narrow and are based on the research of specific issues, the study of a text in different aspects: through the position of language and speech in paradigmatic and syntagmatic terms, by providing description of grammatical, lexical and stylistic peculiarities. Generally, it is impossible to define a text unambiguously. Nowadays, as a subject of study, it attracts attention of specialists of various fields. Well-known semiotician, culturologist and specialist in literature V. Rudnev considers that even city street is a text or the collection of texts, as in the streets we come across the names of different streets, numbers of houses, the names of shops and other institutions; advertisement banners show the texts carrying certain content; even road signs and traffic lights carry some information, the thing that therefore they carry the function of communication and establishes communication is a text. In modern linguistics, a text is reviewed as the whole linguistic unit. A text is multifaceted phenomenon, which require heterogeneous approach, the study through various methods. At the initial stage, the subject of the study was not the text but a separate sentence. Heger defines text as a bigger segment than a sentence.

Through the generative approach a text is reviewed as well sequenced combination of sentences, however, a text is not only a

collection of sentence components. In particular cases a sentence may be an independent text.

The researches revealed that a text exceeds a sentence not only in length, that is by extension in space and time, but by tight connections with formal-grammatical factors, which in its turn is connected with a man, communication process and cognition.

The subject of study of linguistics is such relation as topic and its relation to old and new information conveyed in the text. Recently, the study of a text in three directions in scientific linguistic field attracts methodologists' attention. The first direction intensively studies parameters and characteristics of authentic text, which implies "oral and written texts representing a real product of specific language and culture native's speech. Traditionally, authentic text is contradicted by non-authentic one, which expresses linguistic image of language and culture native's the objective world for the educational purposes.

It is common knowledge that a text is the means through which as a communication canal, other nations are being perceived. Existence of a text in intercultural communication actualizes the text in the new cultural-communicative environment. During such transition certain problems arise. The text is perceived adequately only in case if the context of author and addressee coincide. In linguistics, the mastery of the text in intercultural communication provokes the study of both phenomena-the text and intercultural communication from an interesting angle.

Modern communicative linguistics distinguishes three main components; these are: addresser, text and addressee, however for executing a linguistic communication other components are also required: the context (the same as referent: something that is being spoken about), the code (through which communication is executed) and the context (physical and psychological canal between the addresser and addressee) utterance turns into the text only when it is reviewed within



the scope of certain situation and we possess the knowledge of a linguistic context of the expression. The context is the thing that gives possibility to interpret the sentences unambiguously.

## 1.2. Types and variety of texts

Among the types of texts, fiction together with publicist and scientific works takes one of the major places. Conversational-communicative texts are also quite important. Their combination creates types of texts.

Traditionally, linguists and other researchers working on language issues deem that language corpus consisted only of written sources which were published in a written form (a short story, play, television text, newspaper and course book texts etc.).

It is impossible for a text not belong to any genre. To be precise, any journalistic genre has the subject, the function and the method.

It is well known that new technologies facilitate emergence of new genres hitherto unknown, in some respect, only in press there have been about forty various genres attested. Newspaper genre chronologically precedes television and radio genres and simultaneously representing their basis.

As it is known, the study of any functional style shall commence and be conducted through studying characteristic genres, that is by studying the types of texts, as texts create the genre space of every functional style, created on the basis of the given genre. As commonly known, newspaper genre space differs from other spaces of journalistic functional style by the method or canal, as it uses only printed method, and the subject for all three substyles are to some extent a fact, and the function is the influence over and provision of information to the audience. The written communication was exactly the one demanding replete number of things from newspaper genre and from spaces being

constituent part of it. Before anything else this type of communication, demanded introduction of the information to be transferred in the most complete and consistent way, regardless which genre (information, analytical or fictional- publicist) it belongs to, as the author and the reader are in different space of time.

Media text- a news program, in any form and genre of established media (newspaper article, TV program, video clip, film, etc.). It is a concrete result of media production.

The concept of media text, as multistep mass phenomenon is being filled up with sustainable system of parameters, which make it enable any media text to be precisely described by their different features.

Means of mass information are not only newspaper or magazine texts, but also various voiced materials: radio and television reports, interview, various programs, talk show, films etc. which are often referred to as “electronic press”.

Concept of “electronic press” after recent inclusion of the internet has widened. Electronic press is represented by nearly all major news agencies in the world.

Nowadays media text represents the core of the modern culture, as it is inseparable part of any country’s information space. The language of mass media is dynamic, constantly updated, as it depends on technologies and alteration of everyday life, as well as neologisms adopted by the language and changed grammatical norms. Mass communication adds extra dimension to traditional interpretation of the text;

Television widens the margins of the text even more, incorporating speech with video image and sound sequence.

Verbal and media components of the text are tightly linked and agreed with each other based on different principles (addition, enhancement of illustration, separation, controversy etc.) create unity representing the essence of media text.

## Chapter II. Lexical and semantic problem in translation studies

### 2.1. *Essence of translation and stages of development;*

Translation is an activity, which is approached by an interpreter or translator with creativity; translation depends on variation of language resources, type of a translation, objectives of translation, type of text and influence of personal individuality. Translation also represents the final result of the activities described above.

The notion *translation* represents a **cultural variable**. Translation activities has different conceptual dominator in different cultures, as each nation perceives its meaning in their own way.

Translation as an intellectual activity, representing phenomenon of great interest since old times.

The first samples of translation, in particular, bilingual inscriptions were found by researchers in 3000 BC in ancient realms of Egypt, the first one was found on the waterfall (the first cataract, Elephantine), on the territory of Elephantine, whereas the study of translation as a science field began later. The science was called **translation studies**.

Translation studies as an independent discipline, was founded in the second half of 20<sup>th</sup> century, however, reflections originated from ancient times. In-depth linguistic study of translation together with other factors were determined by the second world war and so called “cold war”, which revealed failure of ambitious project of automatic translation (Sakhvarelidze 2001:10).

Theorizing of linguistic aspects of translation commenced little later, in 1940-60s, after the means of information, in particular, radio-television actively became part of everyday lives, where new technologies and corresponding text so called media text emerged, which nowadays represents the core of modern culture, as it is inseparable part or information space of any country.

## 2.2. Translation problems of media text;

A modern man lives and works in the world of texts, therefore their professional success and social status largely depends on the perception of textual information.

Translation is special case of bilingualism not just because the interpreter consciously avoids what is not subject to consciousness and it is revealed in other situations of bilingualism. Translation is special in case of bilingual communication, as by its nature it is secondary. Translation- is a speech act, the aim of which is not to create but to communicate speech work already existed in other language.

As translation represents the process of bilingual communication, its main objective is to maintain the communication function of initial language in the target language, thus determining specificity of components and functional composition of dominants.

Moreover, both the practice of translation and its theory have their own history.

From the features related to the two main types of translation- oral and written, a movement was established which studies characteristics of both in the course of process and result, as well as the integration of boundaries of these major types. The theory of specific types of translation is tightly linked to didactics of translation.

Any text in foreign languages composed for the purpose of communication, naturally requires to be translated into the language the object of communication knows. For the stated reason the following sciences have been established: **translation studies, translatology** etc.

The theory of carrying out translation-**translatology** studies consistent pattern of translation.

As it has already been noted, initially there were oral and written texts; later newspaper-publicist texts emerged and even later – television and internet network texts. The above stated are collectively called

media texts. Media text nowadays represents the core of modern culture, as it is inseparable part of information space of any country.

The independent discipline studying the language of means of mass information is called **Media studies**.

Media text is newspaper-publicist texts which are distinguished by diversity, especially by compressed, formal and dry informational articles and reports. When translating these types of reports, precision is achieved through sentence syntactic transformations, structural changes, and lexical-contextual equivalents, as these changes are resulted from the necessity of following norms of the translation language and press style. The headline should be brief, laconic and carrying content, moreover, it should have certain emotional influence on the reader. Essential function of a headline is to attract readers' attention and therefore, quite often, it does not fully express the content of the article. The stated function is mainly undertaken by the subtitle, which through several lines gives brief outline of the article. It is important for the interpreter to have the knowledge, which will enable them to objectively perceive the content of the headline and perform equivalent translation while considering stylistic and grammatical norms of the target language.

A translator comes across particular setback in the process of translating cultural concept, as the culture and intercultural communication is far more complex phenomenon than an interpreter may imagine. The quality of a translation greatly depends on competence of a translator, the more knowledge the translator has on the cultures and intercultural diversity, the better the translation is. Translation theorists have long recognized the cultural knowledge issues and difference between cultures. The knowledge about the culture and intercultural differences represented the main subject during initial period of translation practice and theory, they were the main focus.

From time immemorial, great attention has been paid to words that represent firm part of a particular culture and were virtually impossible

to translate. Long debates were held on when to be paraphrased; when to use the closest equivalent; when to create a new word (especially in case of translating fictional text) and when just to decipher it, using so called transcription. The stated words and phrases carrying “untranslatable” culture seemed fascinating for interpreters and theorists.

## **2.2. Problems of foreign vocabulary units in recipient language.**

Translation is not only linguistic but also cultural communicative act among cultures; the process of translation has two aspects, as it has been noted multiple times, language and culture are inseparable therefore culture and translation are inseparable as well.

One of the main aims of a translator is to transfer content of the original text as fully as possible. However, existing difference between language families and peculiarities of text structure may limit these possibilities being at the interpreter’s fingerprints and fully maintain content in the translation, therefore the interpreter’s responsibility is to communicate information in the original text as fully as possible. For this they must necessarily have particular general (background) knowledge which native speakers have. Successful completion of translation activities determines a thorough acquaintance with the history, culture, literature, customs, modern life and other realities of the natives. Basic requirement for full-fledged translation is the interpreter’s knowledge of specific living conditions, country life, customs and traditions.

## Chapter III. Linguistic peculiarities of media text style

### 3.1. Peculiarity of translating media text;

For practical work of the interpreter, mainly, the following features of English media text are revealed:

- spoken-informal style;
- highlighting the style using jargons, periphrasis etc.;
- formality of titles and addressing;
- special character of newspaper headlines;
- special method of paragraphing;
- lexical peculiarities of newspaper-informative materials;
- usage of terms.

In British and American press materials unlike Georgian and Russian languages, it is common to use spoken term. From our point of view, it is strange the familiarity (temerity) with which the English and American print media express themselves towards government officials; often the leaders of the country and ministers in newspapers are referred to as Bob Kennedy (Robert F. Kennedy), their surnames are indiscreetly contracted: Mac (Macmillan) Joe Biden and so forth.

All the above stated familiar-spoken forms have long been acceptable for English readers. If we keep this form when translating, it will have poor impression on Russian reader by being unacceptable, which will violate original style, as a regular text for an English reader will be communicated by unusual Russian text, which will be perceived by Russian reader as careless and inappropriate familiarity.

Therefore, in order to adequately convey the character of the genre as a whole, it would be more appropriate to disclaim such genre features so that if in English this material is of the informative-descriptive genre, then the Russian translation must possess all the features that characterize the genre.

The one who works with the translation of informative-descriptive materials often has to deal with one more peculiarity of this genre. In English and American newspapers, apparently, due to technical reasons, nearly each sentence is being typed on separate line, naturally, the interpreter should not mechanically reflect in receiving language the paragraphs of English text, without checking how logically justified each of them is. Thus the translations of the newspaper text differ from the translations of magazine articles or books, where the paragraphing does not arise from the negligence of the arranger, but is precisely and thoroughly determined by the author himself.

In media text we often come across polysemy, that is multiple-meaning terms, synonymous terms, contracted terms and names. State and federal authority are bent in establishing a police state. In the first instance the term *state* stands with the definition “federal” and definitely means the government of state unlike the government of the country. In the second instance *state* is used with the meaning of nation. The term congressman, which may have broad meaning- “the member of American congress” or narrower on “Member of the House of Representatives” (of US congress): last year a number of American Senators and Congressmen visited Russia. Besides the stated meaning it is also used with narrower function and its synonym is *representative*. Set of rules for a company in English can be called *Regulations, Rule Constitution, Statutes* or *charter*. Widely known terms are often used in texts in contracted form: *Youth also virtually from Congress, the average age of member of the Senate being 56 years and of House 51 years*, here contracted form *house* stands for House of *Representatives*.

Thus, translation of English media texts is distinguished by significant, however not full lexical parallelism – most of the words from the original text can be substituted by the corresponding words having close content. From the lexical transformations descriptive translation is frequently applied. From our standpoint, choosing translational



transformation, as well as the extent of their usage fully depends on the individual style of a translator.

### **3.2. Lingo-stylistic characteristics of publicist style;**

Newspaper is the source of information and means of persuasion. It is aimed at a massive extraordinary audience that it persuades and forces to read it. We focus on it as one of the most important sources of communication and information.

Newspaper style is reviewed as publicist type and possesses characteristic feature.

The aim of the newspaper style is to provide a reader with information on events of the day, to enable the reader choose corresponding attitude towards the stated events. We discuss English, Russian and Georgian newspaper texts. A.I Galperin notes that in English newspapers the texts do not contain the author's evaluations. It is represented by introduction of the news, which are of informative nature. Reviews of the authors are given in commentary articles in an editorial column. In the stated materials subjective opinion is expressed.

Newspaper style of English language is characterized by the use of political and economic technologies. Grammatical peculiarities of news programs represent abundance of complex syntax construction, for the large amount of information to be passed more briefly.

Generally, newspaper style (that is press language) is one of the genres of publicist text. As it is commonly known, main communicative objective of newspaper style is to transfer information to recipient with certain evaluation position. In news reports the first priority is communication of precise information. Consequently, terminologies are often used, for instance, A.D.H.D. (attention - deficit hyperactivity

disorder) – hyperactivity disorder, which is connected with lack of concentration.

As it is known, translating terminology into Russian or any other language is relatively easy as the terms are largely context-independent and are used as both complete words and collection of words.

When conveying substantiated information and accurate facts, proper names well known to the general public, such as Barak Obama, Washington, The Great Depression, National Public Radio are often used in newspaper articles.

The use of proper names in contracted forms is not rare, first of all, due to publicity, for example L.A (Los Angeles), NYPost (New York Post), NIC (National Intelligence Council).

In newspaper style as well as in all publicist text, phraseology is present in vast number. For example, to patch holes – to improve faults, the nickel and diming – does not require much expense; for a rainy day – for a future time of need.

Researchers claim that great importance is paid to the peculiarity of the newspaper style, which is related to the title of the articles.

Considering the peculiarities of newspaper headlines, their translation represents a significant complication.

- The main aim of the newspaper article headlines is to interest the reader, attract attention towards the materials introduced.
- A headline should depict brief content of the article and highlight important facts.
- A headline should convince the reader, impressing upon the main message of the material.

We can observe a frequent use of conversational style in article headlines. For instance, amid poverty and hunger, armies fight to grab wealth of mines and forests.

In addition, it is interesting to use the words of multiple meaning in the headlines of newspaper articles. As you know, the same word in the title can have different meanings, for example: Green Gets a Holiday Update - planting will make the holiday perfect.

The grammar of newspaper headlines is of great importance in the study of given issues.

### **3.3 Publicist style in the system of styles.**

In every developed literary language, linguistic expression of a particular system can be detected, which differ from one another by the peculiarities of linguistic use. One group of means can be distinguished from each such system, which is presented as leading, more or less noticeable and essential one. Systematic use of linguistic means leads us to the fact that the use of a language in various fields is normalized though the choice of words and nature of their use, through the use of different synthetic constructions, by using peculiarities of samples of linguistic means, using different methods of connection between parts of expressions etc. such system is referred to as speech system or speech style. Style is a socially thought-out and functionally justified, internally integrated set of methods used.

Every speech style has, common- typical peculiarities characteristic to the given style, which are included into the basis of distinguishing the stated style as independent, as well as separate form of expression.

“Publication” originates from the Latin word (verb)- *publicare* and means “to become available, explained publicly, become public.” Literary genre deriving from here- *publicist* is a special type of literary work, in

which the current issues of socio-political life are covered, explained, moral issues are brought to foreground.

Publicist style is used in the field of socio-political activities. This is a newspaper language, socio-political magazines, propaganda radio and television programs, language of documentary commentators at meetings, rallies, celebrations etc. Publicist style is speech activity in the field of politics with all its purpose. Fundamental purpose of publicist style is considered not only for programs, information and logical argumentation, but also on emotional influence on the listener (audience).

Publicist style is represented by a number of genres:

1. Newspaper- essay, article, feuilleton, news report;
2. Television- analytical program, news program, dialogue in live broadcasting;
3. Oratorical- rally speech, toast at the celebration, debates on television or public space;
4. Communicative- press conference, informal meetings;
5. Advertising- essay, advertisement, poster, slogan.

The following functions of the style are distinguished:  
communicative, expressive and aesthetic.

There are two varieties of publicist style: **written and oral**.

**The written types** include: essay, newspaper articles, literary-critical magazine articles etc.

**The oral variety** of publicist style include oratory speeches, recently radio commentary were added.

Publicist style is entirely subject to one constructive principle – alteration of “expression and standards”.

Depending on genre, in the first place sometimes comes expression, sometimes standard. If the main objective of the information is excitement towards it, the expression comes to the foreground (often observed in feuilletons and other genres). In newspaper articles,

chronicle news and the standard takes the first place in the articles for maximum attainable information.

Terms from science fields are frequently used in the press with figurative meanings: atmosphere (trust atmosphere), positive (positive results); art: duet (duet of liberals and conservators); play (political play); backstage (backstage negotiations); military: order (put into order), front (battle front), course (new political course) etc.

On one hand, publicist style has words and phrases with positive connotations (asset, virtue, figure, hard-working, welfare, charity, intentions, self-sacrifice, prosperity etc.) on the other hand, there are negative ones (invasive, implementation, travel, attraction, sabotage, employees and so forth).

The usage of specifically emotional words, words and word combinations with figurative meaning (black god – oil), usage of exclamation, question marks and incomplete sentences, or vocabulary which trigger certain emotional reaction, moreover- frequent use of common clichés, stereotypical phrases, newspaper stock phrases, political terms, social realia etc. are characteristic to newspaper and magazine publications.

Translating Georgian, Russian and English media text is distinguished by significant, however not full lexical parallelism-majority of the original words can be substituted in the translation by the words having close content.

#### **Chapter IV. Problems connected with untranslatable vocabulary in media texts**

##### *4.1. Reasons, sources and translation methods of untranslatable vocabulary;*

**Untranslatability**- is the feature of a text in the process of translating it from one language to another language, when in recipient language there is no corresponding that is equivalent word or notion. For instance, terms

should not be assigned to strictly translatable or untranslatable units, complexity of their translation is related to their origin and competence of an interpreter.

Quite often, those terms or expressions, which are considered as untranslatable, in reality are lexical units, which do not have similar meaning in recipient language.

When comparing language, we reveal the items, meanings, phenomenon, which represent a possession of one language and is not present in the vocabulary of another. Such lexical units, linguists, in particular, E.M Vereshchagin and V.G. Kostomarov, assign to untranslatable, non-equivalent vocabulary. According to them the words, exact meaning of which are impossible to perceive, do not match to any foreign word, are non-equivalent.

Non-equivalent vocabulary mostly depicts peculiarity, culture of a certain country and contains information in a contracted manner. It attracts attention on the most important and peculiar in the language structure and attitude of one nation's culture towards another, especially it refers to realia and associative non-equivalent vocabulary.

Untranslatability has its own reasons and sources:

*non-equivalent vocabulary;*

The fact of lexical non-equivalency means only the fact that lexical unit of the original language cannot be expressed with similar, "symmetrical" manner, through the lexical unit of target language.

For conveying non-equivalent vocabulary, translation methods, that create special class and do not belong to neither substitutions nor transformations, are recommended; these are:

**Transliteration.** In essence, this method is similar to borrowing foreign words. As the equivalent of a translation in the original language of a non-equivalent unit, its graphic-phonetic notations are used, which are reflected in written letters of the translation language, while in oral translation it is subject to the phonetic rules of the translation language.

Transliteration method is acceptable only in case where equivalent does not truly exist.

In Russian language, replete number of words have been adopted through transliteration: sport, (knock-out), (beefsteak), (grape-fruit), penny, gentleman, elf.

*This roused Jack, and he went out and hired himself for the next day to a neighbouring farmer for a penny;*

*Проработал день, получил пенни и пошел домой, но когда переходил через ручей, потерял монету.*( <https://www.gutenberg.org/files/7439/7439-h/7439-h.htm>→)

**Calque.** Essence of this method is that constituent parts of non-equivalent lexical units (morphemes of non-equivalent words or non-equivalent lexemes, fixed collocations) are substituted with their precise equivalents in translation language, for example: cyber store, commercial bank, marriage contract.

**Approximate translation.** Instead of foreign realia the interpreter uses target language realia, having its own national peculiarities, however has a lot of in common with the realia of original language. For instance, Santa Claus and *თოვლის ბაბუა* (Georgian version of Father Christmas) cannot be the same however, it is obvious that in certain context they are interdependent, furthermore, we can give another example of translation: cow-keeper - *პირუტყვის მწყემსი* (cattle shepherd).

**Elimination of national-cultural specifics.** This technique is most frequently used when translating non-equivalent vocabulary, by conveying the meaning of non-equivalent lexical unit through giving extended description.

Advantage of descriptive translation is the fact that the essence of phenomenon is conveyed fully, for the stated reason some author calls it explanatory.

**Distribution of the meaning of non-equivalent lexical unit.** The essence of distributing the meaning of non-equivalent lexical unit on

several lexical units of target language, the non-equivalent lexical unit disappears in the translation. This technique reminds us of descriptive translation.

All of the above stated techniques for translating non-equivalent vocabulary have particular advantages as well as disadvantages, however, the latter can be compensated at certain degree through combining various techniques.

#### **4.2. Realia, as the part of non-equivalent lexis of a language;**

It is commonly known that when translating a text from a foreign language, lexical fund of the recipient language should be ready for retrieving corresponding word. In case of Georgian, such problem almost does not exist, as Georgian is one of the distinguished languages in the world by its grammatical structure and affluent lexical fund. The language survived to this day having nominal changes in grammar and most importantly indigenous vocabulary, which indicates that it is strong, solid and text of any complexity, from any language, can be translated into Georgian word by word, however, the Georgian language could not overcome the invasion of foreign words, which is caused by various factors. The lexical fund was filled with borrowed words over time, but it is lawful only if the corresponding word was not found in it.

It is known, that in every language there are words and expressions which are possessions of only the stated language and are untranslatable in any other language- it is transferred precisely as it is in the target language. These words and expressions are referred to as exoticisms.

Realia are a sign of national color, which is why in most cases they are untranslatable words and nominative word collocations, that is, realia have no equivalent in another language, and only in that case it takes its place in another new or receiving language.



The notion of untranslatable vocabulary is comparatively broad by its essence. It is, as well as realia, called a unit, which does not have lexical equivalent in the translation language and does not have connotation in target language. Georgian, English and Russian languages are replete with similar examples of non-equivalent vocabulary and realia.

Untranslatable units are:

**Geographical names;**

**Toponym;**

**proper names;**

**Units of currency;**

**Natural phenomenon: (Katrina, hurricane)**

#### **4.3 Problem of barbarism and exoticism usage in media texts.**

Generally, development of a language, extending its lexical fund and diversifying process go in hot pursuit with the level of social development, during which the language is constantly filling with new materials: expression units, new words, depicting economic and cultural advancement of the society.

The words and expressions of foreign origin can hardly take their place in the Georgian language, although since the 19th century the influence of the neighboring country - the Russian language and the tendency of establishing Russian words can be observed. Besides Russian, similar process takes place from other European languages. Generally, the lexical fund of a language is enriched by the words and expressions having invaded and then established in the language such as so called loan words- barbarisms and exoticisms. Enriching the lexical fund of a language in such manner is observed in every language of the world, some experience it more, some-less. The stated process, as we have

already mentioned above, are determined by different factors, first of all-technological advancement and its modern achievements.

Nowadays, a new word is adopted by Georgian nearly on a daily basis. Today, people speak using different terminology than years ago, even in recent past. Lexical fund underwent significant alterations in the 21<sup>st</sup> century, which were determined by objective ambient conditions (current circumstances, period, modern technologies etc.).

The words from other languages (mainly from English) are found in fiction, scientific and political literature.

Media resources facilitate establishment of barbarisms and mostly exoticisms in a language. People, often teenagers, do not understand the meaning of some foreign words, but they actively use them, moreover, they put these words within the scope of Georgian grammar that is adding corresponding affixes characteristic to Georgian, thus making the words sound Georgian, for example: the word “like” (the word is English meaning to enjoy something) become so Georgian that people who want their friends to express their approval of their photo or post on social media ask each-other: დამილიაიქე (like it)! If they want their videos or photos reposted, then: გააშიარე (share it)! the journalist, who is outside a studio and broadcasts a report, in order to check whether he is live or not asks: ლაივში ვარ?!

The words adopted from foreign languages were present before computer era, for example: college, bus, institute, journal etc. Some of the words suited the mould of Georgian so tightly that we do not even remember neither their original meaning nor their etymology, these are: აკვარელი (water colours), პლატინა (platinum), კომფორტი (comfort), პოლკი (regiment), გროში (Groschen), ნოკნაუტი (knock-out), კოლორიტი (national hue), ლაზარეთი (infirmary), ნოველა (short story), გონდოლა (gondola), პიჯაკი (suit), პროფილი (profile), კომბინიზონი (overalls), კლუბი (club), კიტელი (keitel), გრუნტი (soil), პლაში (raincoat), სამოვარი, ვაგონი (carriage), კალოში (rain

boot) etc. as a rule, every lexical novelty is settled in corresponding language, however, the number of new words in 21<sup>st</sup> century is increasing so rapidly that they are difficult to keep the pace with and reflect them in dictionaries.

Another point, we would like to focus is exoticisms and the problems connected with their use in media texts.

Compared to barbarisms invasion in the language, introduction of exoticisms is comparatively painless process. They are frequent “guests” of media texts, from where they are adopted in common speech. Its relevance is especially highlighted in the process of intercultural communication, artistic communication being one of its variety.

Exoticisms introduces from foreign languages are abundant in Georgian too, however, Georgian on its hand has such words that cannot be translated into other languages, they are national and are adopted in foreign languages without alteration, this mainly refers to national clothes, dishes and customs (e.g.: - Chokha, Ajika, Matsoni, Lava, Kebab, Satsivi, Churchkhela, Khachapuri, Khinkali, Pkhali, Supra, Barbecue, Georgian Wine Names (Khvanchkara, Rkatsiteli, Kindzmarauli, Tsitska etc. Genatsvale, Tamada) great effort is needed to explain the meaning of such words, that is an explanatory translation is used. It should also be noted that Georgian word „ბჯობა“ (chair) equivalent of which exists in Russian- стул, are sometimes used with its literal meaning in some contexts, as chair-school desk, park (garden) bench- in diminutive form- скамейка; (со школьной скамейки; на садовой скамейке); in case of defendant’s chair (dock) non-diminutive form- скам (скам подсудимых).

## Conclusions

As a result of our research, we have reached the following conclusions: A review of the theoretical works of well-known scientists have revealed that the phenomenon of untranslability and related problems have been **studied** and the optimal ways to overcome it are **reflected** in the example of English texts.

Urgency of the research can be defined by the necessity to study one of the essential aspects of translation theory- issue of “untranslatability”.

The aim of the research was to study techniques of solving untranslatability, to determine the ways to convey comparatively adequate components, which represent the concept of untranslatability, when translating non-equivalent vocabulary and lingo-cultural realia from English into other language, attempt of which is our work.

During the research, the planned primary tasks were performed:

1. a) The causes and sources of untranslatability have been studied; b) Based on determined causes and sources of untranslatability we have discussed and identified optimal techniques of translating on-equivalent vocabulary and lingo-cultural realia, as a constituent component of “untranslatability”.
2. The ways of solving “untranslatability” in translation through examples have been discussed.

The research conducted by us has revealed the following:

- Untranslatable lexis is present in the language of any people and it takes special place in recipient language. Media texts are replete with the instances of untranslatability. There are cases when untranslatable words that is realia, exoticisms, barbarisms, loan words are being adopted by some languages, which are somehow confronted by the natives for the purpose of maintaining purity of their own language,

however, it is also understandable that if the recipient language does not have equivalent words, it then boldly takes its place in this language and it does not damage but enriches the lexical fund of that language.

- A text maintains and preserves everything at least once observed through linguistic canals; it is assigned to restore and relive an event, even when the memory of that event is vague and the fact itself no longer exists.

- All the definitions of a translation are similar, however, the linguists perceive the quality of a translation in a different way.

- Throughout the process of study of a source language, interpreters should be able, first of all, to reveal cultural components and only after that determine sufficient strategies and methods for their translation. Furthermore, they should be aware of the methods as how to preserve content and style, so that the reader enjoys it to the same extent as the original text.

- When modeling the process of translation, we should take into consideration the nature of the situation, which will make it easier to understand the text.

- Accurate translation of media texts is essential for a correct understanding of the idea, because the main task of media texts is to influence the mass consciousness. We also made sure that it is necessary to comprehend realia of the media texts if there is no exact equivalent in the target language.

- Translation of English media texts are distinguished by important, however, not full lexical parallelism- most of the original words may be substituted in the translation with the corresponding words having close meanings.

- Translation is a culture, inseparable part of a culture the essential aim of which is to introduce the cultures of different people to one another.

- Newspaper style text, as a genre of publicist style, includes the same lexical, morphological, and syntactic features that characterize the publicist style. The only difference is the number of features used.

- For an interpreter to perform practical the knowledge of the following functions characteristic to media text is important:

- spoken-familial character;
- Variety of styles with slangs and periphrases;
- Official titles and form of address;
- The special features of newspaper headlines;
- Paragraphing;
- Lexical peculiarities of newspaper-information material,
- Use of terms.

Finally, based on the theoretical material discussed, it is determined that the concept of culture represents several connotations of the existing word, which are actively used by the representatives of a given culture. It is the reflection of the nation's spirituality, which is sometimes passed from generation to generation and does not lose its expressiveness, sometimes it lasts only decades and changes with the era.

**The main provisions of the thesis are given in the publications bellow:**

1. The problem of using barbarisms and exoticisms in media texts. Intercultural communications N32p.67, ISSN 1512-4363 ,Tbilisi. 2019;
2. Linguistic and extra linguistic factors of neologisms and borrowings. Internationally reviewed multi-linguistic science magazine “Scripta Manet” N3(47), p.30, ISSN 1987-7390,Georgia. 2020;
3. Realia, as a constituent part of non-equivalent vocabulary. International science magazine “Intellectual” N38, p. 14,ISSn 1512-2530, Tbilisi. 2019