

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ევროპეისტიკის დეპარტამენტი

სოფიკო დუმბაძე

„ლინგვისტური ნეოლოგია და ოკაზიონალიზმების ფუნქციონირება
ინგლისურ და ქართულ ენებში“

ფილოლოგიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

წარმოდგენილი

დისერტაცია

სპეციალობა-ლინგვისტიკა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი ნინო არაშიძე

ბათუმი

2017

შინაარსი

შესავალი.....	4
თავი I. ნეოლოგიზაციის როლი თანამედროვე ენების გავითარებაში	
§1.1. ენობრივი სისტემა, როგორც განვითარებადი ფენომენი.....	10
§1.2. გლობალიზაციის როლი ენათა განვითარებაში.....	18
§1.3. ლინგვისტური ნეოლოგია, ნეოლოგიზმების წარმოების სახეები და ევოლუცია.....	29
§1.4. სესხების როლი ლინგვისტურ ნეოლოგიზაციაში	38
თავი II. ოკაზიონალიზმების არსი და კლასიფიკაცია	
§2.1. ენის ლექსიკური ფონდის დინამიკურობა	41
§2.2. ოკაზიონალიზმთა და ნეოლოგიზმთა შედარებითი ანალიზი.....	49
§2.3. ოკაზიონალურ ერთეულთა მიმართება უზუალურ ლექსიკასთან.....	55
§2.4. ოკაზიონალიზმების თემატური კლასიფიკაცია და მათი სემანტიკურ-პრაგმა-ტიკული თავისებურებანი.....	60
2.5. ოკაზიონალიზმთა ტიპოლოგია და სტრუქტურული თავისებურებანი.....	79
თავი III. ოკაზიონალიზმების ფუნქციონირება თანამედროვე მასმედიაში	
§3.1. მასობრივი მედია, როგორც ოკაზიონალიზმების წყარო	90
§ 3.2. სიტყვათწარმოქმნის თავისებურებები და ოკაზიონალიზმების ფუნქციონირება მასმედიაში.....	96
§ 3.3. ოკაზიონალურ ელემენტთა გამოყენება ბილბორდებში	102

§ 3.4. მხატვრული ლიტერატურისა და მასმედიის ოკაზიონალიზმების შედარებითი ანალიზი.....	111
ზოგადი დასკვნები.....	118
გამოყენებული სამეცნიერო ლიტერატურა.....	126
გამოყენებული მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები.....	133
დანართი.....	139

შესავალი

ენა იმდენად უნიკალური და მრავალწახნაგოვანი მოვლენაა, რომ მისი კვლევა ამოუწურავია. ახალი ლექსიკის გამუდმებით კვლევა დაეხმარება ხალხს, დაამყაროს წარმატებული კომუნიკაცია. ენის განვითარება პირდაპირ უკავშირდება კოგნიტურ განვითარებას. ლექსიკონის შევსება ახალი ლექსიკური ერთეულებით ენის განვითარების ერთ-ერთი მთავარი და მამოძრავებელი ფაქტორია. ამ თუ იმ ერის მატერიალური თუ ტექნიკური მიღწევები, ნებისმიერი სიახლე აუცილებლად აისახება ენაში.

დღესდღეობით ინგლისური ენა პრაქტიკულად გამოიყენება თითქმის ყველა სფეროში, ის დომინირებს ინტერნეტსივცეში, ასევე მაღალი რეიტინგით სარგებლობს საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენებისას, პოლიტიკურ და დიპლომატიურ სფეროებში. თანამედროვე ინგლისური ენის ერთ-ერთი გამორჩეული თვისება არის ის, რომ ის ინტენსიურად იჭრება სხვა ენებში. მსოფლიოს პოპულარული, თუ ნაკლებადპოპულარული ენები სესხულობენ ინგლისური ენიდან სიტყვებს, რომლებიც ნეოლოგიზმებია მათთვის.

მეოცე საუკუნის ბოლოდან ქართულ ენაში უამრავი ახალი სიტყვა, ტერმინი, ჟარგონი თუ აბრევიატურა გაჩნდა. სიტყვების სესხება და ნეოლოგიზმების სახით დამკვიდრება დაკავშირებულია ცხოვრების ყველა სფეროს ახალ რეალიებთან; ასევე იმასთან, რომ ქართულ ენაში ვერ მოინახა მათი შესაბამისი ტერმინები.

კოგნიტურ განვითარებასთან ერთად ენაში ჩნდება ბევრი ახალი სიტყვა. ეს ფაქტი ლინგვისტების წინაშე აყენებს სიტყვების არამარტო ფიქსაციის, არამედ მათი ანალიზის ამოცანასაც. ყველა ახალწარმოქმნილი სიტყვა არ შედის ენაში ახალი ლექსიკური ერთეულის სახით, ვერ ხვდება ლექსიკონში. ახალი სიტყვები, რომლებსაც იყენებს ცალკეული პირი, მაგრამ არ არის უზუალური, ოკაზიონალიზმებია. ოკაზიონალური სიტყვები იქმნება ენაში არსებული სიტყვათწარმოების მოდელების მეშვეობით, პროდუქტიული საშუალებების გამოყენებით. ისინი ყოველთვის თვალში საცემია მათი ორიგინალურობის გამო.

ოკაზიონალიზმები ენის ლექსიკური ფონდის ყველაზე დინამიკური ნაწილია. ისინი წარმოიქმნება მყისიერად, კომუნიკაციის პროცესში უეცრად გაჩენილი ლექსიკური ხარვეზის შესავსებად ან მას გამიზნულად ქმნიან მწერლები და პოეტები ხატოვნების ამაღლების, ემოციურობის გაზრდის, მაქსიმალური სიზუსტის მიღწევის და სუბიექტური აზრის გამოხატვის მიზნით. ენის მომხმარებლისათვის ოკაზიონალიზმები ერთ-ერთი უმთავრესი საშუალებაა, დაინახოს ავტორის შემოქმედებითი პოტენციალი. წერილობითი ფორმით ისინი ადრე მხოლოდ მხატვრულ ლიტერატურაში გამოყენებოდა, დღესდღეობით ენობრივი ინოვაცია თანამედროვე ცხოვრების მრავალ სფეროში გვხვდება.

ავტორისეული ნეოლოგიზმები ყოველთვის აინტერესებდათ მკვლევრებს, მაგრამ განსაკუთრებით ამ ბოლო დროს გახდა მათი შესწავლა აქტუალური. ისინი დღეს შეისწავლიან ოკაზიონალიზმთა გამოვლენას არა მხოლოდ მხატვრულ ლიტერატურაში, არამედ სხვა სფეროებშიც. კვლევებმა ცხადყო, რომ აღნიშნული ფენომენის მიმართ მკვლევრებს არაერთგვაროვანი დამოკიდებულება აქვთ.

ერთ-ერთი სფერო, რომელშიც ოკაზიონალიზმები ფართოდაა გავრცელებული, მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებია. ისინი მყისიერად რეაგირებენ საზოგადოებაში მომხდარ სოციალურ, პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ ცვლილებებსა და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესზე. მედიაბაზარი კომუნიკატორისგან მოითხოვს სხვადასხვა საშუალების მაქსიმალურ გამოყენებას მასობრივი აუდიტორიის ყურადღების მისაპყრობად; მედიადისკურსის ტექნიკის ეფექტურობა კი იზომება მისი ზეგავლენით ადრესატის ფსიქიკის კოგნიტურ თუ ემოციურ კომპონენტებზე.

მოცემული ნაშრომის აქტუალურობა. მიუხედავად იმისა, რომ ნეოლოგიზმები არაერთი ნაშრომის ობიექტი ყოფილა, თემა გამუდმებით აქტუალურია. ამ უკანასკნელს განაპირობებს ის ფაქტი, რომ ისინი ძალიან დიდი სისწრაფით იქმნება და საკვლევი მასალაც მდიდრდება. თემა ეხება ისეთ აქტუალურ საკითხებს, როგორებიცაა ენის სიწმინდე და ენობრივი პოლიტიკის შემუშავება.

ოკაზიონალიზმებს ეძღვნება უამრავი კვლევა, თუმცა ისინი დღემდე საკმარისად არ არის გამოკვლეული. თემის აქტუალურობა გამოწვეულია მასმედიასა და თანამედროვე ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში ოკაზიონალიზმების რიცხვის ზრდის ტენდენციით და ჩვენი სურვილით, ქართული ლინგვისტიკა გაუმკლავდეს ამ ახალ გამოწვევას. დღესდღეობით ოკაზიონალიზმები გვხვდება პოლიტიკურსა თუ მედიადისკურსში. ენის თვალსაზრისით ეს ნიშნავს, რომ ოკაზიონალურმა ერთეულებმა ესთეტიკურთან ერთად შეითავსეს კომუნიკაციური სტრატეგიების გარდასახვის ფუნქციაც, რომელიც კონკრეტული კომუნიკაციური მიზნების მიღწევაზეა ორიენტირებული. ოკაზიონალიზმების კვლევა მასობრივი საინფორმაციო მასალების მიხედვით სამეტყველო აქტის, აზროწარმოქმნის პროცესის თავისებურებების ახალი რაკურსით შესწავლის საშუალებას იძლევა. **ნაშრომის მიზანია**, განისაზღვროს ნეოლოგიზმთა წარმოქმნის თანამედროვე სურათი, ოკაზიონალიზმების როლი არამარტო მხატვრულ ლიტერატურაში, არამედ სხვა სფეროებშიც და გამოვლინდეს მათი ფუნქციები.

მიზნის მისაღწევად დასახული გვაქვს შემდეგი **ამოცანები**:

- გლობალიზაციის როლი ენის განვითარებაში;
- ნეოლოგიზმთა და ოკაზიონალიზმთა თავისებურებების განხილვა;
- ოკაზიონალიზმების თავისებებისა და ფუნქციების გამოვლენა;
- ოკაზიონალურობის თეორიის უმნიშვნელოვანესი ასპექტების განხილვა;
- ოკაზიონალიზმების ტიპოლოგიურ-თემატური კლასიფიკაცია;
- ქართულსა და ინგლისურ ენაში სხვადასხვა სფეროში არსებული ოკაზიონალიზმების შეპირისპირებითი ანალიზი;
- ოკაზიონალიზმების როლის დადგენა და მათი ფუნქციონირება სხვადასხვა სფეროში, მათი გამოყენების თავისებურებების გამოვლენა.

კვლევის მეთოდოლოგია. ნაშრომში გამოყენებულია სისტემურ-სტრუქტურული, შედარება-შეპირისპირებითი, ლინგვისტური დაკვირვების და აღწერის მეთოდი. სისტემურ-სტრუქტურული მეთოდების გამოყენებით ოკაზიონალიზმები გამოვალინეთ მედიადისკურსში და გავაანალიზეთ ისინი. ოკაზიონალიზმების ფუნქციები

გამოიკვეთა სხვადასხვა სფეროში მათი თავისებურებების შედარების შედეგად. შეპირისპირებითი მეთოდის გამოყენების აუცილებლობა ასევე გამოწვეულია მასალის არაერთგვაროვნებით: ოკაზიონალიზმები ფიქსირდება მედიის სხვადასხვა სფეროსა და განსხვავებულ ენებში და მათ სიტუაციის შესაბამისად განსხვავებული დატვირთვა აქვთ.

ნაშრომის სიახლე ისაა, რომ შევეცადეთ მოგვეცა ოკაზიონალიზმების მრავალწახნაგოვანი ანალიზი სხვადასხვა სფეროში, უპირატესად მედიატექსტებში და გამოკვეთილიყო მათი ფუნქციონირების თავისებურებები. აქამდე ლინგვისტები ყურადღებას მეტწილად ლიტერატურულ ოკაზიონალიზმებზე ამახვილებდნენ. ამდენად, ქართულ ენაში ნაკლებად თუ მოგვეპოვება ნაშრომი, რომელშიც სხვადასხვა სფეროს ოკაზიონალიზმებია შესწავლილი.

სიახლეა ასევე სხვადასხვა სიტუაციის ანალიზი, სადაც პიროვნება განზრახ, გეგმიურად და სპონტანურად იყენებს ოკაზიონალიზმებს, რომლებიც სხვადასხვა მიზანს ემსახურება, იქნება ეს „შინაგანი მეს“ რეალიზება, ირონია, მსმენელზე ზეგავლენა თუ სხვა.

მოცემული ნაშრომის სიახლეს განაპირობებს ოკაზიონალიზმების მიმოხილვა, თემატური კლასიფიკაცია და მათში იმპლიცირებული სხვადასხვა დატვირთვის ჩვენებაც.

ნაშრომის თეორიული მნიშვნელობა. სადისერტაციო ნაშრომში წარმოდგენილია საკვლევ თემასთან დაკავშირებული სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა და მათზე დაყრდნობით გამოტანილია შემაჯამებელი დასკვნები. აქედან გამომდინარე, ნაშრომის თეორიული ღირებულებაა ცალკეული პრობლემის გადაჭრის შედეგად მიღებული დასკვნები. მისი გამოყენება შეიძლება ლინგვისტიკაში ოკაზიონალიზმების შესახებ არსებული თეორიული მასალის გასავრცობად.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა. მასალების გამოყენება შესაძლებელი იქნება ინგლისური ენის სტილისტიკის, ლექსიკოლოგიის, ტექსტის ლინგვისტიკის სწავლების დროს.

მასობრივი მედიის მომხმარებელმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ სემანტიკურად გამჭვირვალე ოკაზიონალიზმის გამოყენება მას მეტ შანსს აძლევს, რომ პოლიტიკური, კომერციული, ინფორმაციული თუ სხვა ტიპის განცხადებები უფრო ეფექტური და წარმატებული გახადოს და სასურველი ზეგავლენა მოახდინოს პუბლიკაზე.

სადისერტაციო ნაშრომში წარმოდგენილი კვლევა და ანალიზი დახმარებას გაუწევს მეცნიერებსა და მკვლევრებს, რომელთა შესწავლის საგანს და ინტერესის სფეროსაც ოკაზიონალიზმები წარმოადგენს.

ემპირიული მასალა მოიცავს მაგალითების ანალიზს ინგლისური და ქართულენოვანი მედიიდან. კერძოდ, გამოყენებულია ინგლისური და ქართული გაზეთების/ჟურნალების სტატიები, სტატიის სათაურები, რეკლამები და ინტერნეტ-მასალები.

ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა. სადისერტაციო ნაშრომის სტრუქტურას განსაზღვრავს კვლევის მიზნები და ამოცანები. ნაშრომი შედგება: შესავლის, 3 თავის, 13 პარაგრაფის და ზოგადი დასკვნებისგან, ნაშრომს თან ერთვის გამოყენებული სამეცნიერო ლიტერატურის ნუსხა, ინტერნეტმასალების სია და დანართი.

შესავალში განხილულია სადისერტაციო ნაშრომის მეცნიერული სიახლე, კვლევის მიზნები, დასაბუთებულია თემის აქტუალურობა, საკვლევი სფეროს არჩევანი, წარმოდგენილია ძირითადი მოძღვრებანი, რომლებიც ქმნის ნაშრომის თეორიულ საფუძველს.

ნაშრომის პირველი თავი - „ნეოლოგიზაციის როლი თანამედროვე ენების განვითარებაში“-შედგება 4 პარაგრაფისგან. მასში გაანალიზებულია გლობალიზაციისა და ტექნოლოგიების როლი ენების განვითარებაში, დახატულია ქართული ენის თანამედროვე სურათი, ნაჩვენებია ინგლისური ენის გავლენა ქართულ ენაზე და მასთან დაკავშირებული პრობლემური საკითხები.

ნაშრომის მეორე თავი - „ოკაზიონალიზმების არსი და კლასიფიკაცია“ შედგება 5 პარაგრაფისგან. მასში განხილულია ბირთვულ და პერიფერიულ ზონაში ლექსიკური ერთეულების დინამიკურობა, ოკაზიონალიზმთა და ნეოლოგიზმთა მსგავსება-განსხვავებები. აქვე წარმოდგენილია ფაქტორები, რომლებიც ოკაზიონალიზმებს განასხვავებს უზუალური ლექსიკური ერთეულებისაგან. ამავე თავში გაანალიზებულია ოკაზიონალიზმთა ფუნქციები, მოცემულია მათი სტრუქტურული ანალიზი და კლასიფიკაცია.

ნაშრომის მესამე თავი - „ოკაზიონალიზმების ფუნქციონირება თანამედროვე მას-მედიაში“ შედგება 4 პარაგრაფისგან. აქ წარმოდგენილია ოკაზიონალიზმები, რომლებმაც თავი იჩინა მასმედიაში და საუბარია მათ ფუნქციონირებაზე. მხატვრულ ლიტერატურაში გამოყენებული ოკაზიონალიზმების ფუნქციები შედარებულია მასმედიაში გამოყენებული ოკაზიონალური სიტყვების ფუნქციებთან. ოკაზიონალიზმების გამოყენების თვალსაზრისით განხილულია ინგლისური და ქართული ენების ბილბორდები, პოსტერები და აფიშები.

დასკვნით ნაწილში შეჯამებულია კვლევა და მოცემულია თეორიული განზოგადება.

თავი I

ნეოლოგიზაციის როლი თანამედროვე ენების განვითარებაში

1.1. ენობრივი სისტემა, როგორც განვითარებადი ფენომენი

ენა კომუნიკაციურ სისტემათა შორის ყველაზე ძლიერი და დახვეწილია, რადგან იგი არა მარტო ინფორმაციის, ცოდნის და მისთანების მიღებისა და გადაცემის საშუალებაა, არამედ ადამიანში გარე სამყაროდან მიღებული ინფორმაციის გადამამუშავებელიცაა, რაც მეხსიერებაში არსებული ცოდნის მოწესრიგება-სისტემატიზაციაში ვლინდება. ამა თუ იმ ეთნოკულტურული კოლექტივისთვის დამახასიათებელი სამყაროს ენობრივი სურათის აგებაც ენობრივი ცოდნის აღნიშნული ფუნქციით განისაზღვრება. ენა, რომელსაც ჩვენ ბავშვობიდანვე ვითვისებთ, განსაზღვრავს სამყაროს ხედვისა და მისი სტრუქტურირების ჩვენეულ, განსაკუთრებულ ხერხს.

ბრიტანელი მკვლევარი დ. კრისტალი ამ მოვლენას ასე განმარტავს: „ენა ყოველთვის ასახავს სოციალურ წინაპირობებს: ენა ეს არის ხალხი, ამიტომ ის დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა მდგომარეობაშია ხალხი“ (კრისტალი, 2003:25).

ენობრივი სისტემის საფუძველი არაა მხოლოდ აზრების წარმოქმნა, იგი ინდივიდის აზროვნებითი მოქმედების, მისი შთაბეჭდილებების ანალიზისა და მათი სინთეზის პროგრამაცაა. ადამიანი ბუნებას მშობლიური ენის პრიზმაში გავლით ხედავს. ჩვენ გამოვყოფთ მოვლენათა სამყაროში ამა თუ იმ კატეგორიას და ტიპებს არა იმიტომ, რომ ისინი (ეს კატეგორიები და ტიპები) თავად ცხადია; პირიქით, სამყარო ჩვენ გვეძლევა ენობრივი სისტემით, რომელიც ინახება ჩვენს ცნობიერებაში. ჩვენ შეთანხმების თანამონაწილენი ვართ. ამ შეთანხმებას გარკვეული „მეტყველი კოლექტივის“ ძალა აქვს და ჩაკირულია ჩვენი ენის სისტემაში. მსგავსი ფიზიკური მოვლენები საშუალებას იძლევა, შევქმნათ სამყაროს მსგავსი სურათი მხოლოდ მსგავსებისა და, უკიდურეს შემთხვევაში, ენობრივი სისტემების თანაფარდობისას.

ენა განაპირობებს მისი მატარებლის აზროვნების ტიპს, სამყაროს აღქმის ხერხებიც მასზეა დამოკიდებული. ყოველი ხალხის მსოფლხედვისა და მსოფლგაგების საფუძველია საგნობრივ მნიშვნელობათა საკუთარი სისტემა, სოციალური სტერეოტიპები, კოგნიტური სქემები, ეს კი იმას ნიშნავს, რომ ადამიანის ცნობიერება ყოველთვის განპირობებულია ეთნიკურად. ეთნოსოციოკულტურული ფაქტორი ვლინდება ჩამოყალიბებისა და ფორმულირების ნაციონალურ-ეთნიკურ თავისებურებებში. ამ ზოგად დებულებებში იკვეთება ენის (დედაენის) როლი ადამიანის შემეცნებითს მოღვაწეობაში. ცნობიერების სტრუქტურათა შესახებ ჩვენი ცოდნა მხოლოდ ენის წყალობითაა, რაც ნებისმიერ ბუნებრივ ენაზე ამ სტრუქტურათა შესახებ ლაპარაკისა და მათი აღწერის საშუალებას იძლევა (იხ. წყარო №1).

ჰუმანიტარულ მეცნიერებებში დღეს აქტუალურია აზროვნების ისტორიის დაკავშირება კულტურის ისტორიასთან, ასევე აღიარებულია ენის წამყვანი როლი. ენა ერთსაც და მეორესაც თავისთავში იკრებს, ამასთანავე, ენასვე უკავშირდება სოციალური ურთიერთქმედება საზოგადოებაში. ასე რომ, სწორედ ენის (ტექსტის, დიკურსის) ანალიზი იძლევა შესაძლებლობას, გავიგოთ ადამიანთა აზროვნება და ქცევა. ენის შესწავლა არა „ვაკუუმში“, არამედ რელევანტური სოციალური კონტექსტის გათვალისწინებით სინქრონიშიც და დიაქრონიშიც, მას წარმოგვიდგენს არა მხოლოდ როგორც კოდს, არამედ, კულტურასა და ისტორიასთან კავშირში. ამის შესახებ საინტერესოდ მსჯელობს ცნობილი სემიოტიკოსი და კულტუროლოგი მ. ლოტმანი. მისი აზრით, ტერმინი „კოდი“ შეიცავს წარმოდგენას ახლახან შექმნილ სტრუქტურაზე, ხელოვნურსა და მყისიერი შეთანხმებით მიღებულზე. კოდი ისტორიას არ გულისხმობს, ფსიქოლოგიურად იგი ხელოვნურ ენას მიემართება, რომელიც, საერთოდ, ენის იდეალურ მოდელადაც კი ივარაუდება, ხოლო „ენა“ არაცნობიერად გვიჩენს წარმოდგენას ისტორიულად განგრძობით არსებობაზე (ლოტმანი, 2004:15). ამდენად, კოდი „უმეხსიერებო სტრუქტურაა“, მაშინ როდესაც ბუნებრივი ენა, ისევე როგორც კულტურა, ერის კოლექტიური და ცოცხალი მეხსიერებაა. ამ საერთო მეხსიერების გარეშე წარმოუდგენელია საერთო კულტურისა და საერთო ენის არსებობა, აქედან გამომდინარე, ცალკეული ერის არსებობაც. აქვე

უნდა აღვნიშნოთ, რომ „ენის მეხსიერება ყველა მეხსიერებაზე უფრო ტევადია, ის თავისთავად მოიცავს კულტურის მეხსიერებასაც, მაშინ როდესაც, კულტურის მეხსიერება მხოლოდ „კულტურულის“ ხსოვნას ინახავს“ (ომიაძე, 2006:7).

ადამიანის ფაქტორის ადეკვატური აღწერა შეუძლებელია მისი ენის გათვალისწინების გარეშე, რადგან ენაში ყველაფერი ადამიანურია, ადამიანშიც ყველაზე ადამიანური ენაა. ყოველივე ამას განსაზღვრავს არა მარტო ენისა და აზროვნების ურთიერთგანპირობებულობა, არამედ ადამიანის ემოციურ-ეთიკური მიმართებებიც სამყაროსადმი, სინამდვილის ფაქტებისა და მოვლენებისადმი, რამდენადაც ყოველივე ეს ენაში და ენის მეშვეობით არის გამოხატული, უფრო ზუსტად კი, ყოველ ჯერზე გამოიხატება კომუნიკაციის პროცესში. კომუნიკაციის განახლებული კონცეფცია კომუნიკაციას აღარ განიხილავს, როგორც ენობრივი სისტემის, კოდისა თუ ადამიანის ენობრივი უნარის მხოლოდ აქტუალიზაციას, არამედ როგორც ფორმირებას კომუნიკაციის პროცესში, ანუ ვეღარ განვიხილავთ ისე, რომ კომუნიკაციის აქტამდე სიტყვა, წინადადება არსებობდა მზა სახით და კომუნიკაციის პროცესში ხდებოდა მათი „კომუნიკაციურ-ლინგვისტური თვალსაზრისი გულისხმობს, რომ კომუნიკაციის პროცესში ხდება ყოველი ენობრივი ერთეულის ფორმირება ან ხელახლა ფორმირება ხდება ყოველი ენობრივი ერთეულის ახლად დაბადება და არა მზა სახით მოცემულის გამოყენება“ (ლევანიძე, 1998:52). კომუნიკაციის ცნების ამგვარი გაგების შედეგია კონცენტრირება ადამიანზე, მოლაპარაკე, მეტყველ სუბიექტზე, აგრეთვე, მსმენელ სუბიექტზეც, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია. ყოველივე ეს ქმნის კომუნიკაციის დინამიკას, რაც დისკურსის, როგორც კომუნიკაციურ სამეტყველო აქტთა მიმდევრობის დინამიკაზე აისახება.

ენის, აზროვნებისა და კულტურის ურთიერთმიმართების საკითხისადმი მკვლევართა მიდგომა უშუალოდ უკავშირდება ლინგვისტურ პარადიგმათა მონაცვლეობას. „ლინგვისტიკაში ტრადიციულად გამოიყოფა სამი ფუნდამენტური მეცნიერული პარადიგმა: ისტორიულ-შედარებითი (XIX საუკუნის ენათმეცნიერებისათვის დამახასიათებელი და შედარებით-ისტორიულ მეთოდზე დაფუძნებული), სისტემურ-სტრუქტურული (რომლის ყურადღების ცენტრშია ერთადერთ სრულ

ნიშნად მიჩნეული სიტყვა) და ანთროპოცენტრისტული, რომელიც ადამიანს ანიჭებს ყოველი არსის საზომის სტატუსს და აბრუნებს მას სამყაროს ცენტრში” (ვორკაჩევი, 2004). აღნიშნული პარადიგმის მიხედვით, მკვლევართა ყურადღება შემეცნების ობიექტიდან სუბიექტზე გადაინაცვლებს.

ენისა და პიროვნების ურთიერთმიმართება ღრმა ფსიქოლოგიურ საფუძველს ემყარება. „ენას ადამიანური წარმოშობა აქვს და ადამიანის გარეშე არ არსებობს, არ მოიაზრება. არ არსებობს არაფერი ენაში, რომ ადამიანის მიერ არ იყოს თქმული, მის მიერ არ იყოს წარმოქმნილი. მაშასადამე, ადამიანი უნდა შევისწავლოთ ენასთან მჭიდრო კავშირში და პირიქით, ლინგვისტურ მოვლენათა ანალიზი უნდა ემყარებოდეს ენის მიმართებას ადამიანის ფენომენტთან“ (მასლოვა, 2001: 6).

ენა ინტერპრეტატორია, მისი უმთავრესი ფუნქცია სამყაროს ადამიანური ცნობიერების დონეზე გარდასახვაა. ქაოსური სამყარო ცვალებადი და მოუხელთებელია. სწორედ იმიტომ არსებობს ადამიანში ენის, როგორც სტრუქტურულიზებული მედიუმის საჭიროება, რომ სამყარო მისთვის მოწესრიგებული, ჰარმონიული და იოლად აღქმადი გახდეს. ენა აყალიბებს აზრს ინტელექტუალური შემოქმედების შედეგად, ბგერის მეშვეობით ახდენს მის რეალიზებას მეტყველებაში და ხდის აღქმისათვის მისაღებას. ამას განაპირობებს ინტელექტუალური შემოქმედებისა და ენის მთლიანობა. ენა უნდა გავიგოთ, როგორც მუდმივად ქმნადი, დინამიკური ორგანიზმი, რომელშიც დადგენილია შიდასისტემური კანონები.

„ენა უაღრესად რთული და მრავალგანზომილებიანი ფენომენია. მისი განხილვა შესაძლებელია სხვადასხვა თვალსაზრისით: 1.ენა, როგორც ინდივიდის ენა; 2. ენა, როგორც გარკვეულ ენათა ოჯახის წევრი; 3. ენა, როგორც სტრუქტურა; 4. ენა, როგორც სისტემა; 5. ენა, როგორც ტიპი და სპეციფიკა; 6. ენა, როგორც კომპიუტერი; 7. ენა, როგორც კონცეპტუალური და ღირებულებითი სივრცე. ენა ინდივიდისა და ერის რთული კოგნიტური ქმედების შედეგია. იგი სისტემაც არის და ანტისისტემაც, ქმედებაც და ამ ქმედების პროდუქტიც, სულიც და მატერიაც, სტიქიურად განვითარებადი ობიექტიც და მოწესრიგებული, თვითრეგულირებადი ფენომენიც. შეუძლებელია ენის არსში წვდომა თითოეული დასახელებული ასპექტის

გათვალისწინების გარეშე. ფაქტობრივად, ენა წარმოადგენს კულტურის პროდუქტს, მის უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს და, ამასთან, მისი არსებობის განმსაზღვრელი უმთავრესი წინაპირობა კულტურული კოდების ფორმირების განმაპირობებელი ფაქტორია“ (მასლოვა, 2001: 6).

ენა ერთდროულად არსებობს, როგორც სისტემა და როგორც ქმედება და ეს ფაქტორი ხსნის არა მხოლოდ მის რთულ დიალექტიკურ ბუნებას, არამედ ენისა და ენობრივი ერთეულების კვლევის მეთოდოლოგიური პრინციპების მუდმივი ძიების საჭიროებას.

ენას, როგორც სისტემათა სისტემას, XX საუკუნის განმავლობაში აქტიურად შეისწავლიდნენ სტრუქტურალისტები და მათი მიმდევრები. ენის სისტემის სიღრმისეულმა შესწავლამ ლინგვისტიკას, როგორც მეცნიერებას, თვისობრივად შეუცვალა მეცნიერული სტატუსი: ლინგვისტური კვლევა გახდა თანამიმდევრული, სისტემური და კანონზომიერი. სტრუქტურალიზმის უდავო მიღწევების მიუხედავად, ამ მიმდინარეობის ყურადღების მიღმა დარჩა ენაში ადამიანური ფაქტორის არსებობა, მაგრამ ენა მეტისმეტად რთული ორგანიზმია იმისათვის, რომ მისი აღწერა ჩაეტიოს „მარტივ“ ლოგიკურ სქემებში (ვორკაჩევი, 2004:65); ამიტომ ენათმეცნიერთა უმრავლესობა დღეს მიიჩნევს, რომ ენა უნდა შეისწავლებოდეს როგორც „ანთროპოლოგიური ფენომენი“, როდესაც ყურადღების ცენტრში ადამიანია, თავისი მთავარი მსაზღვრელით, ენით. როგორც გ. გადამერი ამბობს: „ენას ემყარება და მასში გამოიხატება ის, რაც ადამიანისათვის წარმოადგენს სამყაროს... სამყაროს ყოფა არის ენობრივი არსებობა“ (გადამერი, 1988:704).

ენა ინდივიდსა და გარესამყაროს შორის არსებული ერთგვარი შუალედური რგოლია, რომელიც ასახავს ერის მატერიალურ და სულიერ კულტურას. ნებისმიერი კულტურა თავისი არსითა და ბუნებით ნაციონალურია, რასაც ცხადყოფს თითოეული ენის სისტემაში წარმოდგენილი გარემომცველი სინამდვილის უნიკალური ინტერპრეტაცია. ენისათვის დამახასიათებელია სპეციფიკური შინაგანი ფორმა, რომელიც ეროვნული სულის გამოხატულებაა. ენაში, როგორც ლინგვოკულტუროლოგიურ ფენომენში, კონცენტრირებულია კულტურის საგანძური. მეორე მხრივ,

ნებისმიერი ნაციონალური კულტურა მჭიდროდ უკავშირდება კონკრეტული ენის სპეციფიკას.

ენის უნარი, ასახოს, დააფიქსიროს, შეინახოს და თაობიდან თაობას გადასცეს საზოგადოების შემეცნებითი გამოცდილება, მის კუმულაციურ (დაგროვებით) ფუნქციაში აისახება. „ენა გვევლინება, როგორც სამყაროს პირველადი კონცეპტუალიზაციისა და ადამიანური გამოცდილების რაციონალიზაციის ფორმა, სამყაროს შესახებ არსებული გაუცნობიერებელი, სტიქიური ცოდნისა და ისტორიული მეხსიერების საცავი“ (პოსტოვალოვა, 1999: 30).

ენა იცვლება და ვითარდება თავისი შინაგანი იმპულსების საშუალებით. სამეტყველო ჩვევაში მომხდარი ცვლილებები დაკავშირებულია საჭიროებასთან, რის მიხედვითაც ადამიანი ცდილობს, უფრო გასაგები გახადოს თავისი აზრები და სურვილები. ლექსიკური შემადგენლობა ენაში ყველაზე ადვილად და ყველაზე მეტად იცვლება. ბრიტანელი მკვლევარი დ. კრისტალი ამ მოვლენას ასეთ განმარტებას აძლევს: „ენა ყოველთვის ასახავს სოციალურ წინაპირობებს:“ ენა - ეს არის ხალხი, ამიტომ ის დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა მდგომარეობაშია ხალხი“ (კრისტალი, 2003:25). ენობრივი ცვლილება ყველა მოლაპარაკეზე ვრცელდება, თუმცა თითოეულ ენობრივ მოვლენას თავისი საზღვრები აქვს. ყოველმა მოლაპარაკემ რომ დაიწყოს ენაში ცვლილებების შეტანა, იგი შეწყვეტდა თავისი დანიშნულებისამებრ ფუნქციონირებას. ნორმის შემუშავება ენობრივი სისტემის კანონზომიერებებს და ენის ისტორიასა და განვითარების პერსპექტივას უნდა ემყარებოდეს. ნორმისათვის ობიექტური საფუძვლის შექმნა ენის სპეციალისტს ევალება. „ენის სპეციფიკა, რასაც უნდა ეყრდნობოდეს თვით პრინციპების დადგენა, გულისხმობს შემდეგ ძირითად მხარეებს: 1. ენა სისტემაა; 2. ენა სოციალური მოვლენაა; 3. ენა აზროვნებისა და ურთიერთობის იარაღია“ (ლეჟავა, 1989:88).

გავრცელებულობასა და ენობრივი სისტემის უნიფიკაციას სალიტერატურო ენის ნორმათა დადგენისას გადაწყვეტი მნიშვნელობა აქვს. ნორმირებისას აუცილებელია ენის განვითარების შინაგანი კანონებისა და ფორმათა ჩამოყალიბების პერსპექტივის გათვალისწინება. ენის განვითარების შინაგანი კანონზომიერება,

უნიფიკაციის ძლიერი ტენდენცია სწორედ ენის სისტემის შექმნას ემსახურება. თუ ეს პრინციპი უგულებელყოფილია, ენობრივი სისტემა ზარალდება, საბოლოოდ, ირღვევა, რაც ზოგჯერ ენაში არსებული შეცდომების საფუძველიც ხდება. მაგალითად, თუ არ არის გათვალისწინებული ნორმა, მხოლოდ გრამატიკული წესის გამოყენებით შეცდომას თავიდან ვერ ავიცილებთ.

ენათა და ხალხთა ურთიერთობა, რომელიც, შესაძლებელია შეწყდეს, ენაში ტოვებს კვალს და დროის საზღვრებს გადალახავს. ეთნოკულტურული ურთიერთობები (მაგალითად, ქართულ-ბერძნული, ქართულ-არაბული, ქართულ-სპარსული, ქართულ-რუსული, ქართულ-თურქული და ა.შ.) ნათლად აღიბეჭდება ენის სტრუქტურაში. ძალდატანებითი, თუ ნებაყოფლობითი ისტორიული ურთიერთობა, მართალია, წარსულის ფაქტებად იქცა, მაგრამ ამ უცხო ენათა ლექსიკური ერთეულები დღესაც ცოცხლობს ქართულ ენაში. უცხო ენათა ლექსიკური ერთეულების შემოდინება-დამკვიდრებას, თავის მხრივ, ვერაფერი ეწინააღმდეგება. ტერმინთა (და არა მხოლოდ მათი) შემოსვლა ქართულ ენაში ინტენსიურ სახეს იღებს და ჩნდება ამ ლექსიკურ ერთეულთა უცვლელი ფორმით შემოსვლა-დამკვიდრების ტენდენცია.

კაცობრიობის, საერთოდ, ცივილიზაციის ისტორია ნათელი დასტურია იმისა, რომ ენა ყველაზე წმინდა საუნჯეა. ენა ხალხის წიაღში შექმნილი, უხსოვარი დროიდან მრავალი თაობის რუდუნებისა და უსაზღვრო სიყვარულით ნასაზრდოები ფენომენია, რომელშიც გაცხადებულია ერის სულიერი და მატერიალური ცხოვრების ისტორია. აი, რას წერდნენ ქართველი ენის მოამაგენი ქართული ენის სიწმინდის შესახებ: „ენა საღვრთო რამ არის, საზოგადო საკუთრებაა, მაგას, კაცი ცოდვის ხელით არ უნდა შეეხოს“ (ი. ჭავჭავაძე); „ქართული ენის სიწმინდის დაცვა ისეთივე საპატიო საქმეა, როგორც ხმლით დაცვა საკუთარი სამშობლოსი“ (ვ. გამსახურდია) [იხ. წყარო №2].

ტერმინები, რომლებიც დღეს ასე ინტენსიურად შემოდის ქართულში, გარკვეული სახით ადაპტირდება. ეს აფიქსების მეშვეობით ხდება. აფიქსაციის

დახმარებით ხერხდება მათი „შეფუთვა“ ქართული ენის ლექსიკურ ფონდში დასამკვიდრებლად.

ისევე როგორც სხვა ლექსიკური ერთეულები, ტერმინებიც ფორმისა და აგებულების მიხედვით დიფერენცირდება. ტერმინი შესაძლოა იყოს მარტივიც და რთულიც. მარტივი ტერმინი ასეთივე აგებულებისაა და ერთკომპონენტიანია (ლინკი-link, კაბელი -cabel...), რთული კი, შესაბამისად, რთული აგებულებისა და ორ ან მეტკომპონენტიანია (შათ დაუნი shut- down, აუთლაინი out -line....) .

აღ. ლლონტი მიიჩნევს, რომ „სიტყვათა ძირების დახმარებით შესაძლებელია ნეოლოგიზმთა წარმოება უსაზღვროდ. ამისთვის კი შესანიშნავ საარბიელს წარმოადგენს როგორც მხატვრული ლიტერატურა, ისე სამეცნიერო ტერმინოლოგიის შექმნისა და გაუმჯობესების საჭიროება“(ლონტი, 1988:149).

ამრიგად, ენის ლექსიკური შემადგენლობა ცვალებადია, ცხოვრების განვითარების კვალდაკვალ ენის ლექსიკურ ფონდს აკლდება სიტყვები, რომელთა შესაბამისი საგნები თუ მოვლენები ისტორიის კუთვნილება გახდა, სანაცვლოდ შემოდის ახალი ყოფისთვის დამახასიათებელი სიტყვები და გამონათქვამები. ენის განვითარება პირველ რიგში მის ლექსიკაში აისახება. ლექსიკური ერთეულები კი სხვადასხვა სახით შემოდის ენობრივ სისტემაში და მკვიდრდება.

1.2. გლობალიზაციის როლი ენათა განვითარებაში

ტერმინი გლობალიზაცია ინგლისურ სიტყვა "globe"-ს უკავშირდება, რაც დედამიწას, გლობუსს ნიშნავს, ხოლო "global" - მსოფლიოს, გლობალურს. ტერმინი **გლობალიზაცია** პირველად ამერიკელმა სოციოლოგმა რ. რობერტსონმა გამოიყენა 1983 წელს სტატიაში. გლობალიზაციის პროცესთან დაკავშირებით არსებობს ორი რადიკალურად განსხვავებული შეხედულება: პირველის თანახმად, გლობალიზაცია წარმოადგენს პროგრესულ პროცესს, რომელიც ხელს შეუწყობს მთლიანად მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებას, ხოლო მეორე შეხედულებით, გლობალიზაცია არის ნეგატიური პროცესი, რომელიც ემუქრება არამარტო ცალკეულ ეროვნულ სახელმწიფოს, ერებს, მათს კულტურულ თავისებურებებს, არამედ განიხილება, როგორც მთლიანად მსოფლიო მეურნეობის განვითარებისათვის საშიში ტენდენცია. უნდა აღვნიშნოთ, რომ არ მოგვეპოვება ტერმინის რაიმე ერთი, კონკრეტული, უნივერსალური განმარტება, თუმცა მისთვის დამახასიათებელია საზღვრების მოშლა და მსოფლიო მასშტაბით ერთიანი სისტემის ჩამოყალიბებისაკენ სწრაფვა. იხ. წყარო №3

თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესს თითქოს გარკვეულწილად უნდა შეემცირებინა კულტურული მრავალფეროვნების ხარისხი და უცხო კულტურული არეალისადმი კუთვნილი ინფორმაციის მცდარი ინტერპრეტაციის ალბათობაც, მაგრამ ფაქტია, რომ გლობალიზაცია შლის კულტურათა შორის არსებულ მხოლოდ ზედაპირულ კონტრასტებს, სიღრმისეული სხვაობა კი უცვლელი რჩება.

ენა უაღრესად მგძნობიარეა სოციალური ცვლილებების მიმართ, რაც თავის მხრივ საზოგადოებაზე აისახება. ახალი ლექსიკური ერთეულების არსებობა ენაში სწორედ ამ ცვლილებების შედეგია.

ენათშორისი ურთიერთობები დღეს უფრო სწრაფი და მოქნილია, ვიდრე ადრე იყო, სანამ ხალხთა მაკავშირებელი ახალი ფორმა, ინტერნეტი, გაჩნდებოდა. ბრიტანელი ლინგვისტი დ. კრისტალი აღნიშნავს: „მასმედიის ერთ-ერთი ძლიერი

გზა ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლისთვის არის მსოფლიო ფართო ქსელი“ (WWW - სამი ინგლისური სიტყვის World Wide Web - შემოკლებული ფორმა). ავტორი ლინგვისტური მრავალფეროვნებისთვის ხელსაყრელ სარბიელად ინტერნეტს ასახელებს (კრისტალი, 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, რომელთათვის ინგლისური დედაენაა, სჭირდებათ სხვა ენის შესწავლაც, რაც სამყაროს სხვა თვალთ დანახვის შესანიშნავი საშუალებაა, შესაბამისად, ვითარება პესიმიზმის საფუძველს არ ქმნის, თუმცა წინა პლანზე იწევს ინგლისური ენის დომინირება არაინგლისურენოვან ქვეყნებში, როდესაც ადგილობრივი ენები ერევა საერთაშორისო ენას, ინგლისურს. ენათა ცვალებადობა, განვითარება მუდმივად პროგრესირებადი მოვლენაა, გარკვეული სახის ცვლილებები ყველა ენაში მისაღებია, თუმცა ეს ენის კანონთა საზღვრებს არ უნდა გასცდეს.

თანამედროვე ქართულ მეტყველებაში შემოსული/დამკვიდრებული ანგლიციზმების რაოდენობა უზომოდ დიდია. ცნობილი ქართველი მკვლევარი, თარგმანის კრიტიკოსი დ. ფანჯიკიძე წიგნში „ენა, თარგმანი, მკითხველი“ ქართული ენის დღევანდელ სურათს ამგვარად გვიხატავს: „თუკი აქამდე ქართულ ენას რუსული ენის ზეგავლენა ემუქრებოდა, დღეს იგი ოთხი-ხუთი ენის აქტიური შემოტევის სარბიელი ხდება. მას ემატება თავისუფალი პრესის გაჩენა, გამოდის უამრავი ჟურნალ-გაზეთი, რომელთა უმრავლესობამ ყველაზე დიდი თავისუფლება ქართული ენის ხელყოფის საქმეში მოიპოვა“ (ფანჯიკიძე, 2002:66).

დღესდღეობით ქართულ ენას მსოფლიოს დომინანტ ენასთან - ინგლისურთან მჭიდრო ურთიერთობა აქვს. შესაბამისად, ინგლისური ენის ურთიერთობა ქართულთან დღეს ზეგავლენის ფორმას იღებს და საკმაოდ ღრმა კვალს ტოვებს ენაში ლექსიკური ერთეულების სახით.

„საზოგადოდ, არ მოიპოვება ენა, რომელშიც არ არის ნასესხები სიტყვები. ეს არის ფაქტი. ამასთან, სესხება არაა თავისუფალი. ენა თვითონ გამოიმუშავებს

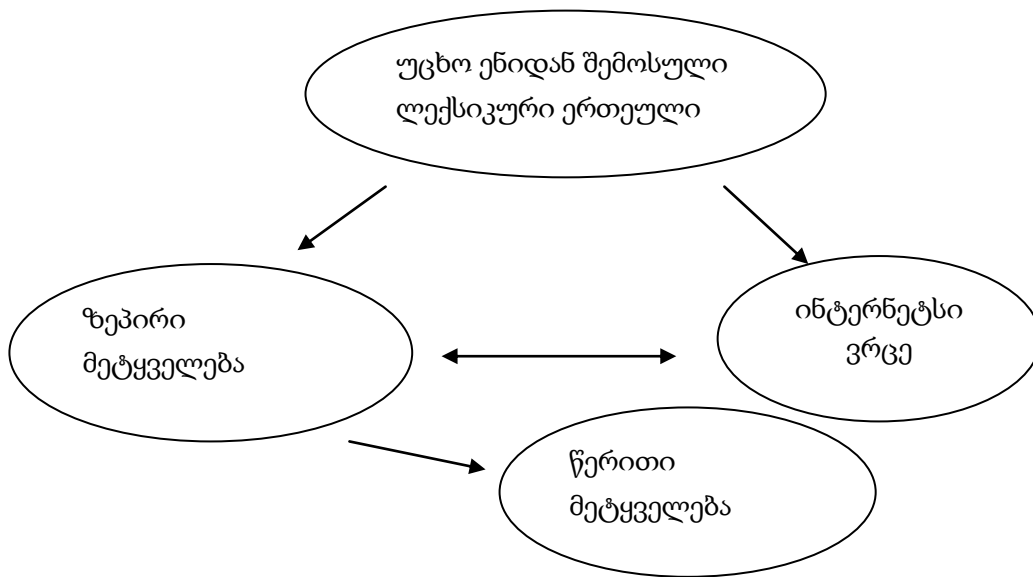
ნორმებს, იქმნის ე.წ. იმუნიტეტს, რომლითაც იგი ფილტრავს სხვა ენის ერთეულებს. ენა თვითონ შეიმუშავებს თავდაცვის იმ ხერხებს, რომელთა საშუალებით, იგი არა ყოველი და არა ნებისმიერი ფორმით იღებს სიტყვას. იმ შემთხვევაში, როცა უცხო სიტყვა სხვა ენაში ფუნქციურ სტატუსს მიიღებს და ზეპირიდან წერილობით მეტყველებაში გადავა, თავის „უცხოურობას“ კარგავს და კონტექსტისთვის ბუნებრივ ელფერს იძენს” (კილანავა, 2013).

უცხო ენიდან შემოსული ლექსიკური ერთეული → წერიტი მეტყველება
→ ზეპირი მეტყველება

თუკი დავაკვირდებით ზემოთ წარმოდგენილ სქემას, დავინახავთ, რომ ამ სქემაში მოცემულია ორი სფეროს მიმართება ერთმანეთთან. ეს მიმართება კი, თავის მხრივ, ცალმხრივია. ზეპირ მეტყველებაში უცხო ენიდან შემოსული სიტყვა ლეგიტიმური ხასიათის არაა. ის ლეგიტიმური ხდება მეორე სფეროში, წერილობით მეტყველებაში გადასვლის შემდეგ და კარგავს უცხოურობის სტატუსს.

მიიჩნევა, რომ წერილობითი ენა პრესის უსწრაფესი განვითარების გამო საკმაოდ იცვლება, მრავალ სიახლეს იღებს და ამ პროცესზე კონტროლის დაწესება თითქმის შეუძლებელია. „ზეპირი მეტყველების შემთხვევაში პრესკრიფციული ზომების მიღება კიდევ უფრო ნაკლებად ეფექტურია“ (ლადარია, 2002:35).

დღეს „კომპიუტერულ ეპოქაში“ სიტყვათა ლეგიტიმაციის ამ გრაფიკულ სურათს რადიკალურად ცვლის ინტერნეტსივრცის არსებობა. კომპონენტებს შორის დამოკიდებულება არის არა ცალმხრივი, არამედ ორმხრივი და აქედან გამომდინარე, ზემოთ წარმოდგენილი სქემა ამგვარ სახეს იღებს:



სქემა ცხადყოფს, რომ ინტერნეტის გაჩენასთან ერთად გაურკვეველი ხდება ლექსიკური ერთეული ჯერ ზეპირ მეტყველებაში შემოდის თუ ინტერნეტსივრცეში, რომელიც წერით მეტყველებასაც მოიცავს და ნაწილობრივ ზეპირსაც.

თანამედროვე ქართულ ენაში ინგლისურიდან შემოსული მრავალი სიტყვა ზეპირმეტყველებიდან წერილობით მეტყველებაშია გადასული და თანდათან ძნელი ხდება მათი გარჩევა. თითქმის ორი საუკუნის განმავლობაში ქართულ ენაში უხვად მკვიდრდებოდა რუსიციზმები, თანამედროვე ქართულ ენაში კი 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 გლობალიზაციის პროცესები და ტექნიკური ევოლუცია განაპირობებს.

ციფრული ტექნოლოგიების, სატელეფონო კავშირების თუ მასმედიის განვითარებამ დიდი როლი ითამაშა გლობალიზაციის პროცესის დაჩქარებაში. ელექტრონული მასმედიის განვითარების შედეგად შესაძლებელი გახდა მსოფლიო მასშტაბით ინფორმაციის მოპოვება. ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების შედეგად შესაძლებელია პირდაპირი ჩართვით მსოფლიოს ნებისმიერი წერტილიდან ინფორმაციის მოწოდება. ერთსა და იმავე გადაცემას შესაძლებელია მსოფლიოს

ნებისმიერ ქვეყანაში ადევნონ თვალი. გლობალიზაციის ფილოსოფიის მკვლევარი პ. მერსი აღნიშნავს, რომ „მსოფლიო გადაიქცა გლობალურ სოფლად, რომელშიც შეხვედრის ადგილი მსოფლიოს ფართო ქსელია“ (www) (მერსი, 2001:11).

გლობალიზაციის პროცესებს საინტერესოდ აღწერს თავის ნაშრომში მ. კილანავა: „სხვადასხვა ტიპის საზღვართა (გეოგრაფიული, სოციალური, მედია და ა.შ.) მოშლის მთავარ პოზიტიურ ნიშნად შეიძლება ჩაითვალოს ის, რომ ამ დროს უფრო ადვილად ხდება ერთა შორის კულტურის, ტრადიციებისა და ღირებულებების გაცვლა/გაცნობა; ამ ფონზე კი ნეგატიურ ნიშნად შეიძლება მიჩნეულ იქნას ის, რომ ხდება სწორედ ამ კულტურათა, ტრადიციათა და ღირებულებათა ერთმანეთში აღრევა და აქედან გამომდინარე რეალურად დგება საკუთარი, სპეციფიკური, ინდივიდუალური სახის, სხვაგვარად ავთენტური ავტოპორტრეტის დაკარგვის საშიშროება. ყოველი ერის კულტურა გამორჩეული და თვითმყოფადია. თითოეულ მათგანს განმასხვავებელი ნიშანი აქვს: იქნება ეს ისტორია, ეროვნული ხასიათი, სოციალური ჯგუფები (გაერთიანებები), ღირებულებები, ქცევა (ნორმა, წესები, ტრადიციები, ჩვეულებები) და, რაც მთავარია, ენა“ (კილანავა, 2014:36)

ნაციონალური იდენტობის კონტექსტში ერის სპეციფიკურ მახასიათებელთა ეს არასრული ჩამონათვალი გვევლინება, როგორც ერთგვარი თავდაცვის მექანიზმი, თუმცა ამ ყველაფერს სწორედ გლობალიზაციის პროცესი გაშლის ერთ სივრცეში და აერთიანებს. ამის შედეგად ყალიბდება ახალი ტიპის კულტურა, რომლის ერთ-ერთი კლასიკური განსაზღვრებაც მოცემულია ნაციონალური იდენტობის თეორეტიკოსის, ენტონი სმითის „ნაციონალურ იდენტობაში“. იგი ამბობს: „ახალი გლობალური კულტურა უნივერსალურია და დროის განზომილების გარეშე დგას, რადგან ეკლექტიკურია, დენადია და უფორმო... პოსტმოდერნისტული კოსმოპოლიტური კულტურა მასმედიისა და ტელეკომუნიკაციის საშუალებით მთელ მსოფლიოსაა მოდებული“ (სმითი, 2008:199).

კულტურა, ტრადიცია და ღირებულებები თავისებურად აისახება და გარკვეულ კვალს ტოვებს ენაში, რომელიც მათგან განცალკევებით კი არ დგას, არამედ ვერბალურად აფორმებს მათ ტენდენციებს და ერთგვარ კანონიზებულ სახეს აძლევს.

ცალკეულ ერთა თვითმყოფადი კულტურებისთვის კი ისტორია, ეროვნული ხასიათი, ღირებულებები, ტრადიციები ჩვეულებები და ა.შ. არსებითად მნიშვნელოვანი ელემენტებია; მათ შორის, განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს ენა, რომელსაც კოლინ ბეიკერი თავის წიგნში - „ბილინგვური განათლებისა და ბილინგვიზმის საფუძვლები“, იდენტობის გამოხატვის ყველაზე ძლიერ საშუალებად მიიჩნევს: „ენა არის იდენტობის გამოხატვის ყველაზე მძლავრი იარაღი“ (ბეიკერი, 2010:45).

გლობალიზაცია ისეთი ფენომენია, რომელიც შეიძლება ორმხრივ შევაფასოთ. თუკი ის ერთი მხრივ სახიფათოა არაპოპულარული ენებისათვის, რაც მის უარყოფით მხარეზე მიუთითებს, მეორე მხრივ ის სოციუმის ინტეგრირების საუკეთესო საშუალებაა, რომელშიც იკვეთება მისი დადებითი მხარე.

ტერმინი „ენობრივი პოლიტიკა“ XX საუკუნის 50-იანი წლებიდან გამოიყენება ენათმეცნიერებასა და სოციოლოგიურ დისციპლინებში და გამოხატავს „კონკრეტული სახელმწიფოს შიგნით ენისა თუ ენათა სტატუსის, ენათა ურთიერთობის, ენათა სოციალურ-კულტურული განვითარებისა და მათი პერსპექტივების განსაზღვრა-უზრუნველყოფის ღონისძიებათა პროგრამას“ (ტაბიძე, 2003:4).

გლობალიზაციის ერთ-ერთ უმთავრეს ნაკლად, საფრთხედ, მიიჩნევენ ენათა წინაშე მდგარ პრობლემებს, გაქრობის საფრთხეს. დღეისთვის გაქრობის საფრთხე ემუქრება ბევრ ენას, რომლებიც იუნესკოს ენათა ატლასში არის ასახული და სარისკო ენათა რაოდენობა დაახლოებით 2465-ია [იხ. წყარო №4].

ენათა გაქრობის ტენდენციის შეცვლისთვის და საფრთხის ქვეშ მყოფი ენების რიცხვის შესამცირებლად ერთ-ერთ ეფექტურ საშუალებად ითვლება ენის პრესტიჟის გაზრდა. ენის პრესტიჟულობა, თავის მხრივ, უკავშირდება მასზე მოსაუბრე სოციუმის სტატუსს და სწორედ ესაა პრესტიჟულობის მთავარი ინდიკატორი. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ სრულიად გამორიცხულია, პრესტიჟულ ენას, როგორც ლინგვისტიკის კვლევის ობიექტს, ჰქონდეს რაიმე განსაკუთრებული,

გამორჩეული მახასიათებლები. ენის პრესტიჟულობა დამოკიდებულია იმ სოციუმზე, რომელშიც ის ცოცხლობს, სადაც ამ ენაზე საუბრობენ და წერენ. სწორედ ეს ფაქტორი შეიძლება გახდეს ერთ-ერთი ინდიკატორი ენის პრესტიჟულობისა. როცა ვსაუბრობთ ენის პრესტიჟულობაზე ან უმცირესობათა ენის პრესტიჟის ამალეობაზე, ბუნებრივია, იგულისხმება მისი პოპულარიზაცია, განვითარება. კ. ბეიკერი აღნიშნავს, რომ ენათა განვითარებისა და მათი პრესტიჟის ამალეობისთვის საჭირო ხდება „ენათა მოდერნიზება“, შესაბამისი ტერმინოლოგიის დამკვიდრება მათი სწორად შერჩევის გზით. ახალი ტერმინოლოგიის შერჩევის დროს კი საჭიროა იმის გათვალისწინებაც, რომ ისინი უნდა ჟღერდეს თანამედროვედ, მიანიშნებდეს მოდერნიზმს, პროგრესს და არა წარსულს და რეგრესს“ (ბეიკერი, 2010:414).

რ. ფილიპსონი თავის სტატიაში “English in European integration and globalisation” (ინგლისური ენის როლი ევროპულ ინტეგრაციასა და გლობალიზაციაში) საუბრობს ინგლისური ენის პრესტიჟზე ევროპაში. ის აღნიშნავს, რომ ევროპაში მოქმედი 23 ოფიციალური ენიდან დოკუმენტაციის ყველა მათგანზე არსებობა რეალურად გაუმართლებელია. სწორედ ამ მოსაზრებით ავტორი ამართლებს ერთი, საერთო ენის, ამ შემთხვევაში ინგლისურის, ფუნქციონირებას ოფიციალურ დონეზე. იგი ასევე აღნიშნავს, რომ „ევროსაბჭოს ოფიციალურ ინტერნეტგვერდზე ნაჩვენებია ენათა იერარქიული განაწილება, რომელზე დაყრდობითაც, ვირტუალურ სამყაროში ინფორმაციის 100 პროცენტი ხელმისაწვდომია ინგლისურ ენაზე, შედარებით ნაკლები ფრანგულ ენაზე, უფრო ნაკლები კი - სხვა ენებზე“ (ფილიპსონი, 2008:258).

შეიძლება ითქვას, რომ ინგლისური, როგორც პრესტიჟული ენა, მსოფლიო ენის სტატუსითაც სარგებლობს. ის ორი სხვადასხვა ენის მატარებელ მოსაუბრეთა სასაუბრო ურთიერთობის დამყარების საუკეთესო საშუალებაა.

ინგლისური ენის ასეთი მასშტაბებით გავრცელება იწვევს მის განსაკუთრებულ პოპულარობას ახალგაზრდა მოსაუბრეთა შორის, რასაც მომავალში არასასურველი შედეგები შეიძლება მოჰყვეს. ამ აზრს გამოხატავს კოლინ ბეიკერი შემდეგ ციტატაში: „ინგლისური ენისა და ანგლოამერიკული კულტურის მასობრივი გავრცელება გავლენას ახდენს ენებს შორის სტატუსის და პრესტიჟის გააზრებაზე ახალგაზრდებში

და ასუსტებს მათ მიერ მშობლიური ენის სრულყოფილად ათვისების პროცესს“ (ბეიკერი, 2010:412).

„ენა თუ განვითარდება, არ შეიძლება, მან რამის გამოხატვა ვერ შეძლოს“, – ამბობდა არნოლდ ჩიქობავა“ (ჩიქობავა, 2008:55). ქართულ ენას აქვს ყველაფრის გამოხატვის უნარი, თუმცა ზოგჯერ ხდება, რომ თავისი „ინტელექტუალურობის“ დასტურად ადამიანი იყენებს ინგლისურ სიტყვას იმ შემთხვევაშიც კი, როცა მას ქართულ ენაში შესაბამისი ტერმინი მოეპოვება. ქართულ ენაში თითქმის აღარ გამოიყენება სიტყვები „შეტყობინება“, „ახალი ამბები“, „სათათბირო.“ სანაცვლოდ ვხვდებით სიტყვებს: „მესიჯი“, „ნიუსი“, „ბორდი“.

„ინტერნეტი სოციალურთან ერთად ლინგვისტური რევოლუციაც არის“. ინტერნეტში ჩასაბმელად და მის არსში ჩასაწვდომად საჭიროა სამი მარტივი რამ: კომპიუტერის (ტელეფონის, ან სხვა რაიმე მოწყობილობის) ქონა, ინტერნეტთან წვდომა და ინგლისური ენის ცოდნა. ამ სამი კომპონენტის წყალობით თანამედროვე ადამიანებს სივრცითი საზღვრების მიუხედავად, ერთმანეთთან კომუნიკაცია ადვილად შეუძლიათ“ (კრისტალი, 2003:7).

დღეს ინტერნეტსივრცეში უამრავი ვებგვერდი არსებობს, რომლებიც ქართულ ენაზეა ნათარგმნი, თუმცა ლექსიკური (და არა მარტო (ს. დ.)) ხარვეზებით. ლექსიკური ერთეულები ხშირად ქართულ ენაზე არაა ნათარგმნი, მიუხედავად ამის შესაძლებლობისა, ისინი ტრანსლიტერირების გზით არის გადმოსული „თარგმნილ“ ვარიანტში. ერთ-ერთი თარგმნილი ინტერნეტგვერდია სოციალური ქსელი Facebook (პირწიგნაკი), სადაც არაერთი ნეოლოგიზმის პოვნაა შესაძლებელი.

როგორც წესი, ყოველი ლექსიკური „სიახლე“ ენაში, ლექსიკონში ფიქსირდება, თუმცა ახალი სიტყვების რაოდენობა XXI საუკუნეში ისეთი სისწრაფით იზრდება, რომ ლექსიკონებში მათი ასახვა ვეღარ ესწრება. დროთა განმავლობაში ეს სიტყვები თავისთავად მკვიდრდება ენაში და აქტიურ ლექსიკონს უერთდება.

ტექნოლოგიურმა განვითარებამ რომ დიდი ზეგავლენა მოახდინა ენაზე, ეს ფაქტი არ არის ახალი. პერსონალური კომპიუტერის განვითარების (მეოცე საუკუნის

70-იანი წლები) და ფიჭური კავშირის (1984 წ.) გამოჩენის შემდეგ ციფრული კომპიუტერული სისტემა ყოველი ჩვენგანის ყოველდღიურობად იქცა. საყოველთაო „კომპიუტერიზაცია“ და „ინტერნეტიზაცია“ ბიძგი მისცა ენის მეტად სპეციფიკური ლექსიკური შრის ჩამოყალიბებას. ცნობილია, რომ ენობრივი ცვლილებების უმრავლესობა თინეიჯერებისა და ახალგაზრდების ინტერაქციებში ვლინდება. ინგლისური ტექნოლოგიების ენაა. მსოფლიოს იმ ქვეყნებში, სადაც ახალი ტექნიკა შედის, ინფორმაცია ინგლისურ ენაზე უფრო ადვილად აღიქმება, ვიდრე თუნდაც ჩინურზე (სადაც, როგორც წესი, წარმოებული ტექნიკის უდიდესი ნაწილი მზადდება), მაგრამ ამას, საერთო ენობრივი სურათის თვალსაზრისით, უარყოფითი შედეგები მოაქვს ე.წ. არაპრესტიჟული ენებისთვის. თანამედროვე ინგლისური ენა ტექნოლოგიების განუყოფელ ნაწილად იქცა. ეს გლობალიზაციის შედეგი და ცივილიზაციის განვითარების პროცესის შემადგენელი ნაწილია. ზოგიერთი სიტყვა ძალიან მოკლე დროით არსებობს, მაშინ როცა სხვანი საკმაოდ მტკიცედ იკიდებენ ფეხს და, საწყისი წინააღმდეგობის მიუხედავად, ახერხებენ საზოგადოების სხვადასხვა ფენისა და სოციალური სიტუაციისთვის მისაღები სიტყვის სტატუსის დამკვიდრებას. მაგ: ექაუნთი, ლინკი, ინსტალაცია, ტაბლოიდი, ინოვაცია, ვინჩესტერი, პარკინგი და სხვა.

თანამედროვე ცხოვრებაში ტექნიკური პროგრესის სისწრაფეს ვერ ეწევა ენები და მათი ლექსიკური ფონდი სინქრონულად ვერ ასახავს ამ პროცესებს. შესაბამისად, ისინი სხვა, დომინანტი ენიდან იღებენ სიტყვებს იმავე ფორმით, როგორითაც საწყის ენაში გვხვდება. ამის შედეგადაც მკვიდრდება ნეოლოგიზმები, რომელთა შესატყვისი ლექსიკური ერთეულების ფორმირებისთვის, ფაქტობრივად, დრო არ რჩება.

ამ მხრივ არც ქართული ენაა გამონაკლისი. ტექნოლოგიების განვითარებას უამრავი ანგლიციზმისა და ნეოლოგიზმის შემოტანა მოჰყვა ქართულ ენაში. ესენია: მესიჯი, ნიუსი, დაკლიკება, პანელი, პოსტი, დაპოსტვა, გაშეარება, სპამი, ჩექინი, დაჩექინება, ინბოქსი, შლეიფი, სენსორი, თაჩ სქრინი, ფასვორდი, სელფი.

თანამედროვე საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ზეგავლენა ენის განვითარებაზე ძალიან კარგად ჩანს მოკლე ტექსტური შეტყობინების ენაში. მოკლე ტექსტური

ენათმეცნიერი ჯ. იული თვლის, რომ „მოკლე ტექსტები მნიშვნელოვნად აკნინებს წერითი კომუნიკაციის ხარისხს“ (იული, 2005:31).

მოკლე ტექსტური შეტყობინებები ხელს უწყობს ინგლისური ენის პოპულარიზაციას მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. სხვადასხვა ენაზე მოსაუბრე ადამიანები იყენებენ ინგლისურ ენაზე წარმოდგენილ ლოგოგრამებსა და პიქტოგრამებს. ისინი სიმბოლოთა მეშვეობით მნიშვნელობას ანიჭებენ სიტყვებს. ეს მეთოდი სხვა ენებშიც გამოიყენება.

ტექნოლოგიური კომუნიკაცია წარმოდგენილია სხვადასხვა ელექტრონული კომუნიკაციით, იმეილებით, ესემესსერვისებით, ჩატებით, ფორუმებით, სოციალური ქსელებით, ბლოგებით. ახალგაზრდების სწრაფვა მათ მიმართ მუდმივად იზრდება. ყოველივე ეს აისახება ენაში, მის ცვლილებებში და უამრავი ნეოლოგიზმისა და ანგლიციზმის წარმოქმნაში.

ყველა ენას, განურჩევლად მისი გავრცელების არეალის მასშტაბურობისა, სჭირდება მხარდაჭერა და დაცვა, ე. წ. „ენობრივი პოლიტიკის“ გატარება. სხვადასხვა ენა განსხვავებულად რეაგირებს ასეთ ძვრებზე ენაში და ყოველ მათგანს თავისი ხედვის შესაბამისი პოლიტიკაც აქვს შემუშავებული.

1.3. ლინგვისტური ნეოლოგია, ნეოლოგიზმების წარმოების

სახეები და ევოლუცია

ყოველი ერის კულტურა წარმოდგენილია მის ენაში, ხოლო ხალხის ცხოვრების ყოველი ასპექტი აღბეჭდილია იმ სიტყვებში, რომლებსაც ისინი იყენებენ. ენის განვითარების ერთ-ერთ ასპექტად მისი ლექსიკური მარაგის გამდიდრება მოიაზრება. ზოგიერთი სიტყვა გადის ხმარებიდან, მაგრამ იქმნება ახალი სიტყვებიც, რაც ენის დინამიკურობის მაჩვენებელია. ამჟამად ქართულში, ისევე როგორც სხვა უამრავ ენაში „ნეოლოგიზაციის ბუმი“, უამრავი ახალი სიტყვა ჩნდება ქართული ენის ლექსიკაში.

ყოველი ადამიანი რომელიმე სოციალურ ჯგუფს განეკუთვნება და ყოველდღიურ რეალობაში საუბრისას იყენებს შესაბამის სოციოლექტს. იმის მიხედვით, თუ რომელ სოციალურ გარემოში იმყოფება ადამიანი, ოჯახში, ბავშვთან, თუ რაიმე დაწესებულებაში, ან თუნდაც საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, ის სხვადასხვა სოციოლექტს იყენებს საუბრისას. შესაბამისად, ერთი ადამიანი ერთ კონკრეტულ სოციალურ ჯგუფს არ განეკუთვნება, ის სიტუაციის ცვალებადობასთან ერთად ხდება სხვადასხვა სოციუმის წარმომადგენელი. ადამიანი მულტისოციოლექტების რეალიზატორია. ერთი ოჯახის წევრებმა (ამ შემთხვევაში მაგალითი საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა უმეტეს ნაწილს მოიცავს), შესაძლებელია, ერთმანეთთან საუბრის დროს გამოიყენონ სიტყვები: **დღეს სტეიკს მოვამზადებ, ბლენდერი გაფუჭდა...** დაწესებულებაში - **პრინტერი შემიმოწმეთ, ფაილში ჩადეთ, დააკოპირეთ...** საზოგადოებრივ ტრანსპორტში - **კონდუქტორს მიმართეთ, სენსორული ეკრანი გამოიყენეთ** და სხვა.

ლექსიკურ ერთეულთაგან ზოგიერთი ხშირად გამოყენება. ისინი აღნიშნავს მოცემული ენობრივი კოლექტივისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვან რეალიებს. ეს ერთეულები ენის აქტიურ ლექსიკას განეკუთვნება. ის არ არის დაკავშირებული მოლაპარაკეთა საცხოვრებელ ადგილთან, განათლებასთან, სოციალურ, პროფესიულ, ასაკობრივ თუ სხვა ჯგუფებთან, სტილურად ნეიტრალურია, შედარებით ნელა იცვლება, ლექსიკონში შემავალ ერთეულებს ფართო სიტყვაწარმოებითი

შესაძლებლობები აქვს. აქტიურის საპირისპიროდ, პასიური ლექსიკა უფრო შეზღუდულად იხმარება, მას განეკუთვნება იშვიათი რეალიების აღმნიშვნელი ერთეულები, საკუთარი სახელები, ისეთი ლექსემები, რომლებიც ენობრივი კოლექტივის მხოლოდ ზოგიერთი წევრისთვის არის ცნობილი: ტერმინები, მოძველებული ლექსემები, აგრეთვე ექსპრესიული, სტილისტიკურად მარკირებული ლექსიკა და მისთანები.

აქტიურ და პასიურ ლექსიკას შორის ზღვარი პირობითია და ისტორიულად ცვალებადი, ნაკლები სიხშირის მქონე ერთეული დროთა განმავლობაში შეიძლება გააქტიურდეს, ხოლო ხშირად გამოყენებადი იშვიათი გახდეს.

ლექსემები, რომლებიც ჯერ არ დამკვიდრებულა ენაში, ან ლექსემები, რომელთა გამოყენებაც უკვე აღარ არის აუცილებელი თავიანთი სიძველის გამო, პასიურ ლექსიკას განეკუთვნება. ეს ლექსიკური ერთეულები იყოფა მოძველებულ ლექსემებად და ნეოლოგიზმებად.

ნეოლოგიზმები (ბერძნ. Neos - „ახალი“, logos - „სიტყვა“) ლექსიკური ერთეულებია, რომლებიც მოცემულ ენაში გაჩნდა არაუადრეს ბოლო ათწლეულისა და მოლაპარაკეთა მიერ აღიქმება, როგორც ახალი. ნეოლოგიზმი ესაა ახალი სიტყვა, რომელიც შემოდის ენაში, ახალი საგნებისა და მოვლენების აღსანიშნავად. ამდენად, ნეოლოგიზმების მთავარი ფუნქცია ადრე არარსებული საგნებისა და მოვლენების გამოხატვაა. ის ხშირ შემთხვევაში დაკავშირებულია მეცნიერულ აღმოჩენებთან, ტექნიკის განვითარებასთან, მწერლის ინდივიდუალურ სტილთან. „ნეოლოგიზმად ენობრივი ნიშანი მხოლოდ ლექსიკონებში დაფიქსირებამდე ჩაითვლება, ხოლო მაშინ, როცა ნეოლოგიზმი აღარავისთვის არის ახალი, შეიძლება ითქვას, რომ ის ენის ლექსიკური ფონდის სანქცირებული წევრი ხდება და, შესაბამისად, ნეოლოგიზმის სტატუსის არმქონეა“ (გამყრელიძე, 2003:388).

ნეოლოგიზმის გაგება დროში შემოსაზღვრული და შედარებითია. საერთოენობრივი ნეოლოგიზმების გვერდით შეიძლება, შეგვხვდეს ავტორისეული ნეოლოგიზმებიც, რომლებიც ავტორთა მიერ განსაზღვრული მხატვრული მიზნებით

იქმნება. ამის გარდა, არსებობს **ინდივიდუალური ნეოლოგიზმები**, რომლებიც შეიძლება ნებისმიერმა ინდივიდმა ზეპირმეტყველებისას შექმნას.

ნეოლოგიზმების წარმოქმნა ექსტრალინგვისტური ფაქტორებით, ჩვეულებრივ, ახალი ობიექტების გაჩენით არის განპირობებული, ეს ერთეულები ენაში მოქმედი წესების მიხედვით იქმნება უკვე არსებული მორფემებისა და ლექსემების საფუძველზე, ან შემოდის სესხების გზით, ისინი ხშირად მოდურ რეალიებს (ტანსაცმელს, ცეკვებს, ვარცხნილობას და მისთ.) აღნიშნავენ.

ნეოლოგიზმები ძალიან სწრაფად კარგავენ სიახლეს და შედიან ლექსიკის აქტიურ ნაწილში ან შეიძლება მოძველებულ ლექსიკურ ერთეულებად იქცნენ, როგორც, მაგალითად, **კოლმეურნეობა, ტვისტი (ცეკვა)** და სხვა.

ნეოლოგიზმები მრავალმხრივ საკვლევ მასალას იძლევა. მიუხედავად იმ ფაქტისა, რომ თავად ტერმინი ნეოლოგიზმი არ არის ახალი, მას მაინც არ აქვს ერთადერთი კონკრეტული განმარტება. ლინგვისტური ნეოლოგია საკმაოდ დიდი სისტემაა, რომელიც უამრავი ქვესისტემისაგან შედგება. ის საკმაოდ ფართო გაგებისაა და მოიცავს ტერმინებს, სლენგს, აბრევიატურას, ბარბარიზმებს, ანგლიციზმებს, მეტაფორულ გამონათქვამებს, ყველა იმ ლექსიკურ ერთეულს, რომლებიც ახალია, ან შეიძინეს ახალი, დამატებითი მნიშვნელობა. ნეოლოგია ეხება როგორც ენის გრამატიკულ, ასევე ლექსიკურ ასპექტებს, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ის გაცილებით უფრო ფართოდ აისახა ენის ლექსიკურ შრეში.

ლექსიკა ენის ყველაზე ცვალებადი კომპონენტია. ენაში არსებულ ლექსიკურ ერთეულებს ენათმეცნიერების განშტოება - ლექსიკოლოგია შეისწავლის. ლექსიკოლოგ რ. ს. გინსბურგის წიგნში "A Course in Modern English Lexicology" ლექსიკოლოგიის შესწავლის საგანი შემდეგნაირად არის განსაზღვრული: „ლექსიკოლოგია შეისწავლის სხვადასხვა ლექსიკურ ერთეულს: მორფემებს, სიტყვებს, ფორმაცვალებად სიტყვათა ჯგუფებს და ფრაზეოლოგიურ ერთეულებს“. ავტორის მიხედვით, „ენის სისტემაში, სიტყვა სტრუქტურულ და სემანტიკურ ერთეულად განიხილება“ (გინსბურგი, 1979:9). სიტყვის ამ კუთხით განხილვა

საშუალებას იძლევა, დახარისხდეს ისინი სტრუქტურული და სემანტიკური მახასიათებლებით. მორფემები, სიტყვები, სიტყვათა ჯგუფები და ფრაზეოლოგიური ერთეულები, თავის მხრივ, ქმნიან ერთ-ერთ საყურადღებო ასპექტს ენის განვითარებისთვის.

არსებობს სიტყვის შექმნის რამდენიმე გზა:

❖ **სახელდება- სახელის მინიჭება** - ზოგიერთი ნეოლოგიზმი უბრალოდ იქმნება რაღაც ახალი საგნის სახელდებისთვის. ასე მაგალითად, მურეი მენიმ სუბატომურ ნაწილაკებს მიაგნო, იგი იძულებული გახდა სახელი მოეფიქრებინა მათთვის. მან უწოდა მათ არარსებული, მის მიერ შეთხზული სიტყვა “*quark*”(ფიზ. კვარკი) ი. ჯაზ ბენდმა დაარქვა 40-იანი წლების ცეკვას “*bebop*”- ი. ახლა კი გვაქვს „hiphop”(ჰიპჰოპი).

❖ **შეერთება** - ახალი სიტყვების უდიდესი ნაწილი იქმნება ორი სიტყვის შეერთებით. ყველა სიტყვა ოდესმე იყო ნეოლოგიზმი, ინგლისური სიტყვების უმრავლესობა წარმოდგენილია ლათინური, არაბული, ბერძნული და სხვა უძველესი ენების სიტყვათა შეერთებით.

❖ **კომბინირება** მსგავსია შეერთებისა. ეს არის პროცესი, როცა ორი სიტყვა უერთდება ერთმანეთს და ორივე თავის მნიშვნელობას ინარჩუნებს. ასეთი სიტყვაა “*jobstacle*,” რაც ნიშნავს ნებისმიერ დაბრკოლებას, რომელიც ადამიანს ხელს უშლის საქმის კეთებისას.

❖ **აღწერილობა** - ზოგიერთი ნეოლოგიზმი აღწერს ახალ ცნებას. მაგალითად, როცა კომპიუტერის პროგრამისტებმა შექმნეს სიმბოლო „/“ , მას უწოდეს “*backslash*“, რომელიც აღწერს მის თვისებას, განაცალკევოს სიტყვები ერთმანეთისგან.

❖ **შემოკლება** - ზოგიერთი სიტყვა ორიგინალი ტერმინის შემოკლებულ ვარიანტს წარმოადგენს. მაგალითად: “*carb*” ნაცვლად carbohydrate - ისა “*phone*” - telephone, “*email*” - electronic mail, “*weblog*” (შემოკლება World Wide Web and log) უფრო შემოკლდა და გახდა “*blog*,” როგორც “*sitcom*”

(situation comedy),” *“modem”* (modulation and demodulation) and *“defcon”*(defense condition) მიღებულია ორი სიტყვის შემოკლებით.

❖ **გავრცობა** - ნეოლოგიზმები იქმნება სიტყვის წინა ან ბოლო ნაწილის გავრცობით. მე-18 საუკუნეში ავტორმა ჰორას ვალპომა განავრცო სიტყვა „Serendip” - ი (უძველესი სახელი Sri Lanca - ს) და მიიღო ახალი ტერმინი “Serendipity,” რომლიც დღეს ფართოდ გამოიყენება ინგლისურ ენაში (ტერმინი ნიშნავს, „წააწყდე რაიმეს შემთხვევით“).

❖ **აკრონიმები** - სახელმწიფო, ტექნოლოგიური და ორგანიზაციული დასახელებები ძირითადად წარმოგვიდგება აკრონიმების სახით, ინიციალებით. მაგ: ASAP, FYI, NASA. თუმცა აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ ზოგიერთი სწრაფად შეითვისეს. მაგ: სამხედრო აკრონიმი “G. P.” - General purpose vehicle) დღესდღეობით მოიხსენიება როგორც - “jeep” და დღეს უკვე ერთ-ერთი ბრენდის სახელწოდებაც გახდა. ამ სახის სხვა მაგალითებია: *“scuba,” “laser,” and “snafu.”*

❖ **დერივაცია** - ზოგჯერ სიტყვა განიცდის ევოლუციას, ვითარდება. სიტყვის ევოლუცია კარგად ჩანს არსებით სახელში “google”. დღესდღეობით სიტყვა „google” გამოიყენება უკვე როგორც ზმნა “to google”, თუმცა მისი პირვანდელი გამოყენება უკავშირდება მათემატიკოს ე. კასნერის სახელს. (“googol”, ციფრი 10-ის 100 ხარისხი). დღეს უკვე ქართულშიც კი გამოვიყენებთ სიტყვა „დაგუგლვას“ როგორც ზმნას, ნაწარმოებს არსებითი სახელიდან „გუგლი“.

❖ **შემთხვევითი** - ზოგჯერ სიტყვები შემთხვევით გაიჟღერებს ხოლმე, ადამიანი შემთხვევით გაისვრის რაღაც სიტყვას, რომელსაც შემდგომ აითვისებს პოპულარული კულტურა. მაგალითად: Your grandpa smoked a *“stogie”* despite your grandma’s *“phooey”* reaction (ორივე სიტყვა შექმნილია სპონტანურად). And today, *“gnarly”* people are *“jones’n”* (არა “jonesing”) for whatever *“fix”* they crave. იხ. წყარო №5

ნეოლოგიზმები შეიძლება იწარმოოს:

1. ენაში არსებული სიტყვათწარმოების წესების მიხედვით – ახალი სიტყვების შექმნა მორფემების გზით, სიტყვებზე პრეფიქს-სუფიქსების დამატებით.

2. სხვა ენის სიტყვების მიხედვით/სესხებით (ვაუჩერი, თოქშოუ, კასტინგი, სპონსორი და ა.შ.).

როგორც უკვე ითქვა, ქართული ენის ლექსიკური ფონდი გამუდმებით იზრდება, სიტყვები, რომლებიც ლექსიკურ მარაგს ემატება, შეიძლება ნასესხები იყოს უცხო ენიდან, ან შექმნილი იყოს ენაში უკვე არსებული მორფემების საფუძველზე.

ნეოლოგიზმთა უმეტესობა ენაში შემოდის ტრანსლიტერაციის გზით. (ტრანსლიტერაცია (ტრანს... და ლათ. littera – ასო) — ერთი დამწერლობის ასოების გადატანა სხვა დამწერლობის ასოებით). ტრანსლიტერაცია არ გულისხმობს ასოთა მექანიკურ შენაცვლებას, იგი ითვალისწინებს სიტყვის ჟღერადობის ცვლასაც.

ქვემოთ მოვიყვანთ ყველაზე პოპულარულ მაგალითებს, რომელთა მიხედვითაც დავინახავთ გლობალიზაციის გავლენას ქართულ ენობრივ სურათზე და მის როლს ნეოლოგიზმების გავრცელებაში.

<u>ნეოლოგიზმები</u>		<u>საწყისი სახე</u>		<u>განმარტება</u>
1. ბლოკბასტერი	-	Blockbuster	-	წარმატებული ფილმი
2. ბილბორდი	-	Billboard	-	დიდი ზომის გარეთა რეკლამა
3. ვინჩესტერი	-	Winchester	-	მყარი მაგნიტური დისკების დასახელება
4. ინსტალაცია	-	Installation	-	პროგრამის დაყენება
5. კერლინგი	-	Curling	-	სპორტული თამაში

6. პანელი	-	Panel	-	დიდი ფორმატის ფოტო
7. სპამი	-	Spam	-	მიმღების თანხმობის გარეშე ელექტრონული ფოსტით გაგზავნილი სარეკლამო გზავნილი
8. დი-ჯეი	-	DJ (disc jockey)	-	ადამიანი, რომელიც არჩევს და უკრავს წინასწარ ჩაწერილ მუსიკას გამიზნული აუდიტორიისათვის
9. პარკინგი	-	Parking	-	ავტომანქანებისათვის განკუთვნილი სადგომი ადგილი
10. ვორქშოპი	-	Workshop	-	სამუშაო შეხვედრა
11. დედლაინი	-	Deadline	-	ბოლო ვადა
12. სფიჩი	-	Speech	-	სიტყვით გამოსვლა
13. დესტინაცია	-	Destination	-	დანიშნულების ადგილი
14. ქვიზი	-	Quiz	-	მოკლე ტესტი
15. ბლოგი	-	Blog	-	საიტი, სადაც ქვეყნდება ავტორთა კომენტარები სხვადასხვა

თემასთან დაკავშირებით

16. ფლეისთეიშენი - Playstation - სათამაშო კომპიუტერი, რომელიც

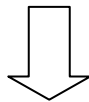
უერთდება ტელევიზორს

17. იქსბოქსი - Xbox - სათამაშო კონსოლი

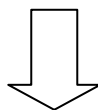
აღნიშნული მაგალითები ცხადყოფს ინგლისური ენის გავლენას ქართულ ენაზე. მართალია, ნეოლოგიზმები სწრაფად ვერ მკვიდრდება ლექსიკონებში, თუმცა ზეპირ მეტყველებაში ძალიან ხშირად გამოიყენება. ენაში მიმდინარე ეს ძვრები გლობალიზაციამ კიდევ უფრო დააჩქარა.

გვსურს აქვე ვისაუბროთ ნეოლოგიზმების ევოლუციაზე. ახალ შექმნილ სიტყვას, ან ნასესხებს, რომელიც ენაში შემოდის, უხდება განვითარების რამდენიმე საფეხურის გავლა. ესენია:

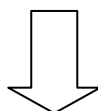
✓ **არამდგრადი (არასტაბილური) საფეხური** - გამოყენებული ადამიანთა მცირე ჯგუფების მიერ (მაგ: ფრისბი).



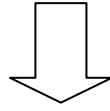
✓ **გავრცელებული** - სიტყვა ხშირად გამოიყენება, მაგრამ ჯერ არ მოუპოვებია ფართო აღიარება (**რენტაბელური, ივენთი, ფართი**).



✓ **მდგრადი** - ფართოდ გამოყენებადი, მოდური, პოპულარული, რომელმაც დიდი ხანია აღიარება მოიპოვა (**კომპიუტერი, ქსეროქსი, პრინტერი**).



✓ **მომველებული** - სიტყვა გათავისუფლდა სიახლის შეგრძნებისგან, თავი დაიმკვიდრა ენაშიც (**ინტელექტი, კლიენტი, კომერციული**).



✓ **განვლილი პერიოდი**, როცა ნეოლოგიზმი კულტურულად მოძველდა და მის გამოყენებას ერიდებიან (**ისტორიზმები**- პიონერი, კოლმეურნეობა).

ნეოლოგიზმები არსებობს უძველესი დროიდან და ისინი გამუდმებით მნიშვნელოვანია ყველა სფეროში, უფრო მეტიც, ისინი ასახავენ ენის დინამიკურობას და კრეატიულობას. ნეოლოგიზმები ჩნდება ყველა სფეროში, ყველაზე დიდი როლი კი ნეოლოგიზმების შექმნაში ითამაშა მსოფლიოში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესებმა და ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ, რაც ყველაზე კარგად აისახება ახალგაზრდების მეტყველებაში.

1.4. სესხების როლი ლინგვისტურ ნეოლოგიზაციაში

აკად. თ. გამყრელიძე ლინგვისტურ ნეოლოგიზაციაში სესხების როლის შესახებ წერს: „ნეოლოგიზმებსა და ნასესხებ სიტყვათა შორის ურთიერთკავშირი იმდენად არსებობს, რამდენადაც ნეოლოგიზმების წარმოქმნა ექსტრალინგვისტური ფაქტორებით, ჩვეულებრივ, ახალი ობიექტების გაჩენით არის განპირობებული. ეს ერთეულები ენაში მოქმედი წესების მიხედვით იქმნება უკვე არსებული მორფემებისა და ლექსემების საფუძველზე ან შემოდის სესხების გზით“ (გამყრელიძე, 2003:389).

ინგლისური ენა, როგორც მსოფლიო „ლინგვა ფრანკა“, საქართველოშიც, როგორც სხვა დანარჩენ ქვეყნებში, მნიშვნელოვან ფენომენს წარმოადგენს. სწორედ ეს ხდება მიზეზი იმისა, რომ თანამედროვე ქართულ ენაში ინგლისურიდან უხვად და საკმაოდ სწრაფი ტემპით შემოდის და მკვიდრდება ნეოლოგიზმები.

ნეოლოგიზმი ერთი ენიდან მეორეში გადასვლისას ენის გარკვეულ კანონზომიერებებს ექვემდებარება. ნეოლოგიზმი, შესაძლოა, დამხვედრი ენის ყალიბის მიხედვით წარმოებული (ჩიბ-ი, კოლაპს-ი, დისკ-ი...) ან ნასესხები იყოს იმავე ფორმით, როგორც ორიგინალში გვხვდება (მენიუ, პრომო...).

ზოგადად ენაში უცხო სიტყვის სესხების ორი გზა არსებობს: ზეპირი და წერილობითი, რომელთა ურთიერთმიმართება იმის დასტურია, რომ უცხო ენიდან შემოსული სიტყვების დამკვიდრების ფორმები დამოკიდებულია როგორც სამეტყველო, ისე წერილობით მხარეებზე.

ხალხთა შორის აქტიური კონტაქტები იწვევს ენობრივ ერთეულთა ერთი ენიდან მეორეში სესხებას. მსესხებელ ენაში ამ გზით ჩნდება ახალი ენობრივი ერთეულები. თანამედროვე ქართულ ენაში ინგლისურიდან შემოსული მრავალი სიტყვა ზეპირმეტყველებიდან წერილობით მეტყველებაშია გადასული. სინქრონიულ ასპექტში შეიძლება ვისაუბროთ სესხების შედეგებზე: ერთმანეთს უპირისპირდება მკვიდრი და ნასესხები ენობრივი ერთეულები.

დღეს ლექსიკური ერთეულები უხვი რაოდენობით შემოედინება ქართულ ენაში იმ ჟღერადობით და ხშირად იმავე ფორმით (როდესაც ხდება სიტყვათა ჩაწერა ბილინგვური ხასიათის გაფორმებით ჩაილი -file, ფლეშკა- flash ca(rd), ენაში შესაბამისი ბგერის არარსებობის გამო) როგორც ისინი ჟღერს საწყის ენაში. სიტყვის სესხებისას საყურადღებოა მისი გადმოღების ფორმაც.

ნეოლოგიზმები ფორმისა და აგებულების მიხედვით ორი სახისაა: **მარტივი და რთული**. მარტივი აგებულებისაა ნეოლოგიზმი, რომელიც ერთი ძირისაგან შედგება (პოსტი - post, სპამი - spam), ხოლო რთული აგებულებისაა ნეოლოგიზმი, რომელიც ორი ან მეტი ძირისაგან შედგება (ბარმენი - barman, ბელბოი - bellboy, ბექოფისი - back office).

სესხების დროს ხდება ფონეტიკური და გრამატიკული სუბსტიტუცია, ჩანაცვლება – ენობრივი ერთეული იძენს ნაწილობრივ ახალ გამოხატულებასა და შინაარსს, ნასესხობა ზოგჯერ იმდენად მიესადაგება მსესხებელი ენის სისტემას, რომ მისი უცხოური წარმომავლობა შეიძლება დადგინდეს მხოლოდ ეტიმოლოგიური ანალიზის შედეგად. ნასესხები ენობრივი ერთეულის ადაპტაციის, ანუ მსესხებელი ენის სისტემისადმი შეგუების, მისადაგების ხარისხს განსაზღვრავს ამ ერთეულის ხმარების სიხშირე და ზოგიერთი სხვა ფაქტორი. პირობითად შეიძლება გამოვყოთ ნასესხობათა სამი ჯგუფი:

1. სრულად ადაპტირებული - ისინი არაფრით გამოირჩევიან მკვიდრი ერთეულებისგან, დაშორებული არიან პირველწყაროს. ასეთმა ნასესხობამ შეიძლება განდევნოს მკვიდრი ერთეული.

2. ნაწილობრივ ადაპტირებული - ამ დროს ლექსემებს შეიძლება შენარჩუნებული ჰქონდეთ ფონეტიკური ან გრამატიკული თვისებები.

3. არაადაპტირებული - ისინი მკვიდრი ერთეულებისგან გამოირჩევიან ბგერითი, ორთოგრაფიული, სემანტიკური, გრამატიკული ნიშნებით. ძირითადად, აღნიშნავენ უცხო რეალიებს ან განეკუთვნებიან სპეციალურ ტერმინოლოგიურ ლექსიკას (გამყრელიძე, 2003:390).

შეიძლება დავასკვნათ, რომ ახალი სიტყვები კულტურის ზრდისა და განვითარების ნიშანია. ახალ აღმოჩენებთან, ახალ ტექნოლოგიებთან, ახალ გაგებასთან ერთად საჭირო ხდება ახალი ტერმინების შექმნა, რათა სათანადოდ აღიწეროს ისინი. ზოგიერთი სიტყვა ძველდება, „ცვდება“ და საჭირო ხდება მათი განახლება. სხვადასხვა ჯგუფი (სპორტი, მუსიკოსები, ბენდები და სხვ.) ხშირად ქმნის სიტყვებს და ფრაზებს, რომლებიც ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში იჭრება. ამ და სხვა წყაროებს მოაქვთ გამუდმებით ნეოლოგიზმების უხვი „მოსავალი“. ეს პროცესი მზარდია, რასაც კიდევ უფრო ამძაფრებს გლობალიზაციის დღევანდელი სურათი. უნდა შეიქმნას გარკვეული მიდგომა, ენობრივი პოლიტიკა მიმდინარე პროცესებზე, რაც უფრო დინამიკურს და კანონზომიერ იერსახეს მისცემს მიმდინარე ძვრებს.

თავი II

ოკაზიონალიზმების არსი და კლასიფიკაცია

2.1. ენის ლექსიკური ფონდის დინამიკურობა

ოკაზიონალიზმი წარმოადგენს რგოლს ენობრივი ახალწარმონაქმნების ჯაჭვში: „პოტენციური სიტყვა - ოკაზიონალიზმი - ნეოლოგიზმი.“ დავახასიათოთ თითოეული მათგანი.

2.1.1. პოტენციური სიტყვა. ლინგვისტებს პოტენციური სიტყვის ცნებაზე სხვადასხვა შეხედულება აქვთ.

პოტენციურად შეიძლება ჩაითვალოს სიტყვები, რომლებიც შეიძლება იწარმოებოდეს არსებული მოდელების მეშვეობით ან სიტყვები, რომლებიც უკვე შექმნილია, მაგრამ ჯერ არ შესულან ენაში. გ. ო. ვინოკურმა პოტენციურ სიტყვებს მიაკუთვნა „ისინი, რომლებსაც აქვთ წარმოქმნის უნარი, თუკი ამის აუცილებლობა გაჩნდება“ (ვინოკური, 2009:43). ო. ა. ახმანოვა პოტენციურად თვლიდა „სიტყვას, ჯერ კიდევ გამოუყენებელს მეტყველებაში, მაგრამ აუცილებლობის შემთხვევაში შესაძლებელი იქნებოდა მისი მიღება პროდუქტიული სიტყვათწარმოების მოდელის მიხედვით“ (ახმანოვა, 1969:32).

ლინგვისტიკაში არსებობს პოტენციური სიტყვების სხვა დეფინიციაც, რომლის მიხედვითაც ისინი თავიანთი მნიშვნელობით ოკაზიონალიზმებს უახლოვდებიან. პოტენციური ეწოდება ისეთ სიტყვას, რომელიც იწარმოება სიტყვაწარმოებით მოდელებზე დაყრდნობით, მაგრამ ჯერ კიდევ არ წარმოადგენს აქტუალური ლექსიკის შემადგენელ ნაწილს, შესაბამისად, არ არის დაფიქსირებული ლექსიკოგრაფიულ ცნობარებში. ზოგიერთი ლინგვისტი პოტენციური სიტყვების შიდა დიფერენციაციასაც იძლევა: „პოტენციური სიტყვები იმის მიხედვით უნდა განვასხვაოთ, იქმნებიან თუ არა ისინი მხოლოდ და მხოლოდ ერთი კონკრეტული ტექსტისთვის და ზოგიერთ შემთხვევაში მხოლოდ ამ ტექსტში არიან გასაგები

(ოკაზიონალიზმები), თუ მოსალოდნელია მათი შემდგომი გამოყენება და გადასვლა უზუალურ სიტყვათა ჯგუფში (ნეოლოგიზმები)“ (პეშელი, 2002:5).

სიტყვა „პოტენციურის“ მნიშვნელობა მიუთითებს იმაზე, რომ ის შეიძლება გამოიყენებოდეს მხოლოდ იმ ლექსიკური ერთეულების მიმართ, რომლებიც ამჟამად ენაში არ არსებობენ, მაგრამ შეიძლება გაჩნდნენ აუცილებლობის შემთხვევაში (იხ. ამ დიდ აკადემიურ ლექსიკონში ეს სიტყვა ასეა განმარტებული: „არსებული პოტენციაში; ფარული, ჯერ კიდევ გამოუჩენელი, მაგრამ გარკვეულ განსაზღვრულ პირობებში გამზადებულია გამოსაჩენად“)(დიდი ინგლისური ლექსიკონი, გვ. 10).

„პოტენციური“ შესაძლებელია ეწოდოს სიტყვას, რომელიც არ ყოფილა და არც არის ენაში, მაგრამ შეიძლება ლიტერატურული ენის შემადგენლობაში შევიდეს განსაზღვრული ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტური პირობების გამო.

„ახალი სიტყვისა“ და „ოკაზიონალური სიტყვის“ შედარებისას აზრთა სხვადასხვაობის არსებობის ერთ-ერთი მიზეზია მკვლევართა მიერ ახალი სიტყვების დაყოფა ოკაზიონალურად და პოტენციურად.

თანამედროვე მკვლევრები (ე. ა. ზემსკაია, ე.ი. ხანპირა და სხვ.) იყენებენ ტერმინ „პოტენციურს“ იმ სიტყვების მიმართ, რომელიც შექმნილია ინდივიდუალური მეტყველებითი აქტის პროცესში მხოლოდ პროდუქტიული მოდელით და უპირისპირებენ მოცემულ სიტყვებს ოკაზიონალურს, შექმნილს „ნაკლებპროდუქტიული/არაპროდუქტიული და ხანდახან საერთოდ ენისათვის უცნობი (ოკაზიონალური) სიტყვათწარმოქმნითი მოდელის მეშვეობით“ (ხანპირა, 1998:21).

მკვლევრები (გ.ო. ვინოკური, ა. ვ. გორელკინა, ე.ი. ხანპირა) ოკაზიონალიზმებად მიიჩნევენ როგორც **პოტენციურ** (წარმოქმნილი პროდუქტიული მოდელებით), ასევე **ოკაზიონალურ სიტყვებს** (ტერმინის ვიწრო გაგება- ისინი შექმნილია არაპროდუქტიული ენობრივი ან მეტყველებითი მოდელებით). ასეთი გაერთიანება ახალწარმონაქმნებისა არაა მართებული იმიტომ, რომ სიტყვათა არც ერთი ჯგუფი არ არსებობს ენაში და მათი შექმნა განპირობებულია განსაზღვრული ფუნქციურ-

სტილისტიკური აუცილებლობით (ვინოგრადოვა, 2001; გორელკინა, 1999; ხანპირა, 1972).

2.1.2. ოკაზიონალიზმები

ლინგვისტური ტერმინი **ოკაზიონალიზმი** (ლათ. occasio - „შემთხვევითობა“) პირველად გამოიყენა გერმანელმა ფილოლოგმა გ. პაულმა 1880 წელს, თუმცა ყველა ახალ ნაწარმოებ სიტყვას მაინც ნეოლოგიზმად განიხილავდნენ, მანამ სანამ ოკაზიონალიზმი კვლავ არ გამოჩნდა ნ. ი. ფელდმანის სტატიაში „ოკაზიონალური სიტყვები და ლექსიკოგრაფია“. მკვლევარი წერდა: „ოკაზიონალურად მე მივიჩნევ სიტყვას, წარმოქმნილს, ენის მცირედ პროდუქტიული ან არაპროდუქტიული მოდელის მიხედვით, შექმნილს განსაზღვრული შემთხვევისთვის ან ჩვეულებრივი შეტყობინების მიზნით, ან კიდევ მხატვრული თვალსაზრისით. პოტენციური სიტყვის მსგავსად ოკაზიონალური სიტყვა არის შეტყველების და არა ენის ფაქტი“ (ფელდმანი, 1957:65). ასეთი სიტყვები ჩვეულებრივ განიხილებიან, როგორც „occasional“ (შემთხვევითი) ან „nonce-words“ (აბსურდულ) სიტყვებად. თვით ტერმინიც კარგად ასახავს მათ რაობას, ესაა შემთხვევით შექმნილი, სხვადასხვა ფაქტორით განაპირობებული სიტყვები.

მოცემულ ნაშრომში სამუშაო ტერმინად გამოყენებულია სიტყვა **ოკაზიონალიზმი**, მაგრამ სამეცნიერო ლიტერატურაში მოცემულ პრობლემატიკაზე საუბრისას გვხვდება სხვა ტერმინებიც: „მწერლის მიერ ნაწარმოები სიტყვები“, „მხატვრული ნეოლოგიზმები“, „შემოქმედებითი ნეოლოგიზმები“, „სტილისტიკური ნეოლოგიზმები“, „ინდივიდუალური ნეოლოგიზმები“, „თვითნაკეთი სიტყვები“, „სიტყვა-მეტეორები“, „ერთდღიანი სიტყვები“, „ეგოლოგიზმები“, „ინდივიდუალურ-საავტორი სიტყვები“, „ეფემერული ინოვაციები“. როგორც მოცემული ტერმინოლოგიური რიგიდან ჩანს, ზოგი მეცნიერი მიისწრაფვის ხაზი გაუსვას იმას, რომ ოკაზიონალიზმები არის ავტორის მიერ შექმნილი სიტყვები („ეგოლოგიზმები“ „თვითნაკეთი სიტყვები“), სხვები მათი არსებობის მოკლევადიანობაზე მიუთითებენ. („სიტყვა-მეტეორები“, „ერთდღიანი სიტყვები“). მესამენი შესაძლებლად თვლიან გამოიყენონ ტერმინი „ნეოლოგიზმი“ (მხატვრული, შემოქმედებითი,

ინდივიდუალური, სტილისტიკური), მაგრამ მისი სახეობები სრულიად არ მიჯნავს ოკაზიონალიზმებს ნეოლოგიზმებისაგან. რაც შეეხება ტერმინ „ოკაზიონალიზმს, ის არის ყველაზე უფრო მოკლე, შინაარსობრივად განსაზღვრული და ყველაზე გავრცელებულია შესაბამისი მიმართულების სამეცნიერო ლიტერატურაში.

ინგლისურ ენაში ოკაზიონალიზმის აღსანიშნავად გამოიყენებენ: **occasionalisms, occasional words, nonce words, coinage, authorial words (authorisms), a literary neologism** და **neologisms**-საც კი. ეს ყველაფერი გამოწვეული უნდა იყოს, ერთი მხრივ, ოკაზიონალიზმის მრავალფეროვანი ბუნებით, მეორე მხრივ კი, იმ გარემოებით, რომ მკვლევარი იმის მიხედვით ირჩევს ერთ-ერთ რომელიმე ტერმინს, ამ ენობრივი მოვლენის რომელი ასპექტიც არის მისთვის მოცემულ მომენტში რელევანტური. გაუმართლებელი იქნებოდა, გვეფიქრა, რომ ყველა ოკაზიონალიზმი მხოლოდ ერთჯერადად გამოიყენება, ან ყველამ შეიძლება გაიაროს ლექსიკალიზაციის პროცესი და ნეოლოგიზმად ჩამოყალიბდეს.

საჭიროა ჩამოვთვალოთ მნიშვნელოვანი ფაქტები ოკაზიონალურობის თეორიის შესახებ:

- ოკაზიონალური (სიტყვა, სიტყვათშეთანხმება, ბგერათშეთანხმება, სინტაქსური წარმოქმნი) - არა უზუალური, შეუსაბამო ზოგადი გამოყენებისთვის. მისთვის დამახასიათებელია ავტორისეული, ინდივიდუალური გემოვნება და გამოიყენება სპეციფიკურ კონტექსტში“ (ახმანოვა, 1969: 284).
- ოკაზიონალიზმი, როგორც მეტყველების ფაქტი, გამოხატავს ენის სისტემის სემანტიკურ, სიტყვათწარმოქმნით და გრამატიკულ შესაძლებლობებს.
- ოკაზიონალიზმები შეიძლება შეიქმნას ნორმატიული სიტყვაწარმოებითი მოდელების მიხედვით და ნორმების დარღვევითაც კი.
- ნებისმიერი სიტყვა თავის მნიშვნელობას ავლენს კონტექსტში, მაგრამ ოკაზიონალური სიტყვები საჭიროებს ე. წ. მწარმოებლურ, ჩამომყალიბებელ კონტექსტს (კონტექსტი, რომელიც წარმოქმნის მათ).
- ოკაზიონალიზმები მაღალმხატვრული, ესთეტიკური ფასეულობის მქონეა, რომელიც გამოირჩევა განსაკუთრებული სემანტიკური მოცულობით.

ფსიქიატრიაში ტერმინი „ოკაზიონალიზმი“ გამოიყენება როგორც სიტყვა, რომელსაც მხოლოდ მისი გამოყენებლისთვის აქვს მნიშვნელობა. ეს მოსაზრება ძირითადად ბავშვების შემთხვევაშია გამართლებული, სადაც ოკაზიონალიზმების შექმნას ერთი მხრივ საბავშვო ასაკს მიაწერენ, თუმცა ფსიქიკური აშლილობის მქონე მოზრდილებშიც კი ხშირია ასეთი შემთხვევები. უფრო მეტიც, შიზოფრენიით დაავადებული ადამიანები ოკაზიონალური სიტყვებისგან ქმნიან ე. წ. „შემლილ ტექსტებს“, რომელთაც ლინგვისტიკაში „სიტყვათა სალათს“ უწოდებენ. ისინი შეიძლება აწარმოონ აუტიზმის მქონე ადამიანებმაც.

ე. ა. ზემსკაია ვერ ხედავს პრინციპულ განსხვავებას ავტორისეულ ოკაზიონალიზმებსა და სიტუაციურ-საბავშვო და სალაპარაკო ოკაზიონალიზმებს შორის. მისი აზრით, ამ სფეროებში უხვადაა ოკაზიონალიზმები (ზემსკაია, 1973:229).

ნ. ა. იანკო-ტრინიცკაია ვარაუდობს, რომ ნებისმიერი სიტყვა გადის ოკაზიონალურობის სტადიას. იგი წერს: „შესაძლებელია ოკაზიონალურობა თითოეული სიტყვის სიცოცხლის საწყისი ეტაპია, ოკაზიონალური სიტყვათწარმოქმნა არის ბუნებრივი მოვლენა ნებისმიერი ცოცხალი ენისა.“ ოკაზიონალური სიტყვა გვიჩვენებს „იმ სემანტიკურ საზღვრებს, რომლებშიც შესაძლებელია სიტყვების წარმოქმნა ამა თუ იმ ფორმატით“ (ტრინიცკაია, 1975:143).

ტერმინი „ოკაზიონალიზმი“ ასევე გამოიყენა ჰ. პაულმა (პაული, 1960:93-139) თავის ნაშრომში „Principles of the history of language“. მან მიიჩნია, რომ ჩვეულებრივი სიტყვა პოლისემიურია, ხოლო ოკაზიონალური სიტყვა - ყოველთვის მონოსემიური, ამავდროულად ის უფრო ექსპრესიულია, ვიდრე ჩვეულებრივი სიტყვა.

ნ. ფელდმანის (ფელდმანი, 1957:63-71) აზრით, სწორედ ისეთი სიტყვები, რომლებიც ჩნდება უჩვეულო კომბინაციის შედეგად სიტყვათწარმოების ელემენტების გამოყენებით, ან ეყრდნობიან უჩვეულო სიტყვათწარმოების მოდელებს, არის ოკაზიონალიზმები.

მართებულია ასევე ნ. დ. გოლევის მტკიცებულება, რომლის მიხედვითაც „თითოეულ სიტყვას თავისი კონკრეტული ავტორი ჰყავს, რომელიც ქმნის მას

განსაზღვრულ დროსა და განსაზღვრულ პირობებში“ (გოლევა, 1979:24). ეს აზრი ახლოსაა ბ. ა. სერებრენნიკოვის აზრთან: „ნებისმიერი ინოვაცია მოითხოვს ინიციატივას, რომელსაც არ შეუძლია წარმოიქმნას მოცემული საზოგადოების ყველა წევრთან ერთდროულად და იყოს სავსებით ერთნაირი თავისი შინაარსით, მიმართულებით და ა.შ.“ (სერებრენნიკოვი, 1977:91).

ოკაზიონალურობის თანამედროვე თეორიაში დისკუსიას იწვევს საკითხი ოკაზიონალური და პოტენციური ახალწარმონაქმნების დამოკიდებულების შესახებ, რომელსაც გადაჭრის ორი შესაძლო ვარიანტი აქვს:

1. ყველა მეტყველებითი წარმონაქმნი არის ოკაზიონალური, მიუხედავად იმისა, ისინი შექმნილია ენის დერივაციული კანონის მიხედვით თუ ამ კანონების დარღვევით, ასეთი გადაწყვეტილებისას პოტენციური სიტყვები წარმოადგენს ოკაზიონალური სიტყვების ნაირსახეობას.

2. მეტყველებით ახალწარმონაქმნებს შორის საჭიროა გავარჩიოთ პოტენციური სიტყვები, როგორც ენობრივი ნორმის შესაბამისი და ოკაზიონალური წარმონაქმნები, რომლებიც ენობრივი ნორმის შეუსაბამოა.

აღნიშნულ ნაშრომში უფრო პირველი მოსაზრებისკენ ვიხრებით და ვფიქრობთ, ის სრულიად დასაშვებია, რადგანაც საავტორო ახალწარმონაქმნი ესთეტიკურად ფასეულია და რამდენად ახლოს დგას ის უზუსტან, ნორმასთან არა აქვს მნიშვნელობა. ასე რომ, პოტენციური სიტყვები შეიძლება ჩავთვალოთ ოკაზიონალიზმების ნაირსახეობად.

ოკაზიონალიზმებს მივაკუთვნებთ სიტყვათა და არა ლექსემათა რიგს (სალექსიკონო ერთეული, რომელშიც გაერთიანებულია სიტყვის სხვადასხვა პარადიგმული ფორმა), რადგან ისინი ენის ლექსიკურ მარაგში არ არის ინტეგრირებული, შესაბამისად, არც ამ ენის ლექსიკოგრაფიულ ცნობარებშია დაფიქსირებული (სწორედ ამ ნიშნით განსხვავდებიან ისინი ნეოლოგიზმებისაგან), თუმცა ეს არ გამორიცხავს მათი გარკვეული ნაწილის ენის სიტყვათა უზუალურ ნაწილში გადანაცვლებას.

სტილისტიკაში ოკაზიონალიზმი განიხილება, როგორც დიაქრონიული ნიშნით მარკირებული ენობრივი ერთეული, რომელიც ხშირად სტილისტიკური ეფექტის მისაღწევად გამოიყენება. ვინაიდან მას არა აქვს გავლილი ლექსიკალიზაციის პროცესი და, როგორც წესი, რომელიმე ენობრივი ნორმის დარღვევითაა ნაწარმოები, იგი იმთავითვეა მარკირებული ნიშნით - „თვალში საცემი“. ხშირად ირღვევა ფონოლოგიური ან მორფოლოგიური თუ ლექსიკური ნორმები, პრაგმატიკაც კი და ეს, ჩვეულებრივ, ახალი ენობრივი ერთეულებისაკენ ტექსტის რეციპიენტის ყურადღების მიპყრობას ისახავს მიზნად.

2.1.3. ნეოლოგიზმები. ნეოლოგიზმების კვლევა დღემდე მიმდინარეობს. რუსი ლინგვისტები: ტ.ვ. არნოლდი, ო.ს. ახმანოვა. ვ.ი ზაბოტკინა, ნ.ზ. კოტელოვა, ა.ი. სმირნიცკი, ნ.მ. შანსკი დღემდე იკვლევენ ნეოლოგიზმებს სხვადასხვა კუთხით.

ო.ს. ახმანოვა თვლის, რომ ნეოლოგიზმი არის სიტყვა ან სიტყვათშეთანხმება, რომელიც შექმნილია ახალი, ადრე უცნობი საგნის ან ახალი ცნების გამოსახატავად. ანალოგიურად განმარტავენ ნეოლოგიზმს დ. ე. როზენტალი და მ. ა. ტელენკოვაც.

მეცნიერები სხვადასხვაგვარად განიხილავენ ინდივიდუალურ-საავტორო ნეოლოგიზმებს. მაგალითად, ა.გ. ლიკოვი თვლის: „შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ენის ბევრ ნეოლოგიზმს საერთოდ წინ უძღვოდა წერტილოვანი არსებობა მანამ, სანამ სოციალურმა შეგნებამ არ გააკეთა თავისი არჩევანი, მიეცა რა „სიცოცხლე“ ამ წარმონაქმნებისათვის. გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს განსაზღვრული ფაქტების ოფიციალური ნომინაციის ცალკეული შემთხვევა“ (ლიკოვი, 1996:92).

ამგვარად, ნეოლოგიზმები არის სიტყვები შექმნილი ახალი საგნების, თვისებების, მოქმედებების აღსანიშნად. ენობრივ ნეოლოგიზმს არ ჰყავს ავტორები, ხშირად წარმოიქმნებიან პროდუქტიული საშუალებებით, რეგისტრირდებიან ლექსიკონებით და მიეკუთვნებიან პასიურ მარაგს აღსანიშნი მოვლენის ფართო აქტუალიზაციამდე. ინდივიდუალურ-საავტორო ნეოლოგიზმებს ანუ ოკაზიონალიზმებს ჰყავს ავტორი, ისინი შეიძლება წარმოიქმნას პროდუქტიული და

არაპროდუქტიული ხერხებით, ინდივიდუალურად გამოიყენება და უშუალოდ იმ ტექსტში გამოიყენებიან, რომელშიც ისინი შექმნა.

ჩვენ შეგნებულად არ ჩავუღრმავდებით ნეოლოგიზმების დახასიათებას აღნიშნულ ქვეთავში, რადგანაც მომდევნო ქვეთავი სპეციალურად ნეოლოგიზმთა და ოკაზიონალიზმთა თავისებურებებს ეთმობა.

2.2. ოკაზიონალიზმთა და ნეოლოგიზმთა შედარებითი ანალიზი

თანამედროვე ლინგვისტიკაში ტერმინი „ნეოლოგიზმი“ გვხვდება როგორც ვიწრო, ისე ფართო გაგებით. ის ლინგვისტები, რომლებიც ამ ტერმინს ფართო მნიშვნელობით იყენებენ, ნეოლოგიზმს უწოდებენ ყველა ახალ, მყისიერად წარმოქმნილ სიტყვას: ნეოლოგიზმი არის „რომელიმე განსაზღვრული დროის მონაკვეთში ახლად შექმნილი ნებისმიერი სიტყვა“ (კონრადი, 1985:161), ანუ ამ შემთხვევაში, ნეოლოგიზმში ოკაზიონალიზმიც მოიაზრება. ბევრი ლინგვისტი კი იმის მომხრეა, რომ ისინი გაიმიჯნოს ერთმანეთისაგან. ამის მთავარ მიზეზად სახელდება ის, რომ ნეოლოგიზმები, ოკაზიონალიზმებისაგან განსხვავებით, ენის სიტყვათა მარაგის უზუალურ ნაწილში შედის. ეს ნათლად ჩანს შემდგომ განმარტებაშიც: „ნეოლოგიზმი არის ლექსიკური ერთეული ან მნიშვნელობა, რომელიც ენობრივ კოლექტივში ჩნდება ენის განვითარების რაღაც ეტაპზე, ვრცელდება და როგორც ენობრივი ნორმა საჯაროდ იქნება აღიარებული“ (ჰერბერგი, 1998:2).

უნდა ვაღიაროთ, რომ ოკაზიონალიზმებსა და ნეოლოგიზმებს შორის არსებობს რაღაც გარდამავალი ეტაპი, რადგანაც უამრავი შემთხვევა გვაქვს იმისა, როცა ოკაზიონალიზმებს მოუპოვებიათ ნეოლოგიზმის სტატუსი და აქტიურ ლექსიკაში გადასულან. შესაბამისად, ოკაზიონალიზმებისა და ნეოლოგიზმების მკვეთრი გამიჯვნა შეუძლებელია, გარდა რამდენიმე კონკრეტული თვისებებისა, თუ ოკაზიონალიზმები გაივლიან აღნიშნულ ეტაპს, მათ შეუძლიათ ჩამოყალიბდნენ ნეოლოგიზმებად და ლექსიკონშიც დაფიქსირდნენ, ხოლო თუ მათ ვერ შეძლეს ამ ეტაპის გადალახვა, ისინი ან კონკრეტულ მომენტშივე „ილუპებიან,“ ან „ცოცხლდებიან“ იშვიათად, მხოლოდ მაშინ, როცა მათთან შეხება გვიწევს (კონკრეტული ავტორის მიერ გამოყენებული სიტუაციური სიტყვა). ოკაზიონალიზმის ნეოლოგიზმად ჩამოყალიბება მრავალმხრივი პროცესია. ახალი სიტყვის წარმოების მომენტში, რასაკვირველია, შეუძლებელია, იმის დანამდვილებით თქმა, მოხვდება თუ არა ის ლექსიკონში, თუ ის მხოლოდ ერთჯერადი გამოყენებით

შემოიფარგლება. ეს მხოლოდ ენაზე დიაქრონიული დაკვირვების შედეგად გამოჩნდება.

უცხოელ მკვლევართა უმრავლესობა განიხილავს „ოკაზიონალური სიტყვის“ ფენომენს მათი როლის, პოზიციის, ფუნქციის, გამოყენების მიზნის მიხედვით ენაში. ასევე ისინი ცდილობენ იპოვონ მკვეთრი მახასიათებელი თვისებები, რომლებიც დაეხმარება მათ განსაზღვრონ მომენტი, როცა ოკაზიური სიტყვა იქცევა უკვე ნეოლოგიზმად ან ჩვეულებრივ სიტყვად. ლ. ბაუერი განმარტავს ოკაზიონალურ სიტყვას, როგორც „ახალ სიტყვათა კომპლექსს, რომელიც შექმნა მოსაუბრემ ან მწერალმა მყისიერი საჭიროებისამებრ“ (ბაუერი, 2001:245).

დ. ჯ. ველასკომ (ველასკო, 2009:3-24) თავის სტატიაში აღნიშნა, რომ ოკაზიონალიზმები მხოლოდ ცოტა ხნით ცოცხლობენ, თუმცა ზოგიერთი მათგანი მაინც იკვლევს გზას და აღწევს ენაში, როგორც ნეოლოგიზმები.

მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ასევე ის ფაქტი, თუ რამდენად გაიგებს ენობრივი კოლექტივი ახალ სიტყვას: „ოკაზიონალიზმების გავრცელება მოსაუბრეებს შორის წყვეტს საბოლოოდ მოიპოვებენ თუ არა ისინი ნეოლოგიზმის სტატუსს“ (ვანზეკი, 2010:41). ამ შემთხვევაში არსებითია, რამდენად ნაცნობია ენის მომხმარებელთათვის დენოტატი და რამდენად დამოკიდებულია ოკაზიონალიზმი იმ კონტექსტზე, რომელშიც ის პირველად გამოიყენეს.

ქ. ვანზეკი კიდევ ერთ საინტერესო ფაქტორზე მიუთითებს: „დაკარგავს თუ არა სიტყვა ერთჯერადობას, იმ ადამიანის სოციალურ სტატუსზეც არის დამოკიდებული, ვინც ის აწარმოა. ისეთმა მწერალმა, როგორიცაა გოეთე, მოახერხა მთელი რიგი ახალი სიტყვა დაემკვიდრებინა ენაში (ვანზეკი, 2010:40).

თუკი ნეოლოგიზმს და ოკაზიონალიზმს ერთმანეთს შევადარებთ, დავინახავთ განსხვავებებს:

ნეოლოგიზმები:

- ძირითადად ახალი ლექსიკური ერთეულების ნომინაციისას გამოიყენება;
- ხშირად გამოიყენება;
- ისინი გამიზნულად იქმნება სიტყვათწარმოების სხვადასხვა მოდელის გამოყენებით;
- როცა კარგავს სიახლის შეგრძნებას, ის უკვე აღარ არის ნეოლოგიზმი.

ოკაზიონალიზმები:

- გამოიყენება ერთ კონკრეტულ სიტუაციაში;
- არის გამოგონილი ერთი ავტორის მიერ კონკრეტული შემთხვევისათვის;
- შეიძლება თავი შეინარჩუნოს ენაში სილამაზის ან სიმარტივის გამო;
- იქმნება არსებული სიტყვებისაგან, სიტყვათწარმოების სხვადასხვა მოდელის გამოყენებით, კარგად ნაცნობი პრეფიქსისა თუ სუფიქსის საშუალებითაც კი (balconyfull) ან სრულიად ახალი ბგერათკომბინაციებისაგან, შესაძლებელია გამიზნულად ან უნებლიეთ გართმული იყოს;
- ოკაზიონალური სიტყვები იქმნება პირდაპირ საუბრისას;
- ნეოლოგიზმები სიახლის შეგრძნებას კარგავენ გარკვეული დროის შემდეგ, თუმცა ოკაზიონალიზმების უჩვეულო და უცხო გამოხატულება არის მათი მკვეთრი თვისება;
- ოკაზიონალიზმების გამოჩენა ენაში გამოუცნობია;
- ოკაზიონალურ ელემენტებს გააჩნია ექსპრესიულობა, რადგანაც მათ უჩვეულობა ახასიათებთ და მხოლოდ კონტექსტზე არიან კონცენტრირებული.

მათ შიდადღება პოპულარობა მოიპოვონ:



აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ყოველ ნეოლოგიზმს ჰყავს ავტორი, თუმცა თუ ჩვენთვის ცნობილია ოკაზიონალიზმების ავტორები, ნეოლოგიზმების ავტორები უცნობებად რჩებიან.

მაშასადამე, ნეოლოგიზმებით ჩვენ გამოვხატავთ უფრო სტაბილურ ინოვაციურ სიტყვებს, რომლებიც თავს იჩენს ხალხთა სხვადასხვა ჯგუფის კომუნიკაციისას, მაშინ როცა, ოკაზიონალიზმები მიიჩნევა სიტყვებად, რომელთა გამოყენება ერთჯერადია ტექსტსა თუ კომუნიკაციის პროცესში.

მოიპოვებს თუ არა ოკაზიონალიზმი ნეოლოგიზმის სტატუსს, დამოკიდებულია მის კონკურენტ სიტყვებზე. თუ ენაში ერთი და იმავე ცნების აღმნიშვნელი რამდენიმე სიტყვა მოიპოვება, ლექსიკოგრაფები, როგორც წესი, ელოდებიან, თუ რომელი მათგანი მოახერხებს ენის მომხმარებლებს შორის ადგილის დამკვიდრებას.

დღესდღეობით იმ ავტორებთან, რომლებიც ოკაზიონალიზმებს იკვლევენ, მოცემულია ოკაზიონალიზმები განმარტებებითურთ, საუბარია მათი გამოყენების პირველად წყაროებზეც კი. მოგვიანებით განვიხილავთ ამგვარ მაგალითებსაც.

ხშირად ენის მომხმარებელი ენის სიტყვაწარმოებით პოტენციალს საკუთარი სუბიექტური განწყობილებისა და აზრების გადმოსაცემად იყენებს. სარგებლობს რა ენის სიტყვაწარმოებითი წესების კრეატიული შესაძლებლობებით, ის აწარმოებს ოკაზიონალიზმებს „აღსანიშნის სპეციფიკური შეფასების გამოსახატავად“ (ბუსმანი, 2002:105). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ოკაზიონალიზმები ამ შემთხვევაში

სრულიად ინდივიდუალური წარმონაქმნებია. ბევრი ლინგვისტის მოსაზრებით, ოკაზიონალური ერთეული არის ენის „გასაქანი“, როდესაც ინდივიდი „უარს ამბობს, მოერგოს აზრის გამოხატვის უკვე არსებულ სქემებს, როდესაც ენა თამაშობს ყველა თავისი მორფოლოგიური თუ სინტაქსური საშუალებით და საუბრის მოსაწყენი მანერის გამოა შექმნილი. ის ენის ყოველდღიური მოხმარების ბორკილებს ანგრევს, რამდენადაც მკაცრად დადგენილია ჰარმონია ენის კოსმოსში, იმდენად თავისუფალია სიტყვაწარმოების წესები, მართალია, ჩვენ მორგებული გვაქვს ჩვენი ენობრივი როლი, მაგრამ არავინ არის იძულებული, მხოლოდ ერთი როლი ითამაშოს, თავისი ენობრივი ქცევა მართოს თამაშში დადგენილი წესების მიხედვით“ (ვილსი, 2009:291).

ნეოლოგიზმების მსგავსად, შეიძლება გამოვყოთ ოკაზიონალიზმების შემდეგი ტიპები:

ა) **არადმგრადი** – ძალიან ახალი, რომელსაც იყენებს ძალიან მცირე სუბკულტურა;

ბ) **გავრცელებული** – ჰყავს გამომყენებელთა გარკვეული რაოდენობა, მაგრამ ჯერ კიდევ არ მოუპოვებია აღიარება;

გ) **მდგრადი** – მოიპოვა საგრძნობი და ხანგრძლივი აღიარება.

ზოგიერთი მკვლევარი სიტყვის სიახლის შეგრძნების შესახებ აღნიშნავს, რომ სიტყვის სიახლის გამუდმებითი შეგრძნება ლოგიკურად შეუძლებელია და ლინგვისტურად უსაფუძვლო. ამ აზრს შეიძლება ჩვენც დავეთანხმოთ და არ ჩავთვალოთ ის ოკაზიონალიზმის განსაკუთრებულ თვისებად, თუმცა მის მკვეთრ თვისებად შეიძლება ჩავთვალოთ ის, რომ ოკაზიონალური სიტყვა შეიძლება შექმნას ნებისმიერმა მოსაუბრემ და ეს მოხდეს სპონტანურად, რამდენჯერმე და დამოუკიდებლად. ო. რევზინამ აღნიშნა, რომ „ოკაზიონალიზმს გააჩნია განსაკუთრებული თვისება, დაეხმაროს მოსაუბრეს, დაძლიოს ენობრივი ბარიერი ინდივიდუალური მნიშვნელობის განხორციელებით“ (რევზინა, 1996:45).

სტიმული ახალი სიტყვების გამოჩენისა, ან ძველ სიტყვებზე ახალი მნიშვნელობის მინიჭებისა, უპირველეს ყოვლისა, არის მოსაუბრის მიზანი, იპოვოს კონკრეტული ფენომენის ადეკვატური გამოხატულება, რომელიც აქამდე არ იყო შემჩნეული, ან არ იყო გამოხატული უკვე არსებულ სიტყვაში, ანუ სიტყვას შეიძლება დაემატოს ახალი, კონტექსტური მნიშვნელობაც.

მეორე მიზანი არის საჭიროება, მივცეთ ოდნავ ახალი გამოხატულება უკვე კარგად ნაცნობს. ეს ოდნავი ცვლილებები გრძელდება მანამ, სანამ სიტყვა საბოლოო სრულყოფილ გამოხატულებას არ შეიძენს.

ნეოლოგიზმები და ოკაზინალიზმები წარმოადგენს ლექსიკური სისტემის პერიფერიას. ისინი ძირითად ლქსიკას სხვადასხვანაირად ეფარდებიან და იკავებენ კონკრეტულ ადგილს. მათი ადგილმდებარეობა დამოკიდებულია სხვადასხვა გარემოებაზე: სიტყვის გამოყენების სიხშირეზე, ფუნქციურ მიმართულებაზე, უნარზე, შეუერთდნენ სხვადასხვა სიტყვას და ა. შ.

მაგალითად, ქართულში სიტყვები „კომპიუტერი“, მენეჯერი“ ოდესღაც ნეოლოგიზმები იყო, დღეს კი მათ ყოველდღიურ ლექსიკაში ვიყენებთ.

ოკაზინალიზმთა უმეტესობა დიდხანს ვერ ცოცხლობს. ისინი არც შექმნილან იმისთვის, რომ დიდხანს იცოცხლონ, იქმნებიან საუბრის მომენტში და, შესაბამისად, ატარებენ ინდივიდუალურ ხასიათს, დროებითობას. მოცემულ სიტყვასა და მნიშვნელობას ტექსტში მხოლოდ კონკრეტული ადგილი უჭირავს და ემსახურება სიტუაციას. ყოველი შემთხვევითი ელემენტი ე. წ. ოკაზინალიზმია.

როგორც ვხედავთ, ნეოლოგიზმსა და ოკაზინალიზმს მრავალი საერთო და განმასხვავებელი ნიშან-თვისება აქვს.

2.3. ოკაზიონალურ ერთეულთა მიმართება უზუალურ ლექსიკასთან

ოკაზიონალიზმების მაგალითებზე დაკვირვების შედეგად დავინახავთ მათი სხვადასხვა ხარისხის გამოყოფის საჭიროებას:

ა) *პირველი ხარისხის ოკაზიონალიზმები* ეს არის სტანდარტული, პოტენციური წარმონაქმნები (შექმნილი თანამედროვე ქართული ენის დერივაციული ნორმების შესაბამისად);

ბ) *მეორე ხარისხის ოკაზიონალიზმები* ხშირად არასტანდარტული წარმონაქმნებია, მათ ახასიათებს დერივაციული ნორმებისაგან გადახრა, თუმცა სემანტიკური ინტერპრეტაციის დროს სირთულეები არ წარმოიშობა.

გ) *მესამე ხარისხის ოკაზიონალიზმები* ეს არის უზუალოდ ოკაზიონალური, სრულიად არასტანდარტული წარმონაქმნები, რომელთა სემანტიკური ინტერპრეტაცია საკმარისად რთულია, ხოლო დერივაციული ნორმისგან გადახრა - არსებითი. ასეთ წარმონაქმნებს ხშირად არ აქვთ ანალოგები სხვა ოკაზიონალიზმებს შორისაც კი (ბაბენკო, 1997:56).

ოკაზიონალიზმები ერთმანეთისაგან გასხვავდებიან ფუნქციებითაც. ოკაზიონალიზმებზე დაკვირვება შესაძლებლობას გვაძლევს, გამოვყოთ მათი შემდეგი ნიშან-თვისებები და ფუნქციები. ქ. ნიკოლაევა თავის ნაშრომში გვთავაზობს ოკაზიონალიზმების თვისებებს, რომლებსაც ვეთანხმებით, ვიზიარებთ და ჩვენეული ხედვით, ოდნავ შეცვლილი სახით წარმოგიდგინთ:

- აქტუალურ სამეტყველო სიტუაციაში ლექსიკური ხარვეზის შევსება;
- ენის ეკონომია;
- სტილისტიკური ეფექტის მიღწევა;
- ენის მომხმარებლის მოთხოვნილება, გამოხატოს საკუთარი სუბიექტური განწყობა;
- ტექსტოლოგიური ფუნქცია;
- ტექსტის ზედაპირული და სიღრმისეული სტრუქტურების ბმა.

ი. ხანპირამ (ხანპირა, 1972:245-317) მოგვცა ოკაზიონალიზმების კლასიფიკაცია და შეისწავლა ისინი სინტაქსურ, ფრაზეოლოგიურ, სიტყვათწარმოებით, ლექსიკურ და სემანტიკურ დონეებზე. ლ. ტერენტევამ (ტერენტევა, 1983:92) კი ის ნიშან-თვისებები გამოყო, რომლებიც განაცალკევებს ოკაზიონალიზმებს ჩვეულებრივი სიტყვებისაგან:

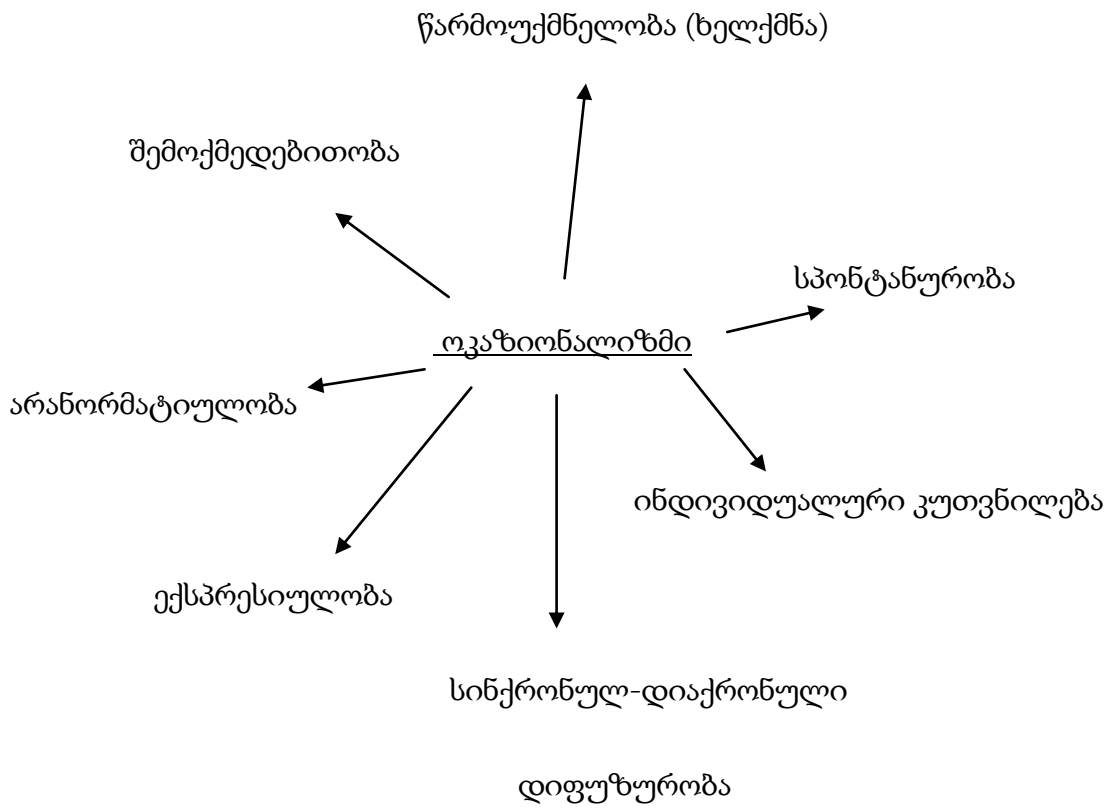
- ა) ოკაზიონალიზმების არარსებობა ლექსიკონებში;
- ბ) კომუნიკაციის პროცესში არარეპროდუქციულობა;
- გ) საგრძნობი, შესამჩნევი სიახლე სიტყვის გაჟღერებისას;
- დ) გამოყენების ერთჯერადობა;
- ე) ხატოვნების შეგრძნება;
- ვ) სიტყვის მნიშვნელობის ჩაუნაცვლებელი გამოხატულება;
- ზ) კონტექსტზე დამოკიდებულება;
- თ) არაპროგნოზირებადობა კონტექსტში.

ზემოდასახელებული თვისებებიდან ზოგიერთი არ არის მხოლოდ ოკაზიონალიზმებისათვის დამახასიათებელი. მაგალითად, ახალი ნასესხები სიტყვაც შეიძლება არ იყოს დაფიქსირებული ლექსიკონში, თუმცა აქვე უნდა ითქვას, რომ ენობრივი ერთეულის ლექსიკონში კოდიფიცირება გამოდგება ოკაზიონალიზმების უზუალური ლექსიკისაგან გამიჯვნის ერთ-ერთ, მაგრამ არა გადამწყვეტ კრიტერიუმად: „ის, რომ ახალ სიტყვას ვერ ვპოულობთ უახლეს ლექსიკონებში, ჯერ კიდევ არ არის მისი სიახლის დამადასტურებელი საბუთი. ჯერ ერთი, რომ ლექსიკოგრაფიული კოდიფიკაცია წმინდა ქრონოლოგიური თვალსაზრისით ვერ ახერხებს, ფეხი აუწყოს ახალი სიტყვების წარმოქმნას, მეორეც ლექსიკონში ვერ შევა ყველა ახლადნაწარმოები სიტყვა და ეს არცაა აუცილებელი“ (სტეპანოვა, 1985:172). აქედან შეგვიძლია დავასკვნათ, თუ სიტყვა ლექსიკონშია დაფიქსირებული, მას ვეღარ განვიხილავთ ოკაზიონალიზმად, მაგრამ იმის მტკიცება, რომ სიტყვა ოკაზიონალურია, რადგან ის (ჯერჯერობით) ლექსიკონში არ გვხვდება, იმთავითვე მცდარია: არსებობს შემთხვევები, როცა ოკაზიონალიზმა მოიპოვა ნეოლოგიზმის სტატუსი და შემდგომ ლექსიკონშიც კი დაფიქსირდა. ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ

ერთჯერადობა არ უარყოფს სხვადასხვა ავტორის მიერ ერთი და იმავე ახალწარმონაქმნის გამოყენებას. ოკაზიონალიზმმა შეიძლება შეინარჩუნოს ერთჯერადობა ან პირიქით, მოიპოვოს აღიარება, პოპულარულობა.

ი. პოზდეევას (პოზდეევა, 2002:203) აზრით, მხოლოდ ოკაზიონალურ სიტყვას შეუძლია წარმოაჩინოს ენის კრეატიულობა. ლინგვისტი გამოთქვამს ეჭვს სიტყვის თვალში საცემ სიახლეზე, როგორც მის გამუდმებით თვისებაზე და ის მიუთითებს, რომ ეს შეგრძნება იკარგება ჟამთასვლასთან ერთად.

დისერტაციაზე მუშაობისას გამოკვეთილი სხვადასხვა მაგალითის გაანალიზების შემდგომ წარმოგიდგენთ ოკაზიონალიზმებისათვის დამახასიათებელ სხვა თვისებებსაც, რომლებიც განასხვავებს ოკაზიონალურ სიტყვებს უზუალური სიტყვებისაგან:



ოკაზიონალიზმის შემოქმედებითობა გვამღევს საშუალებას, შევქმნათ სხვადასხვა სიტუაციის შესაბამისი ლექსიკური ერთეული. სწორედ ამ თვისებით ის უპირისპირდება სიტყვათწარმოების კანონიკურ ნორმებს და გამოირჩევა ორიგინალ-

ე.ი. ოკაზიონალიზმის მიკუთვნება კონკრეტულ ავტორზე განსაზღვრავს მისი მხატვრულობის ხარისხს, მისი მნიშვნელობის დეკოდირების შესაძლებლობას, სემანტიკურ და სტილისტიკურ თავისებურებას, ზუსტად ამიტომ ოკაზიონალიზმების სტრუქტურულ-სემანტიკური ანალიზი წარმოადგენს იდიოლექტის კვლევის მნიშვნელოვან სფეროს და ფართოდ - მწერლის იდიოსტილს.

ამრიგად, ოკაზიონალური სიტყვა არის მეტყველების ექსპრესიული ერთეული, რომელსაც ახასიათებს წარმოუქმნელობა, არანორმატიულობა და ერთჯერადობა.

თანამედროვე ლინგვისტიკაში სხვადასხვა მოსაზრებაა ოკაზიონალიზმების შესახებ. ასე მაგალითად, ქ. ნიკოლაევა აღნიშნავს, რომ ყველა უზუალური სიტყვა ოდესღაც ოკაზიონალური იყო. უპირველეს ყოვლისა, უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენ ნაწილობრივ ვეთანხმებით აღნიშნულ აზრს, რომ ნებისმიერი სამეტყველო ლექსიკური ერთეული, რომელიც თავს პირველად იჩენს ენაში, ოკაზიონალურია (შემთხვევითი, რაღაც გარემოებიდან გამომდინარე), მაგრამ ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ყველა ოკაზიონალიზმში დევს უზუალურად გახდომის პოტენცია. პირიქით, ზოგიერთი ლინგვისტისთვის სწორედ აქ გადის წყალგამყოფი ხაზი ოკაზიონალიზმებსა და ნეოლოგიზმებს შორის: „ეს უკანასკნელნი (იგულისხმება ნეოლოგიზმები) შემოსვლისთანავე ჩაერთვიან სხვადასხვა კონტექსტში და ხდებიან ენის კუთვნილება, მაშინ, როცა ოკაზიონალიზმი ფუნქციონირებს მხოლოდ მეტყველების მოცემულ კონტექსტში და მის იქით არ მოქმედებს“ (დანელია, 1998:384).

უზუალური ლექსიკა ენის სტაბილურ, ფართოდ გამოყენებულ ნაწილს ქმნის და დაფიქსირებულია შესაბამის ლექსიკოგრაფიულ ცნობარში. სწორედ ამ ნიშნით განსხვავდება ის ოკაზიონალური სიტყვებისაგან, რომლებიც, მათი ბუნებიდან გამომდინარე, არაა ინტეგრირებული ამა თუ იმ ენის ლექსიკურ ფონდში და შესაბამისად, ლექსიკოგრაფიულად აღურიცხავია.

2.4. ოკაზიონალიზმების თემატური კლასიფიკაცია და მათი

სემანტიკურ-პრაგმატიკული თავისებურებანი

ოკაზიონალიზმები თითქმის ყველა ენასა და კულტურაში, ყოველდღიურ სასაუბრო სიტუაციებშიც და ლიტერატურაშიც გვხვდება. აქედან გამომდინარე, შეიძლება გამოვყოთ მათი ორი ძირითადი კატეგორია, **სალიტერატურო ოკაზიონალიზმები** და **საზოგადო ოკაზიონალიზმები**. ისინი ქვეკატეგორიებადაც იყოფა. სალიტერატურო ენაში ვგულისხმობთ მხატვრულ ნაწარმოებში შექმნილ ავტორისეულ სიტყვებს, ხოლო საზოგადოში შეიძლება გავაერთიანოთ ყოველდღიურ საუბრებსა და სხვადასხვა სიტუაციაში შექმნილი ოკაზიონალიზმები, გარდა მხატვრული ლიტერატურისა.

როგორც აღვნიშნეთ, ოკაზიონალიზმები გამუდმებით იქმნება ცხოვრების უამრავ სფეროში. მათ მთავარ ამოცანად ისევ მკითხველზე (მსმენელზე) ზეგავლენა და სათქმელის სრულყოფილად გადმოცემა რჩება. მიუხედავად ამ ყველაფრისა, არ არსებობს ოკაზიონალიზმთა ფიქსირებული კლასიფიკაცია, ვფიქრობთ, მათი კლასიფიკაცია სხვადასხვა ნიშნით, უამრავი კრიტერიუმის გათვალისწინებით.

ოკაზიონალიზმებს შორის შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი ჯგუფები:

1) **ჭეშმარიტი ოკაზიონალიზმი** - როცა შინაარსი სავსებით ახალია. cyberpunk (მეცნიერული ჟანრი ნაწარმოებისა, რომელიც ახასიათებს მეამბოხე ჰაკერებს, მოქმედება ვითარდება შავბნელ საზოგადოებაში, რომელიც ინტეგრირებულია კომპიუტერული ქსელით) Eglaf _ a word that has no meaning; can be used in place of any other word.

2) **ტრანსნომინირებული** - როცა შინაარსი ცოტა ნაცნობია. მაგალითად: edutainment (education+entertainment).

ქვემოთ წარმოგიდგენთ ოკაზიონალიზმთა მაგალითებს სხვადასხვა სფეროდან და მათზე დაყრდნობით შედგენილ ჩვენეულ კლასიფიკაციას.

ოკაზიონალიზმთა თემატური კლასიფიკაცია:

1. ბიზნესთან/მრეწველობასთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Prosumer:** producer+consumer- refers to an individual who designs the product they purchase. 1980 Alvin Toffler coined it. (დიქსონი, 2012:137)

პიროვნება ქმნის პროდუქტის დიზაინს, რომლის მომხმარებელიც თვითონვე არის. მოგვიანებით სიტყვამ მეორე მნიშვნელობაც შეითავსა (professional+consumer) - ესაა პიროვნება, რომელიც მიისწრაფვის მაღალი ხარისხის პროდუქციის შეძენისაკენ.

_ **Pundustry:** the pundit industry. The term was coined by columnist Gene Weingarten in his cover story for the Washington Post magazine for March, 2008. (დიქსონი, 2012:138)

ჯენ ვეინგარტენმა გამოიყენა ის სიტყვა მასმედიის მიმართ. მან ფაქტს, როცა ერთსა და იმავე ინფორმაციას სხვადასხვა გადაცემაში უყურა და ყველგან განსხვავებული ინფორმაცია მოიპოვა, უწოდა „Pundustry“.

2. სპორტთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Gamesmanship:** the art of winning games by using various ploys and tactics to gain a psychological advantage. Created by Stephen Potter in 1947. (დიქსონი, 2012:76)

ეს არის თამაშში გამარჯვების ხელობა სხვადასხვა ხრიკისა და ტაქტიკის გამოყენებით, რათა მოიპოვოს ფსიქოლოგიური კმაყოფილება.

_ **Quidditch:** a mythical sport invented for the Harry Potter books. Important because popular literature can influence additions to the English language. იხ. წყარო №6

მითური სპორტი შექმნილია სპეციალურად ჰარი პოტერის წიგნისთვის. აღნიშნული სიტყვა არის ასევე მტკიცებულება იმისა, თუ რამდენად გავლენიანია მხატვრული ლიტერატურა ენაში ახალი ელემენტების შემოტანის თვალსაზრისით.

3. საქმიანობის სფეროსთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **MCJOB:** a low-paying, low-prestige dead-end job. The term was coined by sociologist Amitai Etzioni, and appeared in the *Washington Post* on August 24, 1986 in the article "McJobs are Bad for Kids". იხ. წყარო №7

ეს კი არის დაბალანაზღაურებადი საქმიანობა დაწინაურების ნაკლები შესაძლებლობით. ტერმინი გამოიყენა სოციოლოგმა ჟურნალ *“Washington Post”*-ში.

_ **Noob:** a person who is inexperienced in a particular sphere or activity, especially computing or the use of the Internet. A term originally used in the 1960s–1970s among U.S. troops during the Vietnam War to refer to a new man in a unit. იხ. წყარო №8

ეს გახლავთ პიროვნება, რომელსაც არ აქვს გამოცდილება კონკრეტულ სფეროში, განსაკუთრებით კომპიუტერისა და ინტერნეტის გამოყენებაში. ტერმინი პირველად გამოიყენეს აშშ-ს ლაშქარში შემოერთებული ახალი მამაკაცის მიმართ ვიეტნამთან ომის დროს.

_ **G-men:** agents of the federal bureau of investigation, so called by Walter Winchell, newspaper columnist (დიქსონი, 2012:76)

ფედერალური ბიუროს გამომძიებელი აგენტები, - ეს ტერმინი პირველად გამოიყენა ვოლტერ ვინჩელმა გაზეთში.

4. სამედიცინო ოკაზიონალიზმები:

_ **Infanticipate:** expecting a baby, a term created by the widely circulated American newspaper columnist Walter Winchell. (დიქსონი, 2012:93)

ბავშვის მოლოდინში მყოფი - ეს კი პირველად გაზეთის გვერდზე გამოჩნდა.

5. გართობასთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Roomscanitis:** an affliction of some partygoers that makes their eyes flit about looking for someone more interesting or less dull than the one they are talking to. Created by John

H. Corcoran Jr., who introduced it in an article in the Wahington magazine in 1975. (დიქსონი, 2012:145)

წვეულებებზე მოსიარულების დარდი ეხება იმ ადამიანებს, რომლებიც გამუდმებით ეძებენ ვიღაცას ირგვლივ, ვინც უფრო საინტერესო და ნაკლებად მოსაწყენი იქნება, ვიდრე ისინი, ვისაც უკვე ესაუბრებიან. ის პირველად გამოიყენა ჟურნალისტმა ჯონ კორკორანმა.

_ **Chillax** : calm down and relax - film „Final Destination 2“, 2003, Spoken by an unnamed kid smoking at a gas pump. (“Chillax, biatch”). წყარო №9.

დამშვიდდი და დაისვენე. პირველად გამოჩნდა ფილმში „Final Destination 2“, 2003 წელს.

_ **No Brainer**: meaning something that requires little mental effort or intelligence to perform or understand. The term is often applied to decisions which are straightforward or sometimes to people who appear with lack intelligence. Phrase is American in origin and was coined in “The Berrys’ cartoon”, by Carl Grubert, which appeared in the *Long Beach Independent*, December 1959 [იხ. წყარო №10].

ტერმინი გამოიყენება ნაკლები ინტელექტის მქონე ხალხის დასახასიათებლად. მან თავი იჩინა ამერიკულ ნახატ ფილმში “The Berrys’ cartoon”, შემდგომ გამოჩნდა პრესაშიც, კონკრეტულად გაზეთ „*Long Beach Independent*“ 1959 წელს.

6. მოდასთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Trustafarian**: a young person from a wealthy background who affects the lifestyle and attitudes of the inner-city ghetto. The British term is a contemptuously humorous blend of trust fund and Rastafarian. (“Guardian”, 1994) (ეითო, 2007:243)

ახალგაზრდა პიროვნება მდიდარი ოჯახიდან, რომელიც გავლენას ახდენს ცხოვრების სტილსა და შეხედულებებზე ქალაქში. ის 1994 წელს გამოჩნდა გაზეთ “Guardian”-ში.

_ **Pob** (Blending): of Posh and Bob. When Victoria Beckham got her new hair style the media called it a “Pob”. იხ. წყარო №11

აღნიშნული სიტყვა პირველად მედიამ გამოიყენა ვიქტორია ბექჰემის ახალი ვარცხნილობის გამოსახატავად.

_ **Pukka**: excellent, of the highest quality; fashionable. (“Independent”, 1991) (ეითო, 2007:241).

ეს სიტყვა ნიშნავს არაჩვეულებრივს, უმაღლესი ხარისხისას, მოდურს. 1991წ. გაზეთი “Independent”.

_ **Fashionista**: (“Time Out”, 1996) Affixation – fashion + “ista” (Spanish suffix)

A person working in or deeply involved with the high-fashion industry, such as a designer, model, photographer, buyer, writer, wearer; a devotee to clothing fashion. This word reveals that fashion and appearance in today’s society has become increasingly important, with many people working in the fashion industry, thereby creating the need for a word to describe such people. (ეითო, 2007:235)

ასე ეძახიან პიროვნებას, რომელიც ჩაბმულია სამოდულო საქმიანობაში.

_ **Shopaholic**: a compulsive shopper. It was used in order to portray the severity of the shopping obsession. *Shopaholic* first appeared in print in 1983. It was formed on the model of *alcoholic*. იხ. წყარო №12

აქტიური მყიდველი, - ეს სიტყვა შეიქმნა პიროვნების დასახასიათებლად რომელსაც „შოპინგი“ აკვიატებაში გადაუვიდა. ის პრესაში პირველად გამოჩნდა 1983 წელს.

7. სქესობრივი ოკაზიონალიზმები:

_ **Bromance**: *brother* and *romance*. Dave Carnie is credited with coining the term as editor of the skateboard magazine *Big Brother* in the 1990s to refer specifically to the sort of

relationships that develop between skaters who spent a great deal of time together. წყარო №13

ახლო, მაგრამ არა სექსუალური ურთიერთობა ორ მამაკაცს შორის - სიტყვამ პირველად თავი იჩინა ჟურნალში.

_ **Guyliner:** eyeliner that is worn by men. Thanks to the stylings of emo man-boy **Pete Wentz**, comedian **Russell Brand** and newly-minted rock star **Jared Leto**, the term "guyliner" was coined to describe the storied look [იხ. წყარო №14].

თვალის ლაინერი მამაკაცებისათვის - სიტყვა გამოჩნდა კომიკოს რუსელ ბრენდის, როკ ვარსკვლავის - ჯერდ ლეტოს დამსახურებით.

_ **Knocked-up:** to get a woman pregnant, particularly un-planned, un-wanted or in wedlock. First appeared in print in 1830! [იხ. წყარო №15].

ქალის დაუგეგმავი ან არასასურველი ფეხმძიმობა. თავი იჩინა პრესაში.

_ **Manny:** blend of the words “man” and “nanny”. It is used to describe a male nanny. This word is important as there is a massive increase in nanny’s who are male and manny accommodates this change in employees in this field. The term was coined by Holly Peterson in 2002 in “The New York Times” [იხ. წყარო №16].

Manny აღნიშნავს მამრობითი სქესის ძიძას. ეს სიტყვა თანდათანობით უფრო მნიშვნელოვანი ხდება, რადგანაც უკვე ხშირად გვხვდება მამაკაცი ძიძები. ის პირველად გამოიყენა ჰოლი პიტერსონმა გაზეთ “The New York Times”-ში.

_ **Moobs:** blend of the words “man” and “boobs”. It was coined as the new word to describe males with breast like features due to a gain in weight by the media and is now used by everyone [იხ. წყარო №17].

Moobs ნიშნავს მკერდიან მამაკაცს (ჭარბი წონის შედეგად). პირველად გამოიყენა მედიამ, დღესდღეობით იყენებს ყველა.

8. კვებასთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Frankenfood:** genetically modified food. Frankenstein + food. This derogatory term was coined from Franken(stein) + food on June 16, 1992 by Paul Lewis, Professor of English at Boston College, who wrote to The New York Times as follows: "...Ever since Mary Shelley's baron rolled his improved human out of the lab, scientists have been bringing just such good things to life. If they want to sell us Frankenfood, perhaps it's time to gather the villagers, light some torches and head to the castle."

გენმოდიფიცირებული საკვები.

_ **Locavore:** a person whose diet consists only or principally of locally grown or produced food. Jessica Prentice coined it. იხ. წყარო №18

Locavore არის პიროვნება, რომელიც მხოლოდ ადგილობრივი პროდუქციით იკვებება, - პირველად გამოიყენა ჯესიკა პრენტისმა.

9. გრძნობებთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Fantabulous:** an adjective meaning beyond fabulous. It's a blend of fantastic and fabulous Slang term used amongst young people. Coined by Van Morrison in his 1970 album Moondance [წყარო №19].

Fantabulous-ი გამოიყენება ახალგაზრდებს შორის, აღნიშნავს საოცარს, დიდებულს. პირველად გამოიყენა ვან მორისმა.

_ **Infomania:** the compulsive desire to check or accumulate news and information, typically via mobile phone or computer. The term was coined by Elizabeth M. Ferrarini, the author of *Confessions of an Infomaniac* (1984) [წყარო №20].

Infomania არის გამუდმებითი სურვილი ახალი ამბების გადამოწმებისა, განსაკუთრებით ტელეფონით ან კომპიუტერით. ტერმინი გამოიყენა ელიზაბედ ფერარინიმ თავის ნაწარმოებში “*Confessions of an Infomaniac*” (1984).

_ **Nonism**: definition: the concept of being against all things. The word was formed so that the common “anti everything” attitude in modern society can be expressed. იხ. წყარო №21

Nonism-ის ცნება გამოხატავს მდგომარეობას, როცა ადამიანი ყველაფერს ეწინააღმდეგება.

10. ტექნოლოგიებთან და ინტერნეტთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები

_ **Twitterati (n)**: keen or frequent users of the social networking site Twitter. Early 21st century: from Twitter. იხ. წყარო №22

სოციალური ქსელის „ტვიტერის“ მოყვარული, ან ხშირი მომხმარებელი.

_ **Netizen**: a person who spends an excessive amount of time on the Internet. (blending of Internet and citizen). The term was coined by Michael F. Hauben who was an Internet theorist and author, Along with Ronda Hauben, he co-authored the 1997 book *Netizens*. იხ. წყარო №23

Netizen-ი არის პიროვნება, რომელიც ხანგრძლივი დროის განმავლობაში მოიხმარს ინტერნეტს.

11. მასმედიასთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები

_ **Whovian**: a fan of the British science-fiction television series Doctor Who. It seems to have appeared first in the US, in the title ("Whovian Times") of the newsletter of the Doctor Who Fan Club of America, in the 1980s. იხ. წყარო №24

Whovian- ასე ეწოდებოდათ ბრიტანულ სამეცნიერო-მხატვრულ ტელესერიალ “Doctor Who“-ს ფანებს.

_ **Mockbuster** (*n*): a low-budget movie with a title and plot similar to a current blockbuster film. (Blending of *mock* and *blockbuster*). The Asylum is a low-budget production company who coined the term ‘mockbuster’ to describe their output. იხ. წყარო №25

Mockbuster-ი არის დაბალბიუჯეტის ფილმი, რომლის სათაური და შინაარსი მსგავსია მიმდინარე „ბესტსელერისა“. ტერმინი შექმნა სატელევიზიო კომპანია “Asylum”-მ.

_ **It Girl**: a charming, sexy young woman who receives intense media coverage unrelated or disproportional to personal achievements. Word created as society’s obsession with celebrities and their lives has become even more intense. Coined by the American screenwriter Elinor Glyn (1864–1943) with reference to the American actress and sex symbol Clara Bow [იხ. წყარო №26].

ეს არის მომხიბვლელი ახალგაზრდა ქალბატონი, რომელიც გამუდმებითაა მედიის ეპიცენტრში პირადი მიღწევების გარეშე. სიტყვა გავრცელდა მას შემდეგ, რაც საზოგადოებაში აკვიატებული ინტერესი გაჩნდა ცნობილი პიროვნებების პირადი ცხოვრების მიმართ. ტერმინი პირველად გამოიყენა ამერიკელმა სცენარისტმა ელიონ გლინმა.

12. დანაშაულთან დაკავშირებული ოკაზიონალიზმები:

_ **Carjacking** : the two words ‘car’ and ‘hijack’ have been blended to create a new word. Dictionary Definition: Usually when an armed individual coerces the driver of an automobile to give up his vehicle or drive it to a specific area. The term was coined by EJ Mitchell, an editor with The Detroit News. The News first used the term in a 1991 report. [წყარო №27].

ორი სიტყვის - ”car”(მანქანა) და ”hijack”(გატაცება) შეერთებით შეიქმნა ერთი ახალი სიტყვა, რომლის მნიშვნელობაა ავტომობილის გატაცება (ძირითადად როცა

ავტომობილის მძღოლს აიძულებენ მანქანიდან გამოსვლას ან რომელიმე კონკრეტულ ადგილამდე მიყვანას). ის რედაქტორმა ეჯ მიტჩელმა გამოიყენა პირველად.

13. ლიტერატურული ოკაზიონალიზმები:

_ **Mudblood:** a term used in the popular children's book Harry Potter to describe wizards who don't have any wizard ancestors [იხ. წყარო №28].

ეს სიტყვა პირველად ჰარი პოტერის წიგნშია გამოყენებული და აღწერს „კუდიანს,“ რომელსაც არ ჰყავდა „კუდიანი“ წინაპრები.

_ **Muggle:** a term used in the popular children's book Harry Potter, to describe humans. ეს არის „ჰარი პოტერში“ გამოყენებული კიდევ ერთი სიტყვა, რომელიც გამოხატავს კაცობრიობას. სიტყვა იმას ამტკიცებს, თუ რამდენად შეუძლია პოპულარულ ლიტერატურას, სიტყვები შემატოს ინგლისურ ენას [წყარო №29].

ნეოლოგიზმები და ოკაზიონალიზმები ფართოდ გამოიყენება სხვადასხვა სფეროში, როგორებიცაა: ხელოვნება, სპორტი, მუსიკა, ინტერნეტსივრცე, ბიზნესის სამყარო, ლიტერატურა. ისინი გვევლინება სხვადასხვა ფორმით და უმეტესწილად წიგნის კონტექსტიდან არიან ამოღებული, მაგ: McJob დუგლას „Tales for an Accelerated Culture“ და cyberspace ვილიამ გიბსონის „*Neuromancer*“ – დან. არის შემთხვევები როცა წიგნის სათაურიც კი გამხდარა ნეოლოგიზმი, მაგ: „Catch-22“ ჯოზეფ ჰელერის ნაწარმოებიდან, „Generation X“ დუგლას ქოუფლენდის ნაწარმოებიდან გახდა ინგლისურენოვანი ხალხის ლექსიკის დიდი ნაწილი. ასევე აღნიშვნას იმსახურებს ის ფაქტი, რომ ზოგჯერ ავტორიც კი, თუნდაც მას ერთი ნაწარმოები ჰქონდეს დაწერილი, შეიძლება გახდეს ნეოლოგიზმის ავტორი, მაგალითად, Orwellian (ჯორჯ ორველის ნაწარმოებიდან „Nineteen Eighty-Four“) და Ballard-esque (ჯ. გ. ბალარდი, ავტორი „Crash“- ის).

დღესდღეობით ოკაზიონალური სიტყვები აქტიურად შეისწავლება არამარტო ლიტერატურაში, არამედ მასმედიაშიც. ბევრი კვლევაა განხორციელებული რუსულ, გერმანულ ენებში, თუმცა ქართულ ენაში, მასმედიის სფეროში ის ნაკლებად არის შესწავლილი. ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ ქართულ ენაში არაა ოკაზიონალიზმები, პირიქით, ქართული სალიტერატურო ენა მდიდარია შემთხვევითი სიტყვებით (საავტორო სიტყვებით).

ქვემოთ განვიხილავთ ქართული ოკაზიონალიზმების მაგალითებს, დაფიქსირებული სხვადასხვა სფეროში.

ლიტერატურაში:

„და ბოროტებას *ვესასთუმლები*; და სათვისტომოს *ვევარგისები*; და სასოების საკურთხეველზე *გესანთლება* და *გესაკმეველება*; მიჰქრის ნათლის *ფრთე*, *მიიფრთოსნება*, ხმას *ზესკნელისკნელ მიაფრთამალებს*; ზვარს მეუფისას *შეემტევნები*; და შემოდგომის ფერისცვალება ველებს მორთავს და *მოავენახებს* და ა.შ.“ (ჯემალ აჯიაშვილი) [იხ. წყარო №30].

ლინგვისტური თვალთაზრისით ინტუიციური სპეციფიკური კრეატიულობის მეთოდის გამოყენება ავტორს საშუალებას აძლევს, შექმნას და აღწეროს პიროვნული ემოციური სამყაროს სურათი ტექსტში, მოცემული მაგალითებიც იმავე მიზეზით ფუნქციონირებს.

ოკაზიონალიზმების თავდაპირველი და მნიშვნელოვანი თვისებაა **გავლენის მოხვედრა მკითხველსა თუ მსმენელზე**. სტილისტიკური ეფექტი კი ძირითადად ენობრივი ნორმიდან გადახრის ხარჯზე მიიღწევა. რაც სხვადასხვა დონეზე შეიძლება განხორციელდეს: მაგ. ფონეტიკურ, მორფოლოგიურ, სინტაქსურ და სემანტიკურ დონეებზე. ქართველი ლინგვისტი კ. დანელია ფიქრობს, რომ გრამატიკული ოკაზიონალიზმები „არსებითად პოეტურ თხზულებებში რეალიზდება და მოტივირებულია ლექსის რიტმულ-რითმული სტრუქტურით. მათ დამოუკიდებელი მხატვრულ-ემოციური ფუნქცია არა აქვთ. ისინი უბრალოდ ეგუებიან სალექსო სტრუქტურას, რომელსაც აკისრია ინფორმაციულობასთან ერთად მხატვრული

ეფექტის შექმნა“ (დანელია, 1988:385). სემანტიკური ოკაზიონალიზმი შეიძლება შეგვხვდეს როგორც პოეტურ ენაში, ისე სხვა ტიპის ტექსტებსა და ყოველდღიურ მეტყველებაში. ისინი „პოეზიაში მოტივირებულია ლექსის, ან პროზაში კონტექსტური სტრუქტურით. ისინი მოცემულ კონკრეტულ კონტექსტში მაქსიმალურად დატვირთული არიან შინაარსობრივად და ემოციურობითაც შეუნაცვლებელნი არიან“ (დანელია, 1988:385).

მოვიყვანთ მაგალითებს ქართველი ერისათვის კარგად ცნობილი „კომედი შოუდან“ და აქვე აღვნიშნავთ, რომ ეს სიტყვები არც თუ ისე ხანმოკლედ არსებობენ, მას ჰყავს ბევრი ქართველი მაცურებელი, რომლებიც შემდგომ იტაცებენ ამ სიტყვებს და მათ ხუმრობით ხშირად იყენებენ. მაგ:

„ბავშვებს მიყოფავ“ - გამოყენებულია სკეტჩში, სადაც საოჯახო გარემოა აღწერილი. ცოლ-ქმრის საუბარი ეხება ბავშვების რაოდენობას.

„ჩამოსულურ-ქართული ლექსიკონი“ - არის სკეტჩიდან, სადაც საქართველოს სხვადასხვა კუთხიდან დედაქალაქში ჩასული ხალხის პაროდირებაა.

„ჩემდათავად სურათი“ - იგულისხმება ე. წ. „სელფი“

„წყლითი პარკი“ - სითი პარკის ანალოგიითაა ნაწარმოები.

საინტერესოა ისევ კომედი შოუში დადგმული სკეტჩი ტურისტულ სააგენტოზე, სადაც უხვად მოიპოვება განზრახ შექმნილი ოკაზიონალიზმი. მაგალითად:

<u>ოკაზიონალიზმი</u>		<u>საწყისი წყარო</u>
არგენტინაში	-	არგენტინა
მარკო პოლონეთი	-	მარკო პოლო
ოქროს ქვიშხები	-	ოქროს ქვიშხები
სინკარის შოკოლადი	-	ფილა შოკოლადი

თუ გითრეველი ეხლა თმით	-	თუ გითრიე ეხლა თმით
ეიფლის კოშკი	-	ეიფელის კოშკი
ენისეის მინდვრები	-	ელისეს მინდვრები
ნიდერგლანდები	-	ნიდერლანდები
ჰავაის მუნძულები	-	ჰავაის კუნძულები
ხელფასეულობის ცნობა	-	ხელფასის ცნობა
ბიომეტეოლოროგიული სურათი	-	ბიომეტრიული სურათი
ამომიპრიმიტიულე	-	ამოპრინტერება
პეკაკტუსი	-	პეგასუსი
სულთანზა	-	ლუფთანზა (ავია კომპანია)
შარვალშეიხში	-	შარმელშეიხი
ტანტალია	-	ანტალია
ხმოტელში	-	ჰოტელში

ამერიკის შეერთიანებულ შტატებში - ამერიკის შეერთებულ შტატებში

[იხ. წყარო №31].

აქ განხილული ოკაზიონალიზმების გამოყენების მიზეზი არა მხოლოდ ზეგავლენის მოხდენაა მსმენელზე, არამედ მისი გახალისება, კომიკური ეფექტის შექმნა.

სარეკლამო სფერო თავისთავად იყენებს ყველა შესაძლებლობას ხალხის მიზიდვის მიზნით. რეკლამის უმთავრესი მიზანია, მიაწოდოს მომხმარებელს ადეკვატური ინფორმაცია პროდუქტის შესახებ და დარწმუნების ხელოვნებით

მოახდინოს კოგნიტურ-ფსიქოლოგიური ზემოქმედება. რეკლამა ის მიზანმიმართული საშუალებაა, რომელიც პროდუქტის რეალიზაციაზე ორიენტირებული. ოკაზიონალიზმების გამოყენება მნიშვნელოვანი იარაღია, რომელსაც რეკლამის კრეატიული მწარმოებლები ეფექტურად იყენებენ, თუმცა რეკლამებში შეგვიძლია ოკაზიონალიზმების კიდევ ერთ ისეთ ფუნქციაზე ვისაუბროთ, როგორცაა კონკურენციის გაწევა.

"ჰოლივუდისკბილებიანი ღიმილი" [იხ. წყარო №32]

ზედსართავი სახელი მიღებულია ორი სიტყვის კომბინირების შედეგად. აღნიშნული რეკლამა ესთეტიკური დატვირთვის მქონეა და პირდაპირ უკავშირდება კოგნიტურ კომპონენტს, რადგანაც ჰოლივუდის ცხოვრება უნებლიეთ ასოცირდება ფუფუნებასა და სილამაზესთან.

„ხევსურული, ლუდური ლუდი“ [წყარო №33]

რეკლამის შემქმნელები არსებითი სახელის ზედსართავად გადაქცევით შეეცადნენ ინტენციის განხორციელებას. ისინი რთული კონსტრუქციების გამოყენების გარეშე, ადვილად და ლაკონიურად ახერხებენ ოკაზიონალიზმის წარმოებას და მთავარი სათქმელის მიწოდებას.

ოკაზიონალიზმების შექმნითა და გამოყენებით უკვე უამრავი სფერო ინტერესდება და გამონაკლისს არც ქართველთათვის კარგად ნაცნობი კომპანია „ჯეოსელი“ წარმოადგენს. ჯეოსელი ერთ-ერთი წარმატებული ქსელია საქართველოში, რომელსაც გამუდმებით წარმატებაზე და სწორ მარკეტინგულ გათვლებზე აქვს ორიენტაცია აღებული. ნათელი ფერი, ზუსტი, სხარტი სარეკლამო სლოგანი, ძლიერი, ცოცხალი ვიდეორგოლი მაყურებელს იმთავითვე პოზიტიურად განაწყობს. **აბონენტთა მიზიდვის** მიზნით არც ის ჩამორჩება სიტყვათქმნადობით.

მაგ: „ტარიფი **ნულომანი**“ - გვთავაზობს ჯეოსელის აბონენტებთან უფასო ზარს და სხვა ბევრ უფასო სერვისს [იხ. წყარო №34].

„**გატვისტე** სილქნეტის 20 მბ/წმ სისწრაფის მაღალი ხარისხის ინტერნეტი“ [იხ. წყარო №35].

ცოტა ოკაზიონალიზმი არც პოლიტიკურ დისკურსშია. აქ ოკაზიონალიზმთა ერთ-ერთ ძირითად ფუნქციად ირონია იკვეთება. მაგალითისთვის განვიხილოთ:

„ქართველი საზოგადოებისთვის ნაციონალური მოძრაობა თავისი „**მიშარასტები**“ და „**გიგარასტები**“, ერთი ფუნაა, რომელიც ურმის თვალმა შუაზე გაჭრა“ („ასავალ-დასავალი“ №2, 2017:3). იგულისხმება მიხეილ სააკაშვილის (საქართველოს ექსპრეზიდენტი. მიშა+პიდარასტები) და გიგა ბოკერიას (ქართველი პოლიტიკოსი. გიგა+პიდარასტები) მხარდამჭერები.

„რუსთავი-2“-ის **გენდირი** სცემეს“ (რუსთავი ორის გენერალური დირექტორი („ასავალ-დასავალი“ №2, 2017:5).

„რეალურად მთელი ეს სამარცხვინო **ბაქკანალია** მომდინარეობდა მავანთა მიერ პატრიარქის ტახტის ხელში ჩაგდების სურვილიდან“ (ბაქიათა ჯგუფი („ასავალ-დასავალი“ №2, 2017:4)).

„**ნაცრეჟიმის** პროკურორი და **ნაცტელევიზიის** დირექტორი ნიკა გვარამია“ (ნაციონალების რეჟიმის მხარდამჭერი და ნაციონალური ტელევიზიის დირექტორი („ასავალ-დასავალი“ №2, 2017:5).

„**ოცნება** და **ნაცნება** სინონიმები გახდა, ხოლო ორივე ერთად ქართველი ხალხის ანტონიმად იქცა“ (ოცნება იმდენად დაემსგავსა ნაციონალებს, რომ სტატიის ავტორმა ისინი გააერთიანა და ერთ ცნებაში მოაქცია („ასავალ-დასავალი“ №2, 2017:9).

„თუ „**ნაცნება**“ საქართველოს განათლების სისტემას სანტექნიკოსი თუ კანალიზატორი ალექსანდრე ლომაიას ხელით ანადგურებდა, ახლა ოცნება იმავეს მენეჯერი თუ „**მენეჯორი**“ ალექსანდრე ჯეჯელავას ხელით აკეთებს!“ (ოკაზიონალიზმში შეფარული აზრია გაკრიტიკება განათლების მინისტრისა, საამისოდ მენეჯერი და ჯორი ერთ სიტყვაშია გაერთიანებული. როგორც ირკვევა,

ალ. ჯეჯელავას მენეჯერის თანამდებობაც ეკავა მანამ, სანამ განათლების მინისტრად დაინიშნებოდა („ასავალ-დასავალი“ №2, 2017:9).

„პავლე ქოციქული“ მიემართება ნაციონალური მოძრაობის ერთ-ერთ ლიდერს, პავლე კუბლაშვილს, რომელსაც ოცნების მთავრობასთან დამეგობრება მოსურვებია და ეკონომიკის მინისტრსა და ვიცეპრემიერ დიმიტრი ქუმსიშვილს შეხვედრია. ამის გამო ის პავლე ქოციქულად „მონათლეს“ („ასავალ-დასავალი“ № 45, 2016:7).

„საზვარელი ამბები“ (ხარაგაულის რაიონ სოფელ ზვარეში ჩინური კომპანიის წარმომადგენლებმა ქართველი მუშები ცემეს. სტატიის ავტორი ასოციაციური მიდგომის გამოყენებით სოფელში მიმდინარე საზარელ ამბებს „საზვარელ“ ამბებს უწოდებს, სადაც იკვეთება როგორც სოფლის სახელწოდება, ასევე იქ წარმოდგენილი მდგომარეობაც) („ასავალ-დასავალი“ № 45, 2016:11).

„გააჩერეთ ხაზლარაძე“ (ბანკირი ხაზარაძე ქართული ლარის მდგომარეობას დადებითად აფასებდა, თუმცა ვარაუდობენ ქართული ლარის გაუფასურებაში მის დიდ წვლილს, რის შედეგადაც სტატიის ავტორი მას „ხაზლარაძეს“ უწოდებს) [იხ. წყარო №36].

„შ(ს)არიშვილის მონანიებითი შარი-შური“ (შარი+სარიშვილი, ხაზს უსვამს სარიშვილის მიერ არასწორი ინფორმაციის გავრცელებას) [იხ. წყარო №37].

ფუნქციონირებაზე საუბრისას შევეხებით ტელევიქტორინებსაც, რადგანაც აქ ისინი იშვიათი დატვირთვით ფუნქციონირებენ, ოკაზიონალიზმები იქმნება საგანგებოდ, რათა სწორ პასუხთან ერთად წარმოგვიდგინოს სხვა ვარიანტებიც მკითხველის ინტელექტუალურობის დადგენის ან მათი შეცდენის მიზნით, ანუ აქ შეიძლება ვივარაუდოთ ორი მიზანი, რასაც ოკაზიონალური ელემენტები ემსახურება: მსმენელის შეცდენა ან მისი ინტელექტის გამოცდა. მაგალითისათვის განვიხილოთ „ცოდნა ფულიას“ რამდენიმე შემთხვევა:

შეკითხვა: „რას უწოდებს სულხან-საბა ორბელიანი საცხე მთვარეს“?

სავარაუდო პასუხები:

ა) უმანგი მთვარე

ბ) ბადრი მთვარე

გ) ჯუმბერ მთვარე

დ) რაჟდენ მთვარე

გამოთქმა „ბადრი მთვარე“ სწორი პასუხია, ხოლო დანარჩენი პასუხები საგანგებოდ გადაცემისათვის შექმნილი **ოკაზიონალიზმებია**.

შეკითხვა: „რომელ მაგიდას არ აქვს ფეხები“?

სავარაუდო პასუხები:

ა) ბილიარდის მაგიდა

ბ) საოპერაციო მაგიდა

გ) შუშის მაგიდა

დ) დიეტური მაგიდა

მოცემულ შემთხვევაში **ოკაზიონალურ სინტაგმად იკვეთება „დიეტური მაგიდა“**.

შეკითხვა: „რა ერქვა კრიმინალურ ავტორიტეტს ნ. დუმბაძის რომანში „თეთრი ბაირალები“?

ა) მანდარინა

ბ) ლიმონა

გ) გრეიფრუტა

დ) კივა

სწორი პასუხია „ლიმონა“, ხოლო დანარჩენი შექმნილია მსმენელის შეცდენისა თუ მისი ცოდნის შემოწმების მიზნით.

ოკაზიონალიზმების გამოყენებით არც სოციალური ქსელები ჩამორჩება სხვა სფეროებს, შინაგანი გრძნობების გამოსახატავად მათი მომხმარებელი აქტიურად იყენებს **ოკაზიონალიზმებს**, აქ უფრო გამართლებული იქნებოდა ტერმინ „ეგოლოგიზმების“ გამოყენება. „ფეისბუქში“ მოპოვებული მაგალითებია:

„საფრენდეთი“ - მეგობრების წრე (უცხო ენის მიხედვით ნაწარმოები)

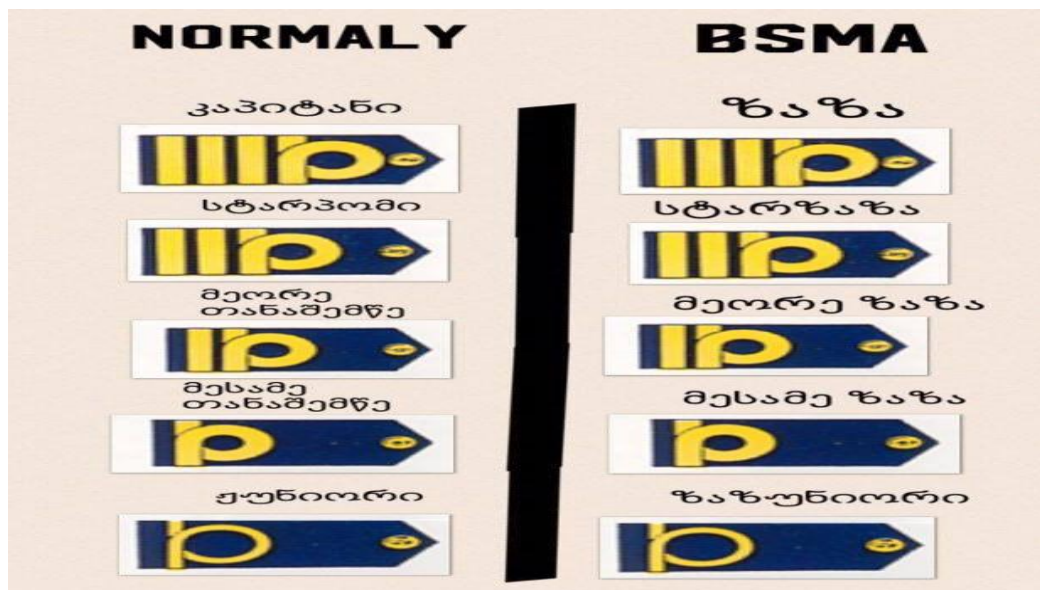
„უტრენერესი“ - ძალიან კარგი ტრენერი.

„ზურდლიონკები“ - ძალიან თბილი ქურთუკი („სუსხიანი სიცივეა, ჩაგვითეთ გათბობა, წინააღმდეგ შემთხვევაში ზურდლიონკებიც ვერ გაგვათბობს“)

„სნეგავს“ - თოვს (უცხო ენის მიხედვით ნაწარმოები. მას ბარბარიზებული ოკაზიონალიზმი შეიძლება ვუწოდოთ).

„გაფეილდა“ - გამოცდაში ჩაიჭრა (ნაწარმოები ინგლისური სიტყვისგან “fail”).

საზღვაო აკადემიის სტუდენტების მიერ შექმნილ „ფეისბუქვერდზე“ შემდეგი ფოტო მოიპოვება:



აღმოჩნდა, რომ აკადემიაში დასაქმებულ ჯგუფის ყველა მეთაურს, ყველა ეგრეთწოდებულ „კამანდირს“ ზაზა ჰქვია. აღნიშნული სურათის გამოსახატავად სტუდენტებმა იუმორით დატვირთული ოკაზიონალიზმები შექმნეს: „სტარზაზა“, „ზაზუნორი“, რითაც ცდილობენ ხაზი გაუსვან, რომ მათ ირგვლივ ყველგან ზაზაა.

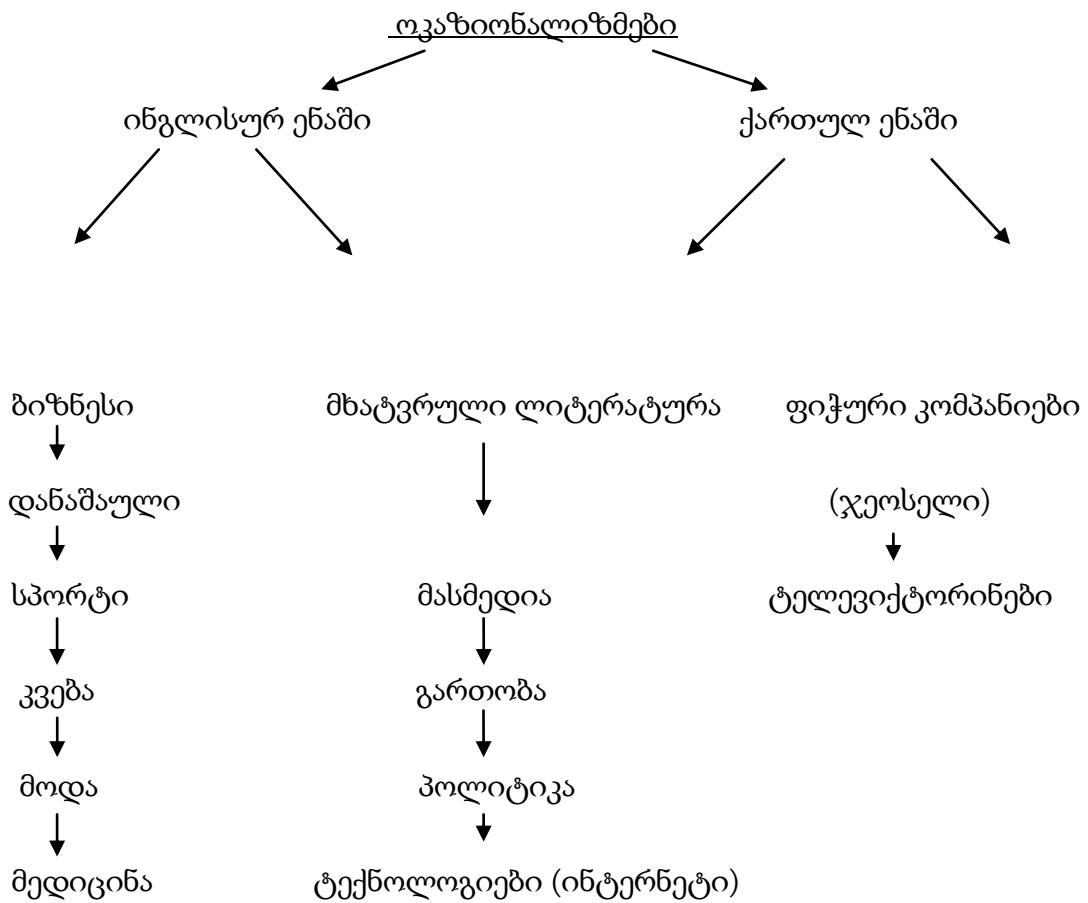
აღნიშნული სიტუაციების გათვალისწინებით გამოიკვეთა ოკაზიონალიზმების შემდეგი ფუნქციები:

- პიროვნული ემოციური სამყაროს სურათის შექმნა;
- მკითხველსა თუ მსმენელზე ზეგავლენა;
- მსმენელის გახალისება, კომიკური ეფექტის შექმნა;
- ინფორმაციის რეციპიენტის ყურადღების მიპყრობა;

- ირონიის, სარკაზმის გამოხატვა;
- კონკურენტულობა;
- ინტელექტის დადგენა;
- მსმენელის შეცდენა.

შეგვიძლია გამოვყოთ ის სფეროები, რომლებშიც ოკაზიონალიზმები გამოიკვეთა ქართულ ენაში. ესენია: მხატვრული ლიტერატურა, პოლიტიკა, სოციალური ქსელი, მასმედიის სხვადასხვა მიმართულება (კომედი შოუები, ტელევიქტორინები, სარეკლამო სფერო).

ჩვენ მიერ მოძიებულ მაგალითებზე დაყრდნობით შეგვიძლია გამოვყოთ სფეროები, სადაც ოკაზიონალიზმები იკვეთება ქართულ და ინგლისურ ენაში. ეს სქემატურად შეიძლება შემდეგნაირად წარმოვადგინოთ:



თუმცა ეს ანალიზი არ შეიძლება ჩაითვალოს სრულყოფილად და ის არ გამორიცხავს მათ არსებობას სხვა სფეროებშიც.

2.5. ოკაზიონალიზმთა ტიპოლოგია და სტრუქტურული თავისებურებანი

სხვადასხვა ავტორზე დაყრდნობით ოკაზიონალიზმები ტიპოლოგიურად შემდეგნაირად შეიძლება დავაჯგუფოთ:

✓ **ფონეტიკური ოკაზიონალური სიტყვები.** ავტორთა მიერ ნებისმიერი ბგერათკომბინაციით შექმნილი სიტყვები. უმეტეს შემთხვევაში ფონეტიკური ოკაზიონალური სიტყვების ეფექტი შეიძლება შევადაროთ ონომატოპიის ეფექტს. ასეთი სიტყვები დამახასიათებელია ძირითადად პოეტური ენისათვის, თუმცა შეიძლება პროზაშიც შევხდეთ (ჰეფესტოსი, 2011:40).

✓ **ლექსიკური ოკაზიონალური სიტყვები.** ყოველი ახალი ოკაზიონალიზმი, რომელიც იქმნება ენაში უკვე არსებული მორფემების საფუძველზე არსებული სიტყვათწარმოების წესების გამოყენებით ან მათი უგულებელყოფით (ლერერ, 2007:116-133).

✓ **გრამატიკული (მორფოლოგიური) ოკაზიონალური სიტყვები.** ეს არის სიტყვები, რომელთა გრამატიკული ფორმა და სემანტიკა ეწინააღმდეგება ერთმანეთს ჩვეულებრივი, მიღებული თვალთახედვით (მიულაიზენი, 2010:245). მორფოლოგიური ოკაზიონალიზმები იქმნებიან უკვე არსებული სიტყვათწარმოების გზებით, როგორებიცაა: აფიქსაცია, კომპოზიცია (კომბინირება), შემოკლება, კონვერსია (გარდაქმნა), შერწყმა.

✓ **სემანტიკური ოკაზიონალური სიტყვები.** ამ ტიპის სიტყვებში მოიაზრება სიტყვების ახალი კონოტაცია. სიტყვათა უმრავლესობა სტილისტიკურად ფორმირებული გვევლინება ტექსტში და ისინი ხშირად იძენენ ახალ გაგებას. აქ შეიძლება მოვიაზროთ სიტყვის მეტაფორული, ხატოვანი გამოხატულებაც (ბაბენკო, 1997:84).

✓ ასევე შეინიშნება **სინტაქსური ოკაზიონალური სიტყვებიც.** რომლებიც ნაწარმოებია სინტაქსური წესების დარღვევით (იქვე, 1997:84).

როგორც წესი, ახალი სიტყვები ჩნდება ენაში უკვე არსებული სიტყვებისა და მორფემების საშუალებით. სწორედ მათი ანალიზის შედეგად შეგვიძლია

დავადგინოთ ოკაზიონალური სიტყვის მნიშვნელობა. მოცემულ თავში განვიხილავთ ოკაზიონალიზმების წარმოების ყველაზე გავრცელებულ გზებს.

„სიტყვები ენაში ნაირნაირია. განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს სიტყვათა ერთ ჯგუფს იმ მნიშვნელობის მიხედვით, რაც მათ აქვს მთელი ლექსიკური შემადგენლობისთვის, მისი წარმოქმნა-განვითარებისთვის. ძირითადი ლექსიკური ფონდის სიტყვები ლექსიკის ხერხემალს ქმნის; იგი ლექსიკის გამდიდრების წყაროა; მისგან ახალი სიტყვები წარმოიქმნება“ (ჩიქობავა, 2008:121).

ისეთი სიტყვები, როგორებიცაა: „დედა“, „მამა“, „და“, „მმა“ ძირითადი ფონდის ლექსიკური სიტყვებია (ქართულში). ამგვარ სიტყვათაგან წარმოიქმნება (უშუალოდ თუ შუალობით) ახალი სიტყვების წყება: **ძმა**: ძმური, მოძმე, სამძო, სძმობს (მას)...

ეს მაგალითი ცხადყოფს, თუ რა საფუძველს უქმნის ახალ სიტყვათა წარმოქმნას ძირითადი ლექსიკური ფონდის სიტყვა.

„სიტყვა მნიშვნელობის მატარებელი უმარტივესი ერთულია. მნიშვნელობის თვალსაზრისით სიტყვა რომ გავანალიზოთ, მასში გამოიყოფა ერთი ნაწილი, ძირითადი ნაწილი, რომელიც საგნობრივი მნიშვნელობის მატარებელია. სიტყვის ამ ნაწილს ეწოდება **ფუძე**. ფუძეს უპირისპირდება სიტყვის ისეთი ნაწილები, რომლებიც საგნობრივ მნიშვნელობას მოკლებულია, სიტყვის ასეთ ნაწილს **აფიქსი** (ლათ. Affixum „მიმაგრებულს“, „დამატებულს“ ნიშნავს. ქართული შესატყვისი ტერმინი იქნებოდა „დანართი“, „სართი“) ეწოდება“ (ჩიქობავა, 2008:139).

აფიქსები განსხვავდებიან დანიშნულების მიხედვითაც. **ფლექსიური მორფემა**, ანუ ფლექსია მიუთითებს იმ მიმართებაზე, რომელსაც ამყარებს ლექსიკური ფუძე გამონათქვამის სხვა ერთეულებთან.

განასხვავებენ ფლექსიის ორ ტიპს ფუძის კატეგორიის მიხედვით: ერთნი აღნიშნავენ დამოკიდებულებას. მათ **ფლექსიური აფიქსები** ეწოდება. ისინი შეეხება ნომინალურ, პრონომინალურ და ზედსართაულ ფუძეებს. ძირითადად ესენია: სქესი,

რიცხვი, ბრუნება და ა.შ. ზმნური ფლექსიები, რომლებიც ზმნათა უღლებას შეეხება. მათი ფუნქციებია პირის, რიცხვის, დროის, კილოს აღნიშვნა.

დერივატისგან განსხვავებით ფლექსიური მორფემა არასოდეს ცვლის ფუძის კატეგორიას და იგი გრამატიკული მნიშვნელობის მატარებელია. მეორენი მნიშვნელობის ცვლას იწვევენ.

დერივაციული მორფემები ანუ დერივატები გამოიყენება ახალი სიტყვების საწარმოებლად და მათ სემანტიკური ღირებულება გააჩნია. დერივაცია შესაძლოა მოხდეს ერთდროულად როგორც პრეფიქსაციით, ასევე სუფიქსაციით. ასეთ შემთხვევაში საქმე გვაქვს პარასინთეტიკურ დერივაციასთან. აფიქსაციით ნაწარმოები ოკაზიონალიზმების მაგალითებია:

Errorist - someone who repeatedly makes mistakes or is always wrong (შეცდომების ხშირად დამშვები);

ძირითად სიტყვაზე დამატებული სუფიქსი (**error + ist**)

Columbusing – when white people claim to have discovered something that has been around for years, decades, or centuries (Columbus + ing) (ის, ვინც „ახალი ამერიკის“ აღმოჩენას ცდილობს);

„**ულექტორესი**“ (ძალიან კარგი ლექტორი. ზედსართავი სახელის აღმატებითი ხარისხის პრეფიქს-სუფიქსით უ-ლექტორ-ეს-ი);

„**უტრენერესი**“ (ძალიან კარგი ტრენერი. უ-ტრენერ-ეს-ი);

ენაში ახალი ლექსიკური ერთეულების წარმოსაქმნელად ფართოდ გამოიყენება **კომპოზიცია** ანუ თხზვა.

ქვემოთ წარმოგიდგენთ კომპოზიციის შედეგად მიღებულ ოკაზიონალიზმებს, რომელთა მნიშვნელობაც არ უდრის შემადგენელ კონპოზიტთა ჯამს:

Askhole - someone who asks stupid, pointless, or obnoxious questions (ask+hole; კითხვა+ხვრელი (სულელური კითხვების დამსმელი);

Nerdjacking – filling a conversation with unnecessary details about one’s passion and otherwise uninitiated, uninterested layperson. (nerd+jacking; საუბრისას უმნიშვნელო დეტალებზე შეჩერება);

Cellfish – an individual who continues talking on their phone so as to be rude or inconsiderate of other people (cellphone+fish; მობილური ტელეფონი+თევზი (ადამიანი რომელიც ტელეფონზე საუბარს ვერ წყვეტს და არაფრად აგდებს საზოგადოებას);

ნიდერგლანდები (ნიდერლანდები +გლანდები. სიტყვა ტურისტული სააგენტოს პაროდიდან არის ამოღებული, იგულისხმება „ნიდერლანდები,“ ის მიზნად ისახავს ტურისტულ კომპანიაში დასაქმებულთა უცოდინრობას გაუსვას ხაზი);

აზერბაიჯანში (აზერბაიჯანი+ზადრიჯანი, სიტყვა იმავე დატვირთვით გამოიყენება, როგორცაა წინა მაგალითი, იგულისხმება „აზერბაიჯანი“);

ამჯერად დავაკვირდეთ კომპოზიციის შედეგად მიღებულ ოკაზიონალიზმებს:

Textpectation – the anticipation felt when waiting for a response to a text (text + expectation. ტექსტი+მოლოდინი (შეტყობინების მომლოდინე);

Youniverse – used to indicate that a person has knowledge only of him or herself; Their universe consists of them (you + universe; შენ+სამყარო (ადამიანი, რომელსაც საკუთარი თავის გარდა არავინ უჩანს თვალში, სამყარო მის ირგვლივ ტრიალებს);

Nonversation – a completely worthless conversation; small talk (non + conversation; არა+საუბარი (უსარგებლო საუბარი);

Dudevorce – when two bros officially end their friendship (dude + divorce; ჭაბუკი+გაყრა (როდესაც ორი საუკეთესო მამაკაცი მეგობარი ოფიციალურად წყვეტენ ურთიერთობას);

Afterclap – the last person who claps after everyone else has stopped (after + clap, შემდგომ+ტაშის კვრა; უკანასკნელი აპლოდისმენტი);

Destinesia – (destination + amnesia; დანიშნულების ადგილი+ამნეზია; (დანიშნულების ადგილამდე მისვლა, თუმცა იქ მისვლის მიზეზის დავიწყება).



იხ. წყარო № 38

ბურდლიონკები (ბურდლიანი + „დუბლიონკები“)

ოკაზიონალიზმი შეიძლება წარმოგვიდგეს დეფისით შექმნილი კომპოზიტის სახით: „ქართულ-ოცნებური“;

„human-pig“;

„Eco-friendly“;

ოკაზიონალიზმები ძირითადად გვხვდება არსებითი სახელისა და ზედსართავი სახელის სახით, თუმცა ხშირია შემთხვევა, როცა არსებითი სახელი ან ზედსართავი ზმნად გარდაიქმნება და შესაბამისად იქმნება ოკაზიონალიზმი. ასე მაგალითად:

„ქალბატონო სიტყვები დააწმინდავე“ (ზედსართავი სახელი „წმინდა“-ს ზმნად გარდაქმნით);

Hiberdating – when a person ignores their friends in favour of a boyfriend/girlfriend (hibernate + dating; ცხოველების ზამთრის ძილი+პაემანზე სიარული (მეგობრების იგნორირება პარტნიორის გამო);

ჩანაცვლებაზე აგებული ოკაზიონალიზმი - თანხმონისა თუ ხმონის ჩანაცვლება: „შესამიშნავი სამეული“ („ასავალ-დასავალი“ №11, 2015:3).

შესანიშნავის სანაცვლოდ თანხმონის ჩანაცვლების პრინციპზე მივიღეთ ოკაზიონალიზმის „შესამიშნავი“, ასო-ბგერა „ნ“ ჩანაცვლებულია ასო-ბგერა „მ“-ით. თანდართული ფოტოთი და გამოქებული შრიფტით ადვილად ვხდებით, რომ საუბარია სააკაშვილზე და მის ორ მხარდამჭერზე.

რა „სიციხეა“ - რა „სიგიჟეა“-ზე აგებული (ტელესერიალი „ჩემი ცოლის დაქალები“-დან)

“unprecedented” - Unprecedented („si“-მ ჩანაცვლა „ce”).

“Youniverse” – used to indicate that a person has knowledge only of him or herself; Their universe consists of them (you + universe) - აღნიშნულ მაგალითს შეიძლება ვუწოდოთ ომოფონური ოკაზიონალიზმიც.

კომპონენტის ჩანაცვლება. გამოყოფენ შემდეგი ტიპის ჩანაცვლებებს:

- ❖ ჩანაცვლებას ელემენტების მსგავსი ჟღერადობით;
- ❖ ჩანაცვლებას ჟღერადობის სრული იდენტობით;

„ელიSOS მინდვრები“ („ასავალ-დასავალი“ №10, 2016:3) - პირველი ტიპის ჩანაცვლებაა. „ელისეს მინდვრები“- „სეს“ ჩანაცვლებულია მსგავსი ჟღერადობის ბგერებით SOS.

“Oatsmobile – “Oldsmobile” - ჩანაცვლება მსგავსი ჟღერადობით.

მეორე ტიპის - “Bawlroom” – “Ballroom” (ჩანაცვლებას ჟღერადობის სრული იდენტობით);

სინტაგმა (ბერძ. syntagma) წინადადების ორი წევრია, რომლებიც ერთმანეთთან სინტაქსურად არის დაკავშირებული. მეტყველების ნაკადში ერთმანეთს შეეხამება ერთმანეთის მომდევნო ერთეულები.

ოკაზიონალური სინტაგმაა მაგალითად: „**უშანგი მთვარე**“, „**სინკარის შოკოლადი**“ (ფილა შოკოლადი).

ოკაზიონალიზმები ფართო და ვიწრო მნიშვნელობით არსებობს. ლექსიკურმა ერთეულებმა, რომლებიც შექმნის ეტაპზე ოკაზიონალიზმებია, შეიძლება მოიპოვონ აღიარება, ან დარჩნენ ოკაზიონალიზმებად მხოლოდ იმ კონტექსტისთვის, სადაც პირველად იჩინა თავი. ფართო მნიშვნელობით ჩვენს ნაშრომში განვიხილავთ ნებისმიერ ერთეულს, რომელიც შექმნის ეტაპზე ოკაზიონალიზმი იყო, ხოლო შემდგომ განვითარდა, ხოლო ვიწრო გაგებით შეიძლება გავიგოთ ის ჭეშმარიტი ოკაზიონალიზმები, რომლებიც ოკაზიონალიზმებადვე დარჩა.

ენობრივი ერთეულის დაზუსტება რთულია, როცა მის იდენტიფიკაციაზე მიდგება ჯერი, ვინაიდან ნებისმიერი ენობრივი ერთეულის სტატუსის დაზუსტებისას მოქმედებს ცენტრისა და პერიფერიის თეორია. ყველა ლექსიკური ერთეული ერთმანეთთან დაკავშირებულია პერიფერიული ზონით. განვითარების პროცესში ზოგ ელემენტს შეუძლია გადასვლა ცენტრიდან პერიფერიაზე და პირიქით. ასეთი ცვლილებები შეიძლება ყოველთვის განიცადოს ლექსიკურმა ერთეულებმა. ჩვენს ნაშრომში გამოვყავით ოკაზიონალიზმების პერიფერიული ზონაც, სიტყვები, რომლებიც ნაწილობრივ ოკაზიონალიზმებია და ნაწილობრივ ფრაზეოლოგიზმები, მეტაფორა ან მეტონიმია.

3. დიქსონს წიგნში „Authorisms“ ნახსენები აქვს ფრაზეოლოგიური ოკაზიონალიზმები. ტერმინი **ფრაზეოლოგიური ოკაზიონალიზმები** გვხვდება ი. იურევნას სადისერტაციო ნაშრომში „ოკაზიონალური ფრაზეოლოგია“ (სტრუქტურულ სემანტიკური და პრაგმატიკული ასპექტი). ფილოლოგი ნ. ი. ბატუროვა თავის სტატიაში - „Окказиональный Фразеологизм как языковое явление“, ფრაზეოლოგიურ ოკაზიონალიზმებად განიხილავს ავტორის მიერ

შედგენილ ერთჯერად ფრაზებს და ასევე უზუალურ ფრაზებს, რომლებსაც ავტორი ახალი მნიშვნელობით გამოიყენებს ტექსტში, ასე მაგალითად: „to play on such a woman as on a stringed instrument, wasn't going to be the simple task”, ავტორი სიტყვათკომბინაციას „to play on smb as on a stringed instrument“(ქართულად) განიხილავს ფრაზეოლოგიურ ოკაზიონალიზმად, იმდენად, რამდენადაც ის მან გამოიყენა ახალი კონოტაციით “to please smb”, ფრაზა შეიცვალა კონკრეტულ ავტორთან ავტორისეული ინტენციის გამოსახატავად და ერთჯერადად. იგივე ავტორი ოკაზიონალურ ფრაზად განიხილავს “cats will be cats” რომელიც ავტორმა შექმნა უკვე არსებული ფრაზის მიხედვით “boys will be boys”, ამ შემთხვევაში ფრაზას მნიშვნელობა არ დამატებია, პირიქით, ის შეიქმნა უკვე არსებული ფრაზის ყალიბის მიხედვით, მაგრამ ერთ კონკრეტულ ავტორთან. ასევე სტატიის ავტორი არ გამორიცხავს იმ შესაძლებლობას, რომ ოკაზიონალური ფრაზები შეიძლება დამკვიდრდეს ნეოლოგიზმებად, თუ ისინი მოიპოვებენ პოპულარობას და აღიარებას. სწორედ ამ მოსაზრებებზე დაყრდნობით საჭიროდ ჩავთვალეთ, მოცემულ ნაშრომში წარმოგვედგინა პერიფერიულ ზონაში არსებული ოკაზიონალური სინტაგმების მაგალითები:

_ **Golden Goal** (1994, Daily Mirror). The first goal scored during extra time in a soccer match, which ends the match and gives victory to the scoring side.

1994 Daily Mirror: “FIFA general secretary Sepp Blatter said yesterday that a system of sudden death would be introduced in extra-time, with a goal-the “golden goal”-ending the match” (ეითო, 2007:236);

Golden Goal არის დამატებით წუთებში გატანილი გოლი, რომელიც გუნდისთვის გამარჯვებით სრულდება. ის პირველად ჟურნალში გვხვდება და ფართო აღიარება მოიპოვა. ის შეიქმნა კონკრეტული ფაქტის გამოსახატავად, „Golden Goal“ ბოლო წუთებში გატანილ გოლს აღნიშნავს, რომელმაც გუნდს მოგება მოუტანა. ოკაზიონალური გამოთქმა ნეოლოგიზმად დამკვიდრდა.

იგივე შეგვიძლია ვთქვათ შემდეგ მაგალითზეც:

_Glass Ceiling (1984, Adweek). An unofficial barrier to personal advancement, especially of a woman or a member of ethnic minority in employment (არაოფიციალური ბარიერი დაწინაურებისას).

1984 Adweek: “Women have reached a certain point – I call it glass ceiling. They are in the top of middle management and they’re stopsping and getting stuck” (ეითო, 2007:215);

_ Green Shoots (1991). Signs of economic recovery. The usage was brought to public notice in Britain when the Chancellor of the Exchequer, Norman Lamont, said: “The green shoots of economic spring are appearing” (ეითო, 2007:216);

ეკონომიკური წინსვლის ნიშნები.

_Ear tickler. This is someone who pleases other people with paying them a lot of compliments. Earliest use found in “The Gentleman's Magazine”. წყარო №39

პიროვნება, რომელიც გამუდმებით ითხოვს კომპლიმენტებს (გამოიყენეს ჟურნალში “The Gentleman's Magazine”).

ფრაზა „გენაცვალე პოლიციელები“ სააკაშვილს ეკუთვნის. რუსეთში პოლიციელებს „გენაცვალეებს“ ეძახიან“, რითაც მან სცადა ეჩვენებინა, რომ რუსული მილიციის რეფორმა ქართული პოლიციის რეფორმის წაბადვით ხორციელდება). იხ. წყარო №40

„ფეისბუქის ლიბერალები“ იხ. წყარო №41

„რომის პაპა“ - ეს გამოთქმა ორი გამოთქმის შერწყმითაა მიღებული, ისევე, როგორც „გააწყალა საქმე“ „გააწყალა გულისა“ და „გააჭირა საქმის“ კონტამინაციით). ამ გზით მიღებული ოკაზიონალიზმია „რომის პაპა“ (თოვლის პაპასა და რომის პაპის ერთმანეთში შერევა). წარმოდგენილ მაგალითებს შესაძლოა ვუწოდოთ ფრაზეოლოგიური ოკაზიონალიზმები, როგორც მათ ზოგი ლინგვისტი მოიხსენიებს, ან - ოკაზიონალური სინტაგმა.

ოკაზიონალიზმები და ნეოლოგიზმები შეიძლება წარმოგვიდგეს **სხვადასხვა ჯგუფად**, მაგალითად: **აბრევიატურებისა თუ აკრონიმების სახით**.

ოკაზიონალური აბრევიატურა გამოიკვლია თავის სადისერტაციო ნაშრომში ი. ვიაჩესლავოვნამ. ის ორ ძირითად კატეგორიას გამოყოფს. ესენია **კონვენციონალური აბრევიატურები და ოკაზიონალური აბრევიატურები**. ის მათ შემდეგნაირად განმარტავს: „ოკაზიონალური აბრევიატურები არის ის ერთეულები, რომლებსაც ავტორი ტექსტის სიუჟეტის განვითარების მხრივ იყენებს კონკრეტულ მხატვრულ ტექსტში, რომლის ერთ-ერთ მიზანს ენის ეკონომია წარმოადგენს. მართალია, ეს აბრევიატურები შეიქმნა კონკრეტულ ტექსტში, თუმცა მათ შემდგომ დაიწყეს საკუთარი ცხოვრება“ (ვიაჩესლავოვნა, 2007:45). ი. ვიაჩესლავოვნას სტატიიდან ოკაზიონალური აბრევიატურების მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ: **NERF** (national environmental resource fund) და **ULF**(unknown life forms), მკლევარი მათ ავტორისეულ აბრევიატურებად მოიხსენიებს, რადგანაც მათ თავი იჩინეს კონკრეტულ ავტორებთან. **NERF** - გამოჩნდა ამერიკელი ფანტასტიკური ჟანრის მწერლის - მ. კრაიტონის რომანში “State of Fear” (2004). **ULF** - თავი იჩინა იმავე ავტორის რომანში „Sphere“ (1987). მოსაზრებას ოკაზიონალური აბრევიატურების შესახებ ნაწილობრივ ჩვენც ვეთანხმებით და სწორედ მასზე დაყრდნობით გამოვყავით შემდეგი მაგალითები:

– **PC** (politically correct, პოლიტიკურად გამართლებული)

1986-ში გაზეთმა ”NewYork Times“-მა გამოიყენა.

მაგ: “ There’s too much emphasis on being P. C. (ეთო, 2007:219)

– **NIMBY** (Not in my back yard) გამოიყენება იმ ადამიანის აღსანიშნავად, რომელიც გამუდმებით წუწუნებს, რადგანაც არ სურს რაიმე არასასიამოვნო მოხდეს მის ახლომახლო. აბრევიატურას განვიხილავთ, როგორც ოკაზიონალურს, რადგანაც მას ავტორი ჰყავს, პირველად ის გამოიყენა ვოლტერ როდჯერსმა.

1980 Christian Science Monitor: “A secure landfill anywhere near them is anathema to most Americans today. It’s an attitude referred to in the trade as NIMBY – not in my back year”(ეითო, 2007:219).

– **WAG** (Wives and Girlfriends) გამოიყენება ფეხბურთელების პარტნიორების აღსანიშნავად. აბრევიატურა პირველად მედიასივრცემ გამოიყენა 2006 წელს ჩატარებული მსოფლიო საფეხბურთო ჩემპიონატის დროს. გაზეთმა “The New Yorker” ვიქტორია ბექჰემს უწოდა: „The queen of the WAGs” [წყარო №42].

ქართული ტელესივრციდან შემოსული ოკაზიონალური აბრევიატურებია **ჩცდ**, **ბცვ** (ჩემი ცოლის დაქალები, ბიზნესმენტა ცოლთა კლუბი).

„ახალი ლექსიკური ერთეულები წარმოიქმნება სიტყვაწარმოების სხვადასხვა საშუალების გამოყენებით. ეს საშუალებანი სხვადასხვა სტრუქტურის მქონე ენებში ძირითადად ორ ტიპამდე არის დაყვანილი. ესენია; 1) აფიქსური (პრეფიქსული, სუფიქსური, პრეფიქს–სუფიქსური) სიტყვაწარმოება, 2) ფუძეთა შეერთება ანუ რთული სიტყვების – კომპოზიტების – წარმოქმნა (კომპოზიცია)“ (არონია, 2010:7).

სიტყვაწარმოება პროდუქტიული პროცესია. ახალი სიტყვები თანამედროვე ენებში უკვე არსებული ნიმუშების მიხედვით იწარმოება, თუმცა ენის პოტენციალი სრულყოფილად არ გამოიყენება. ენის მომხმარებელს შეუძლია ბევრი ახალი სიტყვის შექმნა, რომელიც სიტყვაწარმოების ყველა წესის დაცვით ამა თუ იმ სიტყვაწარმოებითი ნიმუშის მიხედვით იქნება ნაწარმოები, მაგრამ ისინი ენის აქტუალურ ლექსიკაში არ მკვიდრდება სხვადასხვა მიზეზის გამო.

საკვლევ კორპუსზე დაკვირვებამ დაგვარწმუნა, რომ ოკაზიონალიზმები სტრუქტურულად და სემანტიკურად მრავალფეროვანია. მათი უმრავლესობა ჩვეულებრივ ქართულსა თუ ინგლისურ ენაში არსებულ სიტყვათწარმოების წესებს ექვემდებარება, ჩვეულებრივ იმ წესებს, რომლებითაც ლექსიკის უზუალური ნაწილი არის ნაწარმოები.

თავი III

ოკაზიონალიზმების ფუნქციონირება თანამედროვე მასმედიაში

3.1. მასობრივი მედია, როგორც ოკაზიონალიზმების გამოვლენის ერთ-ერთი წყარო

ზოგადად კომუნიკაციის გარეშე საზოგადოების არსებობა წარმოუდგენელია. საზოგადოება კომუნიკაციის საფუძველზე წარმოქმნილი ურთიერთობების ჯაჭვია, ის კომუნიკაციის გარეშე პიროვნებების ერთ სივრცეში არსებობა იქნებოდა მხოლოდ.

კომუნიკაციის მოთხოვნილება გაჩნდა ადამიანის გაჩენისთანავე. კომუნიკაცია არის საზოგადოების, როგორც სოციალური სისტემის მთავარი ინსტრუმენტი. იგი წარმოიშვა ლათინური სიტყვიდან („communicatio“) და ნიშნავს გაცვლას, კავშირს, საუბარს. კომუნიკაცია არის უშუალოდ საუბარი, ტელეგადაცემა, არის გარეგნული იერსახე და ასე შემდეგ. შემთხვევითი არ არის, რომ არსებობს კომუნიკაციის მრავალსახეობა.

მკვლევრები ყველაზე ხშირად აღნიშნავენ, რომ ინფორმაციას შეუძლია ზემოქმედება მოახდინოს მასობრივ ცნობიერებაზე. მასობრივ-კომუნიკაციური პროცესების განვითარება ხელს უწყობს ზოგადად ცივილიზაციის განვითარებას. კაცობრიობა ვერ განვითარდება ურთიერთობების გარეშე. ამასთანავე, მსოფლიო და მასში არსებული ურთიერთობები ქმნიან ერთ მთლიანობას და ერთი გულისხმობს მეორეს.

„მეცნიერება მასობრივი კომუნიკაციის შესახებ სოციალურ მეცნიერებათა ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია. მასობრივი კომუნიკაციის თეორია ემყარება ზოგადი და სოციალური ფსიქოლოგიის, სოციოლოგიის, ლინგვისტიკის, კიბერნეტიკისა და ინფორმაციის თეორიის, სემიოტიკისა და სხვა მეცნიერებათა მონაცემებს და განიხილავს მასობრივი ინფორმაციის შექმნის, გადაცემისა და აღქმის ზოგად კანონზომიერებებს“ (სურგულაძე, 2003:13).

მასმედია არის ყველა ის მედიატექნოლოგია, რომელიც 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, პროკლამაცია და სხვ.

საგაზეთო ინფორმაციას დღევანდელ პირობებში მნიშვნელოვანი ფუნქცია აკისრია. როგორც ცნობილია, საგაზეთო სტილი სხვადასხვა სახეობად თუ ჟანრად იყოფა, რომელთაგანაც თითოეულს სინტაქსური და ლექსიკური საშუალებების ნაკრები ახასიათებს.

პუბლიცისტური სტილის ზოგადი მიზანი, რომელმაც გამოყო ის ცალკე სტილად, არის ხალხის აზრზე ზეგავლენა, მკითხველის დარწმუნება იმაში, რომ ამა თუ იმ სტატიაში არსებული ინტერპრეტაციები არის ერთადერთი სიმართლე მოცემულ სიტუაციაში.

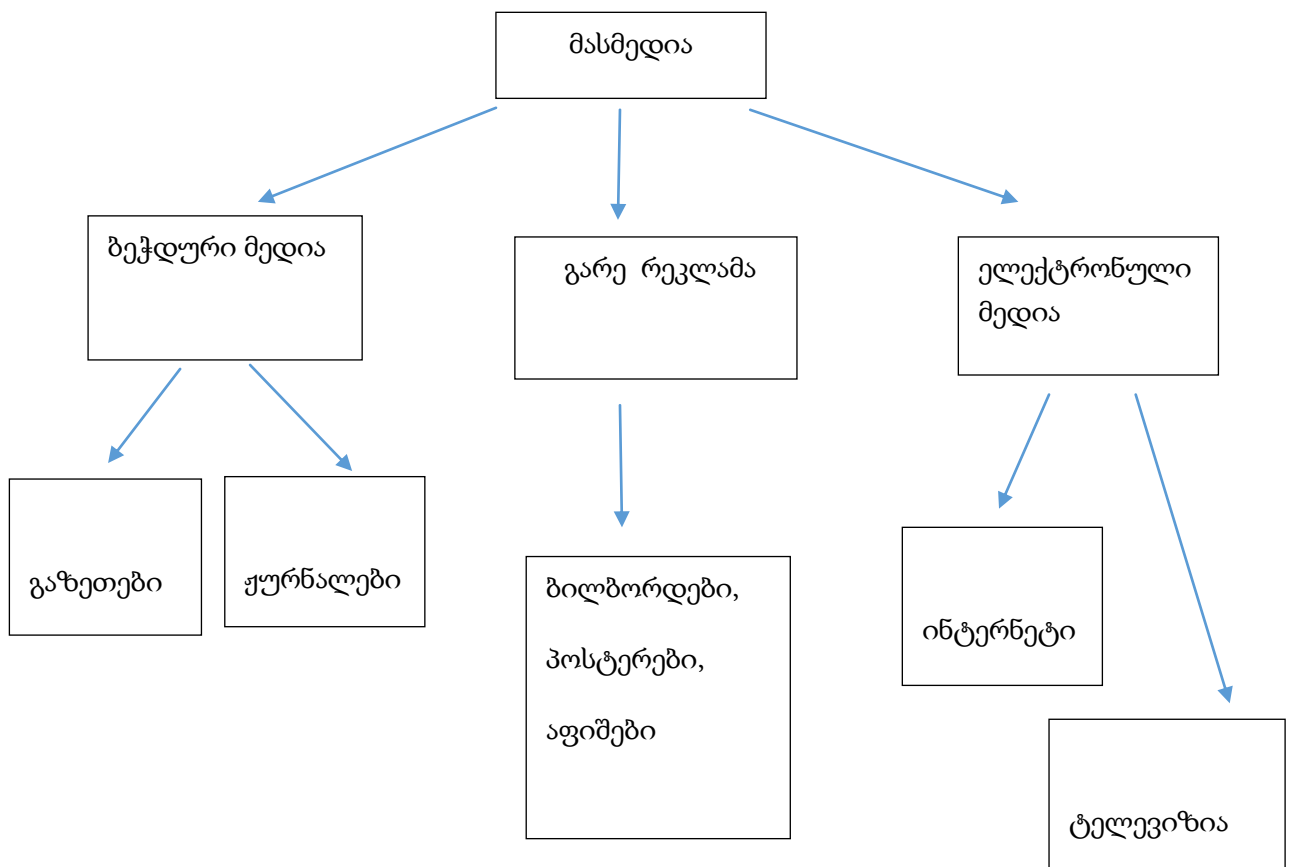
როგორც ცნობილია, გაზეთი, როგორც მასობრივი ინფორმაციის ერთ-ერთი სახეობა, რომლის მეშვეობითაც ინფორმაცია კომუნიკაციის სპეციფიკური ტიპია.

გაზეთი მოიცავს როგორც ვერბალურ, ისე ვიზუალურ კომუნიკაციას; იგი კომუნიკაციის ერთობ საინტერესო და ორიგინალურ ფორმას წარმოადგენს, სადაც კომუნიკანტებს (ადრესანტს და ადრესატს) შორის არ არის უშუალო კავშირი, იგი ფაქტობრივად დისტანციური ტიპისაა, ე. ი. ინფორმაციის გადამცემი (ადრესანტი) აქტიურია, მიმღები (ადრესატი) კი პასიური, მაგრამ გაზეთშიც, ისევე როგორც მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებებში (რადიო, ტელევიზია), აღნიშნული უკუკავშირი ფარულია, გაითვალისწინება ადრესატის სოციოლინგვისტური ფაქტორები (ასაკი, სქესი, სოციალური სტატუსი, პროფესია, ეროვნული ან რეგიონალური წარმომავლობა, სარწმუნოებრივი შეხედულება) ზემოთქმულის თვალნათელი მაგალითებია გაზეთები:

- „საბავშვო კარუსელი,“ რომელიც ორიენტირებულია ბავშვებზე.

- „ახალი განათლება,“ რომელიც ორიენტირებულია განათლებასა და საგანმანათლებლო სისტემაში მიმდინარე ცვლილებებზე.

ბეჭდვითი მედიისგან განსხვავებით, ინტერნეტი იმავე ქმედებას ახორციელებს ოღონდ ვირტუალური ფორმით. ინტერნეტის დახმარებითაც არის შესაძლებელი სტატიის, წერილის, ბროშურის, წიგნის, პროკლამაციის გამოქვეყნება და ფართო მასებისთვის შეთავაზება თუ გაცნობა.



აქვე გვსურს აღვნიშნოთ, რომ ოკაზიონალური ერთეულები შეიმჩნევა მასობრივი მედიის ყველა ზემოაღნიშნულ არეალში, რომელთა ანალიზი და მიმოხილვაც მოცემულია ჩვენ მიერ წარმოდგენილ დისერტაციაში.

მასობრივი კომუნიკაციის მედიაორიენტირებული მიდგომა ეფუძნება თვალსაზრისს, რომლის მიხედვითაც ადამიანი ემორჩილება მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების ზემოქმედებას. ინფორმაცია, რომელიც გადაიცემა სხვადასხვა საშუალებით, თავად არის ზემოქმედების იარაღი.

„მასმედია, თავის მხრივ, თავისებურებები ახასიათებს: ურთიერთობაში მყოფ მხარეთა არაპირდაპირი ხასიათი, სხვადასხვაგვარ აუდიტორიაზე ერთდროული ზემოქმედება, ინფორმაციის გადაცემის სიხშირე და რეგულარულობა, შეტყობინების შინაარსის უნივერსალურობა სტერეოტიპიზაციის ელემენტებით“ (სოციალურ და პოლიტიკურ ტერმინთა ლექსიკონი – ცნობარი, 2004: 157-158). აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ მასმედიას არაპირდაპირთან ერთად პირდაპირი ურთიერთობაც ახასიათებს.

ჟურნალისტის მიერ მოპოვებული ინფორმაცია, თანამედროვე მოთხოვნების შესაბამისი, ყოველთვის „ახალი“ და ექსკლუზიური უნდა იყოს, რაც აუდიტორიის ყურადღების მიპყრობის ერთ-ერთი გამოცდილი საშუალებაა. რაკი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ორიენტირებულია მასობრივ მკითხველზე, ამიტომ პუბლიცისტური სიტყვა ხასიათდება მასში ემოციური კომპონენტის დიდი როლით, რომელიც იძენს საგაზეთო პუბლიკაციური სტილის ჩარჩოებში შეფასებით ხასიათს. შეფასებითობა მოიაზრებს რიგ შემთხვევაში ოკაზიონალიზმების ექსპრესიულ შეფერადებას. ავტორი ამ დროს მიისწრაფვის „სიახლის ეფექტის“, უჩვეულობისკენ და ცდილობს, არ გამოიყენოს ამა თუ იმ სიტყვის განმეორება. ჟურნალისტის მიზანია აზრის ზუსტად, ლაკონიურად და ხატოვნად გადმოცემა. ენის განვითარების თანამედროვე ეტაპზე განსაკუთრებულ ინტერესს წარმოადგენს, თუ როგორ უნდა აისახოს ესა თუ ის შინაარსი უკეთესად და ზემოქმედების მაქსიმალური ეფექტით ადრესატზე.

მასმედია ეს ის საშუალებაა, სადაც ოკაზიონალიზმი საკმაოდ ხშირად იქმნება. ფაქტია, რომ ეს საშუალებას იძლევა იმისთვის, რომ ახალ ლექსიკურ ერთეულთა ნაკადის შემოსვლა ენაში უფრო გაადვილდეს.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, მასმედიის და ენის ურთიერთმიმართების კომპლექსური საკითხის კვლევა რთულ და აქტუალურ ამოცანას წარმოადგენს. ინფორმაცია მასმედიის საშუალებით ადვილად და, რაც მთავარია, სწრაფად ვრცელდება, ახალი ლექსიკური ერთეულები კი ხშირ შემთხვევაში საკმაოდ პოპულარიზაციას მოიპოვებენ მასმედიის წყალობით.

ერთ-ერთი საშუალება, რომელიც პუბლიცისტიკაში პოპულარიზაციის მოპოვების შესაძლებლობას იძლევა, ოკაზიონალიზმია. როგორც უკვე ბევრჯერ აღვნიშნეთ, ოკაზიონალიზმი არის უნიკალური ექსპრესიული ლექსიკური ერთეული, რომელიც აგებულია ნორმატიული ან უნიკალური სიტყვათწარმოებითი მოდელებით. ოკაზიონალიზმებს აქვს მომატებული გამომსახველობა თავისი უჩვეულობის მეშვეობით. ისინი, როგორც წესი, ექსპრესიულადაა დატვირთული. ოკაზიონალიზმი ეს ის ერთეულია, რომელიც ეხმარება ადრესანტს თავისი ინტენციის ეფექტურად განხორციელებაში, თუმცა ოკაზიონალიზმების შექმნისას საჭიროა ადრესანტმა გაითვალისწინოს ადრესატის სოციალური და კულტურული ასპექტები, რათა მიაღწიოს საჭირო შედეგს და მოახდინოს გავლენა მათ ცნობიერებასა და ღირებულებებზე, რადგანაც ოკაზიონალიზმების აღქმა ადრესატის მიერ მის ლინგვოკულტურულ ფონურ ცოდნასაც მოითხოვს. კომუნიკაციის ყოველი აქტი გულისხმობს, რომ კომუნიკანტებს აქვთ წარმოდგენა ერთმანეთის თეზაურუსებზე, ფონურ ცოდნასა თუ სამყაროს ხატზე. ფონური ცოდნა გულისხმობს ქვეყნის კულტურის, ქცევის ნორმების, სოციალური ზნე-ჩვეულებების ცოდნას, რისი უგულებელყოფაც დაუშვებელია: „აზრიანი ქმედება, მხოლოდ იმათი ხვედრია, რომლებსაც ეს ცოდნა აქვთ“ (ვეჟბიკაია, 1996:175).

„Hatchimals, should be £59.99 but generally on sale for £120“ [წყარო №43].

აქ მოცემული ოკაზიონალიზმი Hatchimals (hatch+animals, გამოჩეკა+ცხოველები), ლინგვოკულტურულ ფენომენს არ წარმოადგენს, შესაბამისად მარტივია რეკლამის შემქმნელის ინტენცია. საუბარია ისეთ სათამაშო ცხოველებზე, რომლებიც არ მიეკუთვნებიან ძუძუმწოვართა ჯგუფს.

„FurReal Friends Torch My Blazin Dragon“. წყარო №44

ოკაზიონალიზმი FurReal (fur+real, ბეწვი+ნამდვილი) არანაირ ფონურ ცოდნას არ მოითხოვს, რეციპიენტი ადვილად შიფრავს მასში ჩადებულ აზრს, ოკაზიონალიზმი სრულიად ექსპლიციტურია.

„გაკურდღლებული“ სულით თხუთმეტ ნაწილად განიყოფოდა და თხუთმეტ ახალგაზრდაში ჩასახლდებოდა“ („ასავალ-დასავალი“ №29, 2016:2).

„ვაი-მეცნიერმა“ სული შეიწუხა და სასწრაფოები გამოიძახა“ („ასავალ-დასავალი“ №29, 2016:5).

საწინააღმდეგოს ვხვდებით შემდეგ მაგალითებში:

The word “**Obamaism**” never quite took off, but the president can settle for “**Obamacare**”. იხ. წყარო №45

”The triumph of **Trumpism**: the new politics that is here to stay“ [იხ. წყარო №46].

„განხეთქილების ვაშ(ლ)აძე“ („ასავალ-დასავალი“, 2016:2 N19).

„ოცნება სააკაშისტების მხარეზე ბრუნდება“ („ასავალ-დასავალი“, 2016:5 N15).

აღნიშნულ განცხადებებში შექმნილი ოკაზიონალიზმები: Obamism, Obamacare, Trumpism, ვაშ(ლ)აძე და სააკაშისტები, აშკარად მოითხოვს ადრესატისგან ფონურ ცოდნას. ფონური ცოდნის გარეშე კომუნიკაცია წარუმატებელი იქნება. შესაბამისად, ინფორმაციის ავტორი კარგად უნდა გეგმავდეს, ვისზეა სტატია განკუთვნილი და რა მიზნებს ემსახურება ის.

ზემოქმედების ფუნქცია გადამწყვეტ როლს თამაშობს მედიაკომუნიკაციაში. ამ ფუნქციის საშუალებით ხდება მკითხველის ცნობიერებაზე ზემოქმედება, მისი ქცევის მართვა, რაც როგორც იმპლიციტური, ასე ექსპლიციტური ლინგვისტური საშუალებების გამოყენებით მიიღწევა. მედიატექსტებში გამოყენებული ოკაზიონალური ერთეულები ძირითადად სემანტიკურად გამჭვირვალეა და ქვეყანაში მიმდინარე აქტუალურ თემებს ეხება, თუმცა მათი უმეტესობა ითხოვს გარკვეულ ფონურ ცოდნას.

3.2. ოკაზიონალიზმების ფუნქციონირება მასმედიაში

დღეისათვის ოკაზიონალიზმები გავრცელებულია მასმედიის სხვადასხვა მიმართულებაში, კერძოდ, ბეჭდურ გამოცემებშიც. მათი რიცხვი საგაზეთო ფურცლებზე დღითიდღე იზრდება. შესაძლებელია ასეთი სწრაფი ზრდა ინდივიდუალურ-საავტორო სიტყვებისა ავხსნათ წარმოქმნილი სოციალური მოთხოვნით - ეს არის არაორდინალური დასახელება ახლისა. პუბლიცისტების გაზრდილი ინტერესი ოკაზიონალიზმისადმი შეიძლება იმით ავხსნათ, რომ ასეთი ახალწარმონაქმნები ანგრევს აღქმის სტერეოტიპებს, არიან რა სტრუქტურულად არაორდინალური და სემანტიკურად უჩვეულო.

ოკაზიონალიზმი არის ერთ-ერთი ენობრივი საშუალება პერიოდულ ბეჭდვით ორგანოში ექსპრესიულობის მიღწევისა, რადგანაც ის უშუალოდ განკუთვნილია იმისათვის, რომ ძლიერი ზემოქმედება მოახდინოს მკითხველზე. ოკაზიონალიზმები საშუალებას იძლევა, უფრო ზუსტად გამოიხატოს აზრები და გრძნობები, მიეცეს ზუსტი შეფასება მომხდარს, მეტყველება გაცილებით უფრო ემოციურ, ექსპრესიული გახდეს.

პუბლიცისტიკაში ოკაზიონალიზმები ყველაზე ხშირად გამოიყენება „სიტყვათა თამაშისას“, ე.ი. ჩვენ შეგვიძლია დავინახოთ ენობრივი თამაშის ვარიანტი სიტყვათწარმოქმნის დონეზე.

მაგალითად:

Forth from his den to steal he **stole**,

His bags of chink he **chunk**,

And many a wicked smile he **smole**,

And many a wink he **wunk**. (First news, 2006) იხ. წყარო №47

მოცემულ სიტუაციაში ავტორი შეგნებულად ცდილობს, გამოხატოს წარსული დროის ფორმა ზმნის Smile- „გაღიმება“ „smole“ („smiled“-ის მაგივრად), ზმნის “steal”

„მოპარგვა/გაქურდვა“ „stole“ ანალოგიის მიხედვით. მეორე სტროფში კონტრასტულად გამოიყენება არსებითი სახელი „chink“ (წკრიალა ხმა) და ზმნის „to chink“ გართმვას ცდილობს მისი შეთავსებით სიტყვა „chunk“ - თან და მათი ანალოგიით ლექსის ბოლო სტროფში ავტორი ცდილობს შექმნას ზმნის „wink“ (თვალის ჩაკვრა) წარსული დროის ფორმა „wunk“ (winked -ის მაგივრად).

შემდეგ სახუმარო ლექსში არსებითი სახელების მრავლობითი რიცხვის ფორმების გადათამაშებაა: is the plural of booth then beeth?...

The plural of tooth is teeth;

*Is the plural of booth then **beeth**?*

The plural of mouse is mice;

*Is the plural of spouse then **spice**?*

The plural of that is those;

*Is the plural of hat then **hose**?*

*And the plural of rat then **rose**?*

Who knows? (TwinCities, 2016) [იხ. წყარო №48].

ამის შედეგად ჩნდება „მცდარი,“ ენაში არარსებული არსებითი სახელის მრავლობითი რიცხვის ფორმები: „beeth“ („booths“ მაგივრად) არსებითი სახელიდან „booth“ (ჯიხური), „spice“ (spouses მაგივრად) არსებითი სახელიდან spouse“ (მეუღლე კაცი, ქალი) „hose“ („hats“ მაგივრად) არსებითი სახელიდან „hat“ (ფარფლებიანი ქუდი), „rose“ („rats“ მაგივრად) არსებითი სახელიდან „rat“ (ვირთხა). აქ ნაწარმოები სიტყვები შესაძლოა ფონეტიკურ ოკაზიონალიზმთა ჯგუფში გავაერთიანოთ.

ერთ-ერთი სტატის სათაურში ვკითხულობთ:

“Toryism is dead in Scotland” (The Guardian, 2011) [იხ. წყარო №49].

წარმოდგენილ მაგალითში ოკაზიონალიზმი შექმნილია აფიქსაციის მეშვეობით (“tory” ტორი) -ინგლისური პოლიტიკური პარტიის სახელწოდება სუფიქს „ism-თან ერთად წარმოქმნის ახალ სიტყვას, რომელშიც იმპლიციტირებული არის ავტორის ინტენცია - ირონია და უნდობლობა გამოხატოს პარტიის მიმართ.

დავაკვირდეთ მომდევნო საგაზეთო სათაურს: **“Poopless pets top the list for must-have toys this Christmas”**(Independent) [იხ. წყარო №50].

“Poopless” - წარმოადგენს სიტყვათწარმოქმნის კიდევ ერთ მაგალითს. სუფიქსი “less” არსებით სახელს poop (რომელიც ნიშნავს „ფეკალიას“) აძლევს დანაკლისის, ჩამორთმევის მნიშვნელობას; სტატიის ავტორი მოგვითხრობს ელექტრონულ შინაურ სათამაშო ცხოველებზე, რომლებიც არ უქმნიან პატრონებს პრობლემებს ნამდვილი შინაური ცხოველებისგან განსხვავებით.

პრესაში გამოიყენება დიდი რაოდენობით მორფოლოგიური ოკაზიონალური სიტყვა, მაგალითად სიტყვა - **tandemocracy**.

„TANDEMOCRACY –Back in the saddle” (The Moscow news) [იხ. წყარო №51].

ეს არის სიტუაცია, ილუსტრირებული შესაბამისი კარიკატურით, ველოსიპედის გამოსახულებით. ოკაზიონალიზმი შედგება ორი სიტყვისაგან (tandem + democracy) და მიანიშნებს რუსეთში არჩევნების შემდგომ პოლიტიკურ სიტუაციაზე, მასში იმპლიციტირებულია დემოკრატიის გამასხარავება, შეინიშნება იუმორი.

“He referred to education leaders as **“educrats”** or wielders of **“blackboard power”**”. იხ. წყარო №52

მოცემულ მაგალითში სიტყვა “educrats” სიტყვათკომბინაციის მაგალითია, ნაწარმოები ორი სიტყვიდან- “education” („განათლება“) “bureaucrats” („ბიუროკრატები“).

BBC NEWS რეკლამას უკეთებს მსოფლიოში პირველ ავიახაზებს განკუთვნილის ცხოველებისათვის, თვალში საცემი სათაურით:

“Pet airline welcomes **'pawsengers'**” (BBC NEWS, 2009) [იხ. წყარო №53].

“paw” (თათი) + „passenger” (მგზავრი). მოცემული ოკაზიონალიზმი კომიკური ეფექტის მქონეა.

სათაურში: “**Pawtraits** of love: The owners who paid hundreds to immortalize their pets for ever” (Daily Mail). იხ. წყარო №54

“paw”-თათი + “portrait” - პორტრეტი. სტატიის ავტორმა ოკაზიონალიზმი შექმნა, რათა ხაზი გაესვა ფაქტზე, რომ ეს იყო საგანგებოდ ცხოველის პორტრეტი, ის ხაზს უსვამს მეპატრონის განსაკუთრებულ დამოკიდებულებას ცხოველის მიმართ.

იუმორისტული ეფექტის მქონეა მომდევნო მაგალითიც:

“Who’s a VERY clever doggy! Prepare to be **bow-wowed** as we put Chaser, the world’s brainiest dog, to the test” (Daily Mail, 2011) [იხ. წყარო №55].

ზემოთ წარმოდგენილ მაგალითში ავტორი იყენებს ონომატოპეას “bow-wow” და სიტყვათწარმოების დონეზე გრამატიკულ ნორმათა დარღვევით მას უმატებს “ed” სუფიქსს. გაოცების და აღფრთოვანების გამოსახატავად ძაღლის უნარებთან დაკავშირებით, რომლის შესახებაც არის საუბარი საგაზეთო სტატიაში.

“Mystery of the **cat-napper**” (“Mail Online”, 2007) [იხ. წყარო №56].

ოკაზიონალიზმი “cat-napper” ორი სიტყვის შეერთებით არის მიღებული “a kidnapper”(ბავშვის გამტაცებელი) + “a cat”(კატა). სიტყვა სემანტიკურად გამჭვირვალეა და გასაგებია კონტექსტის გარეშე. საუბარია ისეთ ადამიანზე, რომელიც შინაურ ცხოველს იტაცებს.

“My new year forecast: **Trumpian** uncertainty, and lots of it” [იხ. წყარო №57].

პროფესორი ჯოზეფ სტიგლიტზი აღნიშნავს, რომ მისთვის გაურკვეველია, თუ რომელ პოლიტიკურ მმართველობას აირჩევს დონალდ ტრამპი. ის იყენებს

ოკაზიონალიზმს „Trumpian”(Trump+ian), რომელიც შეიძლება განიმარტოს, როგორც ტრამპული.

“The Obamian formula appears to conciliate this conflict in an all easy logic with reference to the good and the bad” [იხ. წყარო №58].

„ობამური ფორმულა“ წერს სტატიის ავტორი და ქმნის სიტყვას - ობამური (Obama+ian), რათა ხაზი გაუსვას ამერიკის პრეზიდენტ ბარაკ ობამას მიერ შემუშავებულ სტრატეგიას.

შეპირისპირებითი ანალიზის გასაკეთებლად განვიხილოთ ქართულ მასმედიში გამოყენებული ოკაზიონალიზმები. აქ კიდევ ერთხელ დავრწმუნდებით, რომ ოკაზიონალიზმები ქართული მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებშიც საკმაოდ ხშირად გამოიყენება და ვფიქრობთ, საკმაოდ საინტერესოა მათი ანალიზი, რადგანაც ეს ტენდენცია მზარდია, თუმცა მათი კვლევა მასობრივ მედიაში ნაკლებად მოგვეპოვება.

მაგალითები ქართული მასმედიიდან: „მე იბიარდზე ვერასოდეს ვერ ვიქნები – მე ერთგული მეუღლე ვარ. ეს თქვენი გუნდი დადიოდა ამ "იბიარდზე" 10 წლის განმავლობაში. ეს „იბიარდობა“ ეტყობა ქვეყანას. ამიტომ „ნაიბიარდები“ ქვეყნის გამოყვანა სტაგნაციიდან ძალიან ძნელია. ჩვენ ვეცდებით საღი აზრების იმპლემენტირება გავაკეთოთ“, - განაცხადა ს. ჯაჭვლიანმა სესიაზე (ირკვევა, რომ დეპუტატმა ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკის აბრევიატურა, სავარაუდოდ, არ იცოდა. “EBRD”) (იბიარდი + ობა; ნა-იბიარდ-ები) მოცემულ მაგალითში ოკაზიონალიზმი შეიქმნა გალიზიანების შედეგად [იხ. წყარო №59].

„ბესელკები“ – (ბესელია + (კ)ები) წლის დასაწყისში ძალიან პოპულარული გახდა ნიკა მელიას მიერ ეკა ბესელიას ფეხსაცმელზე გამოთქმული შეფასება, მან დეპუტატის თეთრ ჩექმას „ბესელკები“ უწოდა. ამის შემდეგ ეს ტერმინი ათასგვარი ინტერპრეტაციით მთელი წლის განმავლობაში ტრიალებდა და სავარაუდოდ კარგა ხანს კიდევ არ დაკარგავს აქტუალურობას [იხ. წყარო №60].

„პირდაპირ ეთერში ჩართული „ნაცფიურერი“ რომ გვიმტკიცებდა გულზე მჯილის ცემით“(ნაციონალების ფიურერი)(„ასავალ-დასავალი“ №29, 2016:9).

„კვირგვინოსნები“ (კვირის გვირგვინოსნები) (ასავალ-დასავალი №33, 2016:3)

„ბანკსტერები“ (ბანკირები+განგსტერები)(„ასავალ-დასავალი“ №1, 2017:13).

„გრიგალაშვილის ვალერგიული ხველა „ბიოცისტერნის მაცნეში“ (გრიგალა-შვილი ვალერი, სახელისგან ნაწარმოები ოკაზიონალიზმი. ვალერი+ალერგიული) (ასავალ-დასავალი №33, 2016:8).

„ნა(ც)პროკურორალ ვალერი გრიგალაშვილის პასკვილის პასუხად“ (ნაციონალების პროკურორი) („ასავალ-დასავალი“ №33, 2016:8).

„არაფერი შეგეშალოთ, ბოკერია „მეტრამპესა“ არ აჰყვეთ“(ტრამპის მომხრე - „მეტრამპე“).

„სააკაშვილს ვიდრე დონალდ ტრამპი არ შემოუთვლის - შე „ტრუპო“ რას მახსენებ, რომელი შენი ძმაცაი მნახე, რას „გამიტრამპე“ საქმეო, მანამდე არ გაჩერდება [იხ. წყარო №61].

აღნიშნულ მაგალითში ოკაზიონალიზმის კიდევ ერთი დამახასიათებელი თვისება გამოიკვეთა, რაც მის ერთ-ერთ ფუნქციად შეიძლება ჩაითვალოს - **შელამაზებელი ნათქვამი, უწმაწური სიტყვების თავიდან არიდება.**

მასმედიაში განხილული ოკაზიონალიზმების მაგალითების ანალიზის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ აღნიშნულ სფეროში ოკაზიონალიზმები შემგომი დატვირთვით ფუნქციონირებენ: ირონია, კომიკური ფონი, გაღიზიანება, შელამაზებელი ნათქვამი. კონკურენციაც შეიძლება ჩაითვალოს ერთ-ერთ დატვირთვად, თუმცა პოლიტიკურ დისკურსში აშკარად გამოიკვეთა ირონიის დომინანტურობა სხვა ფუნქციებთან შედარებით. სხვადასხვა ტიპის ოკაზიონალიზმების მიმოხილვამ გვიჩვენა, რომ მასობრივ მედიაში გამოკვეთილი ოკაზიონალიზმები ძირითადად გრამატიკულ-მორფოლოგიურია.

3.3. ოკაზიონალურ ელემენტთა გამოყენება ბილბორდებში

მასმედიის ნაირსახეობას წარმოადგენს სარეკლამო აბრები ე.წ. ბილბორდები, ნიშნულები, პლაკატები, კომერციულ ფართებზე, მაღაზიებსა თუ სხვა დაწესებულებებზე, ავტობუსებზე, სამარშრუტო ტაქსებზე, გაკრული შიდა თუ გარე მხარეს, რაც რეკლამის სახელით შეიძლება გაერთიანდეს.

ბილბორდები მასმედიის ერთ-ერთი პოპულარული სახესხვაობაა, რომელიც საკმაოდ კარგ და ვრცელ საკვლევ მასალას წარმოადგენს ოკაზიონალიზმების კვლევის მიმართულებით. მისი ამოცანაა ხალხის ყურადღების მიზიდვა, მას აშკარა და უშუალოდ გამოხატული ზემოქმედების, ანუ ექსპრესიული ფუნქცია ახასიათებს. ამ სტილს მიმართავენ მაშინ, როცა ავტორს (კოლექტიურს თუ ინდივიდუალურს) ამოდრავებს მიზანი, ადრესატს მიაწოდოს გარკვეული ინფორმაცია, რაც შეიძლება სწრაფად და გასაგებად, და ამავე დროს, გამოიწვიოს აუდიტორიისგან (მკითხველისგან) სასურველი მიმართება შეტყობინებისადმი. არსებობს მრავალი მოსაზრება, რომ აუდიტორიის ცნობიერება დამოკიდებულია მასმედიის მიერ გავრცელებულ ინფორმაციაზე. ფაქტია, რომ ამგვარი დამოკიდებულება არ არის ცალმხრივი, „აუდიტორია ხშირად გამოდის დამკვეთის როლში და მასმედია დამოკიდებულია მასზე. შესაბამისად, მასმედიას შეუძლია არა მარტო ზემოქმედება, არამედ ასახვა, არეკვლა იმისა, რაზედაც ზემოქმედებს“ (მარლანია, 2005: 28).

თანამედროვე მასმედიის ენა გლობალიზაციას ერთგვარი მოზაიკური სურათის შექმნით ეხმიანება. როგორც წესი, ბილბორდები და პოსტერები გამოიყენება მომხმარებლის ქვეცნობიერზე ზემოქმედების საშუალებად. შესაბამისად, რეკლამის ტექსტთა უმეტესობა შეიცავს ადვილად დასამახსოვრებელ და ყურადღების მიმპყრობ სიტყვებს. სარეკლამო აბრები, ისევე როგორც მაღაზიათა და დაწესებულებათა სახელწოდებები, საუკეთესო საშუალებაა პოტენციური მომხმარებლის მოსაზიდად. ამ საშუალებით რეკლამა ვრცელდება ყველაზე, ვინც სარეკლამო აბრის ახლოს მოძრაობს. რეკლამის ამ სახით გავრცელების ნაკლი არის ის, რომ საზოგადოება მას ადვილად ეჩვევა და შესაბამისად, ეფექტის დონეც იკლებს, ამიტომაც რეკლამის ავტორი ცდილობს შექმნას ისეთი სიტყვების შემცველი

რეკლამა, რომელიც გავლენას მოხდენს ხალხზე. თუ რეკლამა დინამიკური ხასიათის არ არის, შეგუების ხარისხი უფრო მაღალია მომხმარებლის ცნობიერებაში, აქედან გამომდინარე იქმნება ოკაზიონალიზმები.

ბილბორდებსა და პოსტერებზე გამოკვეთილი ოკაზიონალიზმები:

იმის დასადგენად, თუ როგორ ფუნქციონირებენ ოკაზიონალიზმები ბილბორდებზე, მოვიძიეთ მაგალითები და გავაკეთეთ მათი ანალიზი.

✓ **Marlboro Magnifisound**



ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Magnificent (Adj.)	Magnifisound	Magnificent+sound (Adj+N)	Blending (შერწყმა)

სიტყვა (ჩინებული+ქღერა) მარლბოროს კომპანიამ პირველად გამოიყენა ბილბორდზე მოწყობილი დიდი წვეულების დასასახელებლად. შექმნილი ოკაზიონალიზმით კომპანია ხალხის ქვეცნობიერზე უნებლიეთ ზემოქმედებს და თან თავისი პროდუქტის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს. რეკლამის მწარმოებლებმა იპოვეს ზუსტი სიტყვები და ლინგვისტური ხერხი მოგებიანი რეკლამის შესაქმნელად.

იმპლიკაცია ამას ნათლად ასახავს, ამასთანავე, თავიდან აცილებულია რთულ წინადადებათა კონსტრუქცია და ლაკონიურად მიეწოდება მთავარი შეტყობინება. იმავე დატვირთვით ფუნქციონირებს ბილბორდებსა თუ პოსტერებში მოპოვებული სხვა ოკაზიონალიზმებიც.

✓ **Soundrenaline** იხ. დანართი 1

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Adrenaline (N)	Soundrenaline	Sound+adrenaline (N+N)	Blending (შერწყმა)

კოლოსალური მუსიკალური ფესტივალის აღსანიშნავად ბილბორდიდან შემოსული სიტყვა მიღებულია ორი სიტყვის შერთვით - „ჟღერა“ და „ადრენალინი“. რეკლამის შემქმნელი ყურადღებას ამახვილებს ღონისძიების განსაკუთრებულობაზე, მასში იმპლიციტირებულ აზრში იკვეთება ავტორის ინტენცია, დაარწმუნოს პუბლიკა ღონისძიების ავანგარდულობაში, შესაბამისად, ის მუსიკისთვის დამახასიათებელ თვისებას - ჟღერადობას აერთიანებს ადრენალინთან (რაც აძლიერებს და ახშირებს გულისცემას და სხვ) და იმპლიკაციაც ნათლად იხატება.

✓ **Sureprice** იხ. დანართი 2

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Surprise (N)	Sureprice	Sure+price (Adj.+N)	Compounding (შეერთება)

სიტყვა შეიქმნა Flex-ის ახალი პროდუქტის იაფი საფასურის წარმოსაჩენად სხვა პროგრამებთან შედარებით (დარწმუნებული+ფასი). აქ კომბინირებულია სიტყვები სანდო, სარწმუნო და ფასი. ადრესანტი ლაკონიურად ახერხებს ადრესატზე მთავარი შეტყობინების მიწოდებას.

✓ **Soundsation** იხ. დანართი 3

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Sensation (N)	Soundsation	Sound+sensation (N+N)	Blending (შერწყმა)

სიტყვა პირველად გამოიყენეს MTV-ის სარეკლამო ბილბორდზე (ჟღერა+სენსაცია) სენსაციური კონცერტის რეკლამირებისათვის. კონცერტის პროდიუსერმა გამოიყენა ტერმინი “Monday Soundsation,” რადგანაც მას უნდოდა გაექარწყლებინა ის აზრი, თითქოს ორშაბათი კვირის მოსაწყენი დღეა. ოკაზიონალიზმი შექმნილია ჟღერადობის და სენსაციის კომბინირებით.

✓ **Soulnation festival** იხ. დანართი 4

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Soul (N)	Soulnation	Soul+nation (N+N)	Blending (შერწყმა)

ახალი სიტყვათკომბინაცია (სული+ერი) პირველად გამოიყენეს ბილბორდზე და ნიშნავს მუსიკალურ ფესტივალს, სადაც ეროვნული კულტურა ჩინებულად არის წარმოჩენილი მუსიკით.

✓ **Fashiontastic** იხ. დანართი 5

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Fantastic (Adj.)	Fashiontastic	Fashion+fantastic (N+Adj.)	Blending (შერწყმა)

სავაჭრო მოლის ბილბორდისათვის შექმნილი სიტყვა (მოდა+ფანტასტიური) ნიშნავს გასართობ ღონისძიებას, სადაც ცნობილი მოდელები წარმოაჩენდნენ მოდურ სამოსს.

✓ **Ecommunity** იხ. დანართი 6

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Community (N)	Ecommunity	Ecology+community (N+N)	Blending (შერწყმა)

სიტყვა (ეკოლოგია+საზოგადოება) შეიქმნა იმ საზოგადოებათა გამოსახატავად, რომელიც გაერთიანდნენ გარემოს დასაცავად, უკეთესი ცხოვრების სტილის განსავითარებლად.

✓ **Flavalicious** იხ. დანართი 7

ძირითადი სიტყვა	ოკაზონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Flavour (N)	Flavalicious	Flavour+Delicious (N+Adj.)	Blending (შერწყმა)

სიტყვა (არომატი+გემრიელი) შეიქმნა ახალი არომატის მქონე კბილის პასტის რეკლამისათვის.

✓ **Ecomotive** იხ. დანართი 8

ძირითადი სიტყვა	ოკაზონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Automotive (N)	Ecomotive	Automotive+Ecology (Adj+N)	Blending (შერწყმა)

სიტყვა (თვითმობრავი+ეკოლოგია) წარმოიქმნა მანქანის რეკლამისათვის, მასში გამოხატულია განსაკუთრებული დამოკიდებულება გარემოს მიმართ. პირველად სიტყვა გამოჩნდა აფიშაზე.

✓ **Dynamatic** იხ. დანართი 9

ძირითადი სიტყვა	ოკაზონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Dynamic (N)	Dynamatic	Dynamic+automatic (Adj+Adj)	Blending (შერწყმა)

სიტყვა (დინამიკური+ავტომატური) პირველად გამოიყენა სუზუკის კომპანიამ ახალი შემოთავაზების დემონსტრირებისათვის აფიშაზე.

✓ **Salebration** იხ. დანართი 10

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Celebration (N)	Salebration	Sale+celebration (N+N)	Blending (შერწყმა)

ოკაზიონალიზმი (ფასდაკლება+ზეიმი) პირველად გამოიყენა სავაჭრო ცენტრმა მაღალ ფასდაკლებებზე აქცენტირებისათვის.

✓ **Richeese** იხ. დანართი 11

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
Cheese (N)	Richeese	Rich+cheese (Adj+N)	Blending (შერწყმა)

ოკაზიონალიზმი (მდიდარი+ყველი) შეიქმნა „Richeese“ პროდუქციის რეკლამირებისას და გამოიყენეს ბილბორდზე. სიტყვა ტოვებს ფუფუნების შეგრძნებას და იზიდავს მომხმარებელს.

ზემოთ განხილული რამდენიმე მაგალითის მიხედვით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ თითოეული ბილბორდის ავტორი ცდილობს წარმოაჩინოს თავისი რეკლამა ისე, რომ მიიპყროს მკითხველის ყურადღება და დააინტერესოს მომხმარებელი თავისი პროდუქტით. სიტყვათკომბინაციების შექმნით კი რეკლამა კიდევ უფრო მიმზიდველი და მდიდრული ხდება.

განვიხილოთ ქართული ბილბორდებისა და პოსტერების მაგალითები:

✓ „გა20ებულები“ იხ. დანართი 12

მოცემულ შემთხვევაში ავტორს თვალნათლივ სურს ეფექტის მოხდენა მკითხველზე და ბილბორდის საშუალებით ეპატიჟება მკითხველს თავის მაღაზიაში. როგორც ვიცით, დღესდღეობით საკმაოდ ხშირად იყენებენ ციფრებს სიტყვებში მათი შემოკლების მიზნით (ძირითადად თანამედროვე ტექნოლოგიების საშუალებით ერთმანეთთან მიმოწერისას). მოცემულ შემთხვევაში ავტორის მიზანია არა სიტყვის შემოკლება (რადგანაც ორ ასო ბგერის ჩანაცვლება ორ ციფრით სიტყვას არ ამცირებს), არამედ უცხო სტილის რეკლამის საშუალებით მკითხველთა ყურადღების მიპყრობა. მოცემული მაგალითი განვიხილეთ ოკაზიონალიზმად, რადგანაც ავტორმა ის შექმნა სპეციალურად ბილბორდზე ყურადღების მისაპყრობად, მას შეიძლება გრაფიკული ოკაზიონალიზმი ვუწოდოთ.

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
გაოცება (ზმნა)	გა20ებულები	გაოცება+20 (ზმნას+ციფრი)	ჩანაცვლება

✓ ქათმიონალური იხ. დანართი 16

ამ კონკრეტულ შემთხვევაში ოკაზიონალიზმის შეიქმნა ორი სიტყვის შეერთების შედეგად. მისი დატვირთვა ირონიას. ის პოლიტიკური ხასიათისაა.

ძირითადი სიტყვა	ოკაზიონალიზმი	აგებულება	სიტყვათწარმოების ტიპი
ნაციონალური (ზედ. სახ.)	ქათმიონალური	ქათამი+ნაციონალური (არს. სახ. + ზედ. სახ.)	შერწყმა

აღსანიშნავია, რომ ქართულ ენაში ნაკლებად იკვეთება პოსტერები ქართულენოვანი ოკაზიონალიზმებით. ხშირია ინგლისური ენიდან ნაწარმოები სიტყვები, რაც იმით შეიძლება აიხსნას, რომ პოსტერიც რეკლამის ერთ-ერთი სახეობაა, ხოლო რეკლამა გათვლილია ფართო აუდიტორიაზე და არა მხოლოდ ქართველ ერზე, აზრის პოპულარიზაციას და ფართო მასშტაბით აღქმადობას ხელს უწყობს ინგლილურენოვანი ოკაზიონალიზმების ან თუნდაც ინგლისური სიტყვების გამოყენება. საქართველოში ძალიან მრავლადაა ანგლიციზმების შემცველი გარე რეკლამები.

ქართულ პოსტერებსა თუ რეკლამებში გამოყენებული ოკაზიონალიზმების ძირითად ფუნქციებადაც ყურადღების მიზიდვა, მკითხველზე ზეგავლენის მოხდენა, ხოლო პოლიტიკურ სივრცეში ისევ ირონიული ეფექტის შექმნა იკვეთება.

3.4. მხატვრული ლიტერატურისა და მასმედიის ოკაზიონალიზმების შედარებითი ანალიზი

მოცემულ თავში შევეცდებით გამოვკვეთოთ ის მიზეზები, რომლებიც აიძულებს ავტორებს შექმნან ოკაზიონალიზმები მხატვრულ ტექსტებში. ეს გამოგვადგება ყოველდღიურ საზოგადოებრივ დისკურსში გამოყენებულ ოკაზიონალიზმებსა და მხატვრული ლიტერატურის ოკაზიონალიზმებს შორის განსხვავების გამოსაკვეთად.

ქვემოთ წარმოგიდგენთ მხატვრული ლიტერატურის ოკაზიონალიზმების მაგალითებს, მათში ექსპლიციტურ-იმპლიციტური მერყეობა ჩანს:

ისევ მაისობს სამაიის ისასამანი,

ღმერთო! სამშვინველს გაზაფხულის მიეც დიდება

(რატი ამაღლობელი: „გაზაფხულის უვერტურა“)

იხ. წყარო №62

"თუ დავიხრჩვები ღვინომ დამახრჩოს,

ვგავდე ყაყაჩოს სათისხალიანს....

ძლივს მოზარბაცებს მთვრალი ყაყაჩო,

ომარ ხაიამ!

ეს სურა შექმნეს შენი ტალახით,-

ქართულ მარანში დანახანია

ყელმოქარგული ლერწმის ტოტებით...

და,რა ხანია,

ამ სურით სვამენ ღვინოს ლოთები,

ომარ ხაიამ!!

(ანა კალანდაძე: „ამ სურით სვამენ“)

[იხ. წყარო №63].

პირველი, რაც ყველასათვის ერთნაირად იკვეთება, ეს რითმის და რიტმის შერწყმებაა, რასაც ლინგვისტური მიდგომის გარეშეც ყოველი მკითხველი შეამჩნევს. ისინი ფონეტიკური ოკაზიონალიზმების მაგალითებია, იმპლიციტურია და ჭირს მათი გაშიფვრა, თუმცა „მაისობს“ გრამატიკული ოკაზიონალიზმია და სემანტიკურადაც გამჭვირვალეა.

ექსპლიკაცია და იმპლიკაცია შეიძლება ახასიათებდეს მთელ ტექსტს ან მის ცალკეულ ელემენტს („ნაწილებს“). ოკაზიონალიზმები უდავოდ მიეკუთვნება ტექსტის ასეთ ელემენტებს, რომელთათვისაც დამახასიათებელია მერყეობა ექსპლიციტურსა და იმპლიციტურს შორის.

❖ ჩვენი აზრით მიზეზები, რომლებიც აიძულებს მწერლებს, შექმნან ინდივიდუალურ-საავტორო სიტყვები შემდეგია:

ა) ზუსტი აზრის გადმოცემის აუცილებლობა (უზუალური სიტყვები ამისათვის ზოგიერთ შემთხვევაში არ არის საკმარისი);

ბ) ავტორის სწრაფვა მოკლედ გამოხატოს აზრი (ახალწარმონაქმნს შეუძლია ჩაანაცვლოს სიტყვათშეთანხმება და წინადადებაც კი);

გ) მეტყველების საგანზე თავისი დამოკიდებულების ხაზგასმის სურვილი, დაახასიათოს ისინი და შეაფასოს;

დ) სიტყვის თავისებური სახით ყურადღების მიქცევის მისწრაფება;

ე) ტავტოლოგიისგან თავის დაღწევა;

ვ) ლექსის რითმის და რიტმის შენარჩუნების აუცილებლობა;

როგორც ვხედავთ, ზოგიერთი მიზეზი თუ რატომაც იქმნება ოკაზიონალიზმები მხატვრულ ლიტერატურასა და საზოგადო დისკურსში, ემთხვევა ერთმანეთს, ხოლო ზოგი განსხვავებულია. ესენია რითმის და რიტმის, ტავტოლოგიის თავიდან არიდების მიზეზები. ზემოთჩამოთვლილთაგან პირველი სამი მიზეზი მხატვრულ ლიტერატურაშიც ძირითად ფაქტორად რჩება. ძალიან ხშირად ოკაზიონალიზმის გამოჩენა შეიძლება გამოწვეული იყოს ერთი ან ერთროულად რამდენიმე მიზეზით.

აქ განხილულია ოკაზიონალიზმები პოეტური სტილიდან, მათში ექსპრესიულობა და რამდენიმე ფუნქცია ერთდროულად გამოიკვეთება.

მხატვრულ ლიტერატურაზე საუბრისას შეუძლებელია არ გამოვყოთ ოკაზიონალიზმების ისეთი სახე, როგორცაა **აბსურდული სიტყვები**. რა არის **აბრაკადაბრა?** იგი ლათინური სიტყვაა და უაზრო სიტყვას ნიშნავს. ძველი ებრაელების და ბერძნების რწმენით, აბრაკადაბრას მაგიური ძალა ჰქონდა და ამიტომაც ხშირად იყენებდნენ წარმართულ ლოცვებში და აწერდნენ ამულეტებს. ეს სიტყვა ამჟამად ფართოდ გამოიყენება, თუმცა უძველეს დროში მას გაცილებით უფრო სერიოზულად ეკიდებოდნენ სულების გამოძახებისას ან ავადმყოფის ცხელების ან სხვა მძიმე სენისგან განსაკურნავად.

ერთ-ერთი უადრესი ისტორიული წერილობითი წყარო, სადაც ეს სიტყვაა გამოყენებული, ძველი რომაელი იმპერატორის კარაკალას პირადი ექიმის, კვინტუს სერენუს სამონიკუსის ნაშრომია მკურნალობის შესახებ (De medicina praecepta). ამ წიგნში, რომელიც 1115 ჰეგზამეტრისგან შედგება. მასში თავმოყრილია ყველა ის პოპულარული რეცეპტი, რომელიც ამა თუ იმ დაავადების წინააღმდეგ გამოიყენებოდა მესამე საუკუნის იტალიაში.

ძალიან დიდი ხანია ცდილობენ ამ სიტყვის ზუსტი ეტიმოლოგიის დადგენას, მას მრავალი ენა იჩემებს, მაგრამ ამაოდ.

გამოდის, რომ აბრაკადაბრები, იგივე გაუგებარი, უაზრო სიტყვა-გამოთქმები შელოცვების ენის სტილის მარკირებული ენობრივი მოვლენაა. როგორც ცირა ბარბაქაძე აღნიშნავს, „შელოცვებში ენის მაგიური ფუნქცია მოითხოვს სიტყვის, აზრის გაბუნდოვნებას, არაცხადი სიტუაციის შექმნას, რაც ერთგვარად აჯადოებს ადრესატს და შთაგონებას უძლიერებს. შთაგონებული ადამიანის მართვა კი ძალიან ადვილია. შელოცვებში გაუგებარი შეიძლება იყოს სიტყვა. შეიძლება სიტყვას ჰქონდეს მნიშვნელობა, მაგრამ გამონათქვამი იყოს უაზრო. აბრაკადაბრები ხასიათდება ერთგვარი ალიტერაციულობით, ქმნის გარკვეულ რიტმს და ფორმალურად აწესრიგებს ტექსტს“ (ბარბაქაძე, 2003:216).

აბსურდული სიტყვა ბუნდოვნების გამო შესაძლოა აბრაკადაბრადაც მივიჩნიოთ, აბსურდული ტექსტები კი შესაძლოა „სიტყვათა სალათად“ ჩავთვალოთ, თუკი აბსურდული სიტყვა ლიტერატურულ წყაროში გამოჩნდა და ადგილი დაიმკვიდრა ლექსიკონებში, მაშინ იგი ნეოლოგიზმდაც შეიძლება ჩაითვალოს. ამგვარად, ეს ტერმინები გადაჯაჭვულია ერთმანეთზე, მხოლოდ მათი გამოყენების სფეროა განსხვავებული. აბსურდული სიტყვები („იწილო, ბიწილო“, „ენკი, ბენკი“, „ეგლე, დუგლე“ და სხვა) ძირითადად ფონეტიკურ ოკაზიონალურ სიტყვებში შეიძლება განვიხილოთ, რამდენადაც ისინი ძირითადად ბგერათუღერადობაზეა აგებული. საილუსტრაციოდ წარმოვადგენთ რამდენიმე მაგალითს ქსენია სიხარულიძის წიგნიდან „ქართული საბავშვო ფოლკლორი“ (1938).

ესა, მესა

გადის ესა.

ავაშენებ სასახლესა,

შიგ შევა მელა

აბა დელი-დელა...

ათაქ თუთაქ თუთაქო

ჩიკოტირის მუთაქო

აქოოო ბაქოოო

ვის გაიყვან თქვასო.

იწილო ბიწილო,

შროშანო გვრიტინო,

ალხო, მალხო,

ჩიტმა გნახოს!

აღნიშნული ლექსები გათვლაა და მათში მრავლად არის აბსურდული სიტყვები წარმოდგენილი.

იმისათვის, რომ ვნახოთ, როგორი სურათი გვესახება ინგლისურ ენაში, განვიხილოთ რამდენიმე ფოლკლორული ლექსი კრებულიდან Mother Goose's Melody / Nursery Nonsense ანუ Rhymes without reason.

Ickity, pickity, ally gadaw,

Dicks, do, ally gamaw,

Okus, pokus, pelly gaw,

Franz.

აღნიშნული ლექსიც გათვლაა და იგი აბსურდული სიტყვების ნაკრებია, სრული „სიტყვათა სალათია“, რომელშიაც არა სიტყვების მნიშვნელობა, არამედ რითმი და ლექსის მუსიკალურობაა მთავარი.

გათვლაა ასევე შემდეგი ამერიკული საბავშვო ლექსი, რომლის მხოლოდ პირველი და უკანასკნელი ხაზები აბსურდული სიტყვების ნაკრებია, ლექსის შინაარსი აბსოლუტურად გასაგებია. აბსურდული სიტყვები, რომლებიც მეორდება ლექსის დასაწყისში და დასასრულს, მართალია, უაზროა, მაგრამ შესაძლოა ონომატოპეურ სიტყვებად ჩავთვალოთ.

Inky binki bonkie

Daddy had a donkey

Donkey died, Daddy cried

Inky binki bonkie

ლექსის გამეორებითი სტრუქტურა, სიტყვებისა და ფრაზების გამეორება და მკვეთრად გამოხატული რიტმი ხდის ლექსს სასიამოვნო მოსასმენს და ადვილად დასამახსოვრებელს. აბსურდული სიტყვები შეიძლება შეიქმნას გახალისების მიზნით.

აბსურდულ ლიტერატურას ორი საფუძველი აქვს. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მისი ერთ-ერთი საფუძველი ფოლკლორია. გავიხსენოთ საბავშვო ფოლკლორული ლექსების კრებული Mother Goose's Melody. აბსურდული ლიტერატურის მეორე საფუძველს კი პოეტების ინტელექტუალური აბსურდულობა წარმოადგენს. თანამედროვე აბსურდული ლიტერატურა ამ ორის შენაერთს წარმოადგენს.

ოკაზიონალიზმი სახელდებითი ფუნქციით ყველაზე ხშირად ზეპირი მეტყველების დროს გამოიყენება და „ეფუძნება მოლაპარაკის სურვილს, აქტუალურ სიტუაციაში რაც შეიძლება სწრაფ სახელდებას“ (ვანზევი, 2010:39). იმავე ფუნქციით ოკაზიონალიზმი შეიძლება გამოიყენონ სამწერლობო ენაშიც: „სწორედ არსებითად ასეთი ოკაზიონალური სიტყვის სრულფასოვანი უზუალური ეკვივალენტის უქონლობა უბიძგებს შემოქმედს, მეტყველების კონკრეტული კონტექსტისათვის ყველაზე საჭირო სიტყვა მოიძიოს ენის ბაზისური სისტემის სარეზერვო ფონდში, გახდეს ასეთი მანამდე უხმარი და „გადანახული“ სიტყვის მიმგნები“ (დანელია, 1988:385).

მხატვრული ლიტერატურისა და ყოველდღიური დისკურსის შედარებისას შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ აბსურდული სიტყვები ძირითადად იკვეთება მხოლოდ ლიტერატურულ ტექსტებში და მათ თითქმის საერთო არაფერი აქვთ მასმედიასა და სხვა სფეროებთან. აქვე აღვნიშნავთ, რომ ლიტერატურაში გამოყენებული ოკაზიონალიზმებსა და სხვა სფეროების ოკაზიონალიზმებში მერყეობს

ექსპლიციტურ-იმპლიციტური გამოხატულება, სადაც რეციპიენტს უწევს ავტორის ინტენციის ამოცნობა. ზოგ შემთხვევაში ეს საკმაოდ ადვილია, თუმცა გარკვეულ შემთხვევაში გაცილებით რთული. სირთულეს წარმოადგენს ასევე პოეზიაში გამოყენებული ოკაზიონალიზმების გაშიფვრა, რადგანაც ისინი ძირითადად მელოდიურობის დანიშნულებით ფუნქციონირებენ, რითმის და რიტმის აუცილებლობა მოითხოვს მათ არსებობას.

ზოგადი დასკვნები

ენა მუდმივად განვითარებადი ფენომენია, თუმცა ის არ ვითარდება თავისთავად და თავისთვის, იგი დაკავშირებულია ადამიანის განვითარების ფიზიკურ, კოგნიტურ, ემოციურ, სოციალურსა და კულტურულ ასპექტებთან. ენობრივი განვითარება პირდაპირ უკავშირდება კოგნიტურ განვითარებას.

ნეოლოგიზმები სხვადასხვა გზით ჩნდება ენაში, თუმცა ქართულში ძალიან ბევრია ნასესხები ნეოლოგიზმი. ლინგვისტთა უარყოფითი დამოკიდებულების მიუხედავად, ეს პროცესი მზარდია, რადგანაც თანამედროვე საზოგადოებრივი ურთიერთობები პოლილინგვური და პოლიკულტურული ხასიათისაა. ის ფაქტი, რომ ყველა ენა, მისი საერთაშორისო სტატუსის გავრცელების და პოპულარობის მიუხედავად, გარკვეულად განიცდის ენობრივ ექსპანსიას, მიუთითებს ამ პროცესის კანონზომიერებაზე. ამასთან, ერთი ენის ასიმილაცია მეორე ენაში წარმოქმნის რისკს რომ ენის უცხო კულტურის ასიმილაციას შეუწყობს ხელს და დააკნინებს მიმღები ენის კულტურას, ამიტომაც სავალდებულოა შექმნილი ენობრივი სიტუაციის მრავალმხრივი შესწავლა და პოლიკულტურული და პოლილინგვისტური მოვლენების სხვა ქვეყნებში განვითარების ანალიზი, მათი ენობრივი პოლიტიკის წარმატება-წარუმატებლობის შესწავლა და ამის საფუძველზე სწორი პოლიტიკის გატარება.

სხვადასხვა ენა განსხვავებულად რეაგირებს ასეთ ძვრებზე ენაში და თავისი ხედვაც აქვს შემუშავებული. მაგ. თურქეთსა და საბერძნეთში ახალი სიტყვის ათვისება თითქმის ყველა სფეროში გამოვლინდება არა სესხების, არამედ შესატყვისი სიტყვის შექმნით, ანუ მიდის ენის ნეოლოგიზაცია და განახლება. სხვა საკითხია, რამდენად ბუნებრივია ეს პროცესი თავად მიმღები ენისთვის, რადგანაც თავად ბერძნები და თურქები აღიარებენ, რომ ბევრი „საგანგებოდ“ შექმნილი სიტყვა რეალურად ბატონობს ლექსიკონებსა და ოფიციალურ პუბლიკაციებში, მაშინ როდესაც ცოცხალი მეტყველება ითხოვს სწრაფ რეაგირებას გლობალურ ქსელში ჩართული მოსახლეობისგან, იმავე ინტერნეტის მოსარგებლებებისგან და, რაც მთავარია, ითხოვს მისგან, იყოს გასაგები სხვა ერებისთვის. მიუხედავად იმისა, რომ

ქართულში არსებობს სიტყვა „დედა პლატის“ შესატყვისი, ხშირად გამოიყენება მისი ინგლისური ანალოგის კალკირებული ვერსია „მაზერ ბორდი“.

ენის ლექსიკური ფონდი მუდმივად იცვლება. მისი ამგვარი ხასიათი განაპირობებს ენის განვითარებას, ან პირიქით. ენის განვითარება მასზე მოლაპარაკე სოციუმის ცხოვრების სტილის, ტემპისა და ხასიათის განვითარების პირდაპირპროპორციულია. ენის ფენომენი იდენტობის გამოხატვის საუკეთესო საშუალებაა.

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

ოკაზიონალური სიტყვები, როგორც წესი, შედეგია ინდივიდუალური სიტყვათშემოქმედებისა, ამიტომ მათ ხშირად უწოდებენ „ხელნაკეთ სიტყვებს“. ისინი ენის სისტემის პოტენციური შესაძლებლობების რეალიზაციაა. მხოლოდ ზოგიერთი მათგანი ხდება ლიტერატურული ენის საგანძურში.

ოკაზიონალიზმთა და ნეოლოგიზმთა შედარებამ გამოკვეთა მათი თავისებურებები. ოკაზიონალიზმების საკითხი საკმაოდ სადავოა. ზოგიერთი ლინგვისტი ოკაზიონალიზმის თვისებად მიიჩნევს მის სიახლესა და კონტექსტზე დამოკიდებულებას. სხვები მიიჩნევენ, რომ ნეოლოგიზმებსა და ოკაზიონალიზმებს შორის არ არსებობს არსებითი სხვაობა. ყველა ლექსიკურმა ერთეულმა შეიძლება დაკარგოს სიახლის შეგრძნება და ენაში თავისუფლად ფუნქციონირებდეს. ოკაზიონალიზმებზე გამუდმებით დაკვირვების და სხვადასხვა სიტუაციის გაანალიზების შემდგომ მოცემულ დისერტაციაში უფრო ლინგვისტთა მეორე მოსაზრებისკენ ვიხრებით, რადგანაც ძალიან ხშირად მოგვიწია ისეთ ოკაზიონალიზმთან მუშაობა, რომელიც ამჟამად აღარ ფუნქციონირებს, როგორც ოკაზიონალიზმი და ნეოლოგიზმის სტატუსი აქვს მოპოვებული. ჩვენ ასევე მიგვაჩნია, რომ ყოველი სამეტყველო ერთეული, რომელიც პირველად იჩენს თავს,

არის სიტუაციური, კონკრეტულ შემთხვევაზე დაფუძნებული და მასზე დამოკიდებული, რაც იმის დასტურია, რომ ყოველ ახალ შექმნილ ენობრივ ერთეულში დევს ოკაზიონალიზმისთვის დამახასიათებელი გარკვეული თვისებები. დაბეჯითებით მაინც არ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ყოველი ნეოლოგიზმი ოკაზიონალიზმია, რადგანაც მაინც არსებობს თავისებურებები, რომლებიც მათ ერთმანეთისაგან განასხვავებს.

ოკაზიონალური სიტყვით ავტორი გადმოგვცემს განსაკუთრებულ ინფორმაციას. მოცემულ შემთხვევაში ოკაზიონალიზმი გამოდის გამონათქვამის პრაგმატიკული ფოკუსიდან. ოკაზიონალიზმები, რომლებიც ფუნქციონირებს სხვადასხვა სფეროში, ადრესატზე ზემოქმედების ეფექტური ინსტრუმენტია. ოკაზიონალიზმის ფორმის უჩვეულობა, მისი ორიგინალურობა, სიახლე იწვევს რეციპიენტის ყურადღებას, აინტერესებს მას, ითრევს აზრის გაშიფვრის პროცესში, რომელიც შეფარულია ავტორის მიერ.

უპირველეს ყოვლისა, ოკაზიონალიზმების შესწავლა და გამოვლენა გვაძლევს საშუალებას ვისაუბროთ ენის მუდმივ განვითარებაზე და მივუთითოთ მის ბუნებაზე, აწაარმოოს ახალი სიტყვები განურჩევლად სფეროსა, დროისა და სიტუაციისა. ისინი გამუდმებით იქმნებოდა, დღესაც იქმნება და მუდამ შეიქმნება ამა თუ იმ ენაში, სანამ ის არსებობს. ისინი ფაქტები, მტკიცებულებებია ენის არსებობისა და მისი სიცოცხლისუნარიანობისა.

დისერტაციაში განხილული მაგალითებიდან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ ოკაზიონალიზმს გააჩნია უფრო მეტი ინფორმაციულობა, ვიდრე ჩვეულებრივ სიტყვებს. ის შეიძლება შექმნას ნებისმიერმა მშობლიურ ენაზე მოსაუბრემ და ეს შეიძლება მოხდეს მყისიერად საუბრის დროს, ერთჯერადად, მრავალჯერადად, სხვებისგან დამოუკიდებლად. შესაბამისად, ჩვენს კვლევაში გამოვყავით ოკაზიონალიზმთა ორი ჯგუფი: მყისიერი და გამიზნული. ოკაზიონალიზმების შექმნა აბსოლუტურად ინდივიდუალური პროცესია.

მასმედიაში და მხატვრულ სტილში ოკაზიონალიზმთა კვლევამ და მათმა შედარებამ კორპუსული ლინგვისტიკის მასალაზე დაყრდნობით გამოკვეთა შემდეგი:

სტილი	სიტყვათა რაოდენობა	ოკაზიონალიზმების რაოდენობა	პროცენტობა%
მხატვრული	472	49	10.4%
მასმედიის/ პუბლიცისტური	478	28	5.85%

(<http://corpora.co/#/>)

ჩატარებული ანალიზის შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ დღევანდელი სურათით მხატვრულ ტექსტებში ოკაზიონალიზმები გაცილებით ხშირად გვხვდება, ვიდრე მასმედიაში. არ არის გამორიცხული, რომ ოკაზიონალიზმების რაოდენობა აქ გაიზარდოს, რადგან მასმედიაში უკვე საკმაოდ ტენდენციურია ოკაზიონალიზმების გამოყენება, ისინი საკმაოდ ხშირად გამოიყენება თუნდაც კომედიურ გადაცემებში და მათი რაოდენობა დღითიდღე იზრდება მასმედიის სხვადასხვა მიმართულებით, თუნდაც ბილბორდებზე, პოსტერებზე. დღევანდელ დღეს ქართველი ჟურნალისტები თუ რესპონდენტები „ინტელექტუალურ ჟესტად“ თვლიან ანგლიციზმების გამოყენებას და შესაბამისად უპირატესობას სწორედ მათ ანიჭებენ, თუმცა მომავალში შესაძლოა მეტად ტენდენციური გახდეს ოკაზიონალიზმთა გამოყენება.

ამგვარად, ოკაზიონალიზმებისთვის დამახასიათებელია:

ა) შემოქმედობითობა;

ბ) კონკრეტულ სიტუაციასთან, ტექსტთან ბმულობა;

გ) არანორმატიულობა;

დ) სპონტანურობა;

ე) ექსპრესიულობა;

ვ) ინდივიდუალური კუთვნილება;

ზ) სინქრონულ-დიაქრონული დიფუზურობა.

1) კვლევამ გვიჩვენა, რომ ოკაზიონალიზმები არამხოლოდ მხატვრულ ნაწარმოებში გვხვდება, ის თითქმის ყველა სფეროშია, მრავალფუნქციურობით და მიზანთა სიმრავლით გამოირჩევა და საკმაოდ უხვ, მრავალფეროვან და საინტერესო საკვლევ მასალას გვთავაზობს. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა ოკაზიონალიზმთა განსხვავებული ფუნქციები სხვადასხვა სფეროში. ესენია:

- *პიროვნული ემოციური სამყაროს სურათის შექმნა;*
- *მკითხველსა თუ მსმენელზე ზეგავლენის მოხდენა;*
- *მსმენელის გახალისება, კომიკური ეფექტის შექმნა;*
- *ინფორმაციის რეციპიენტის ყურადღების მიპყრობა;*
- *ირონიის, სარკაზმის გამოხატვა;*
- *კონკურენტულობა;*
- *ინტელექტის დადგენა;*
- *ინფორმაციის რეციპიენტის შეცდენა.*

მის უნიკალურ ფუნქციად შეიძლება გამოიყოს - მკითხველის// მსმენელის ყურადღების მიზიდვა.

2) კვლევაზე დაყრდნობით შეგვიძლია გამოვყოთ ოკაზიონალიზმთა ორი ძირითადი კატეგორია: **მხატვრული ლიტერატურის ოკაზიონალიზმები და საზოგადო ოკაზიონალიზმები.** სალიტერატუროში მოიაზრება ავტორების მიერ შექმნილი სიტყვები საგანგებოდ მხატვრული ლიტერატურისათვის, მაშინ როცა საზოგადოში განიხილება ნებისმიერ

სხვა სფეროში შექმნილი ოკაზიონალიზმი. არც თუ ისე ცოტა ოკაზიონალიზმი გვხვდება ყოფით ურთიერთობაში, უშუალო (განსაკუთრებით სახუმარო) საუბარში (მეტყველებაში).

- 3) ოკაზიონალიზმების საშუალებით მოსაუბრე ინდივიდს აქვს საშუალება, გამოავლინოს შემოქმედებითი პოტენციალი, ენობრივი ნორმები განზრახ დაარღვიოს ყურადღების მიქცევის მიზნით. მოსაუბრეს შეუძლია განგებ მოახდინოს მანიპულირება/პროვოცირება ენაში არსებული ნორმატივების დარღვევით. ენობრივი პოტენციალი ისე, როგორც ინდივიდის წარმოსახვის უნარი, ამოუწურავი და მრავალფეროვანია. ლინგვისტური და პიროვნული კრეატიულობა უკიდევანოა და ოკაზიონალიზმები სწორედ ამის მტკიცებულებაა. ოკაზიონალიზმები, როგორც წესი, თვალში საცემი და სტილურად მარკირებულია. ისინი ინტეგრირებულია კომუნიკაციურ და კოგნიტურ სტრუქტურებში და ამდენად, ავლენენ სრულფასოვანი, ინტერსუბიექტურად გამოყენებადი ენობრივი ერთეულების ტექსტურ ნიშანს.
- 4) ოკაზიონალიზმების მედიაში გამოყენება ეფექტურ შედეგს იძლევა. ინგლისურ და ქართულ მედიასივრცეში ჩვენ მიერ გაანალიზებულმა მაგალითებმა ცხადყო, რომ ოკაზიონალიზმები ფართოდ გამოიყენება ინტენციის განსახორციელებლად. ოკაზიონალური ერთეული, როგორც ლექსიკურ-სტილისტიკური ხერხი, ბრწყინვალე საშუალებაა მკითხველის (მსმენელის) ყურადღების მისაპყრობად. მედიაშეტყობინებაში ადრესანტები ხშირად იყენებენ სხვადასხვა ხერხს, რომ ადრესატზე ზემოქმედება იყოს კომპლექსური. ოკაზიონალიზმები ფართოდ გამოიყენება ცალკეულ მედიამიმართულებაში, სადაც ინფორმაცია სხვადასხვა ლინგვისტური საშუალებით გადმოიცემა. ჩვენ შევეცადეთ გამოგვევლინა ის თავისებურებები, რომლებიც ახასიათებს ქართულ და ინგლისურ მედიატექსტებს. ოკაზიონალიზმის მასმედიაში გამოყენება შეგნებული გადახვევა, ნორმათა შეგნებული დარღვევაა სოციუმზე ზემოქმედების მიზნით.

- 5) პოლიტიკურ ტექსტებში ოკაზიონალიზმი ძირითადად ირონიას ემსახურება. ის, როგორც ხუმრობის ფორმა, შესაძლებელს ხდის გვერდი ავუაროთ უხამს სიტყვებს და ისე გამოვხატოთ აზრი. მათში შელამაზებული გზით გადმოიცემა ადრესანტის ინტენცია.
- 6) ტიპოლოგიურ კლასიფიკაციაში გამოიკვეთა ფონეტიკური, ლექსიკური, გრაფიკული, გრამატიკული (მორფოლოგიური) ოკაზიონალიზმები. დისერტაციაში განხილული მაგალითების საფუძველზე მივდივართ შემდეგ დასკვნამდე: საზოგადო ოკაზიონალიზმების უმრავლესობა მორფოლოგიური ტიპისაა, მაშინ როცა მხატვრულ ლიტერატურაში, სახელდობრ პოეზიაში, ძირითადად იკვეთება ფონეტიკური ოკაზიონალიზმები.
- 7) კულტურულ-სოციალური ფონი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ოკაზიონალიზმების ანალიზის დროს, რადგანაც თუ მსმენელს (მკითხველს) არ გააჩნია გარკვეული ფონური ცოდნა, რთულია მასში იმპლიციტური აზრის გახსნა. ოკაზიონალიზმების გაშიფვრა ასევე საჭიროებს გარკვეულწილად ლოგიკურ აზროვნებას და ასოციაციური აზროვნების უნარსაც.
- 8) ოკაზიონალიზმი ორნაირია: ქართულ ნიადაგზე ნაწარმოები და უცხო ენის გავლენით შექმნილი. საზოგადო დისკურსში შექმნილი ოკაზიონალიზმები უმრავლეს შემთხვევაში მსმენელთათვის (მკითხველთათვის) არაბუნდოვანია, აქ გამოკვეთილია შედარებით მკაფიო ფუნქციურ-სემანტიკური ინტერპრეტაცია, თუმცა ექსპლიციტია-იმპლიციტია აქაც მერყეობს. პოეზიაში და ლიტერატურაში ნაწარმოები ოკაზიონალიზმები (მეტწილად აბსურდული სიტყვები) ძირითადად ბუნდოვანია შინაარსით, მათი ბუნება მეტაფორული, ესთეტიკურ-ექსპრესიული, მელოდიურია და საკმაო ძალისხმევას მოითხოვს, სადაც მკითხველი სუბიექტურად აღიქვამს მოცემულ სიტუაციას ანუ იგულისხმება არაერთგვაროვანი და ინდივიდუალური გააზრება. მხატვრულ-პოეტური დისკურსი ამ გაგებით

უნივერსალურია. ოკაზიონალიზმები მსმენელსა თუ მკითხველს გასხვავებულ, ორიგინალურ შეგრძნებას უტოვებს.

- 9) ოკაზიონალიზმებში იკვეთება ორი ძირითადი ჯგუფი: 1) *ჭეშმარიტი ოკაზიონალიზმი*, როცა შინაარსი სავსებით ახალია 2) *ტრანსნომინირებული* - როცა შინაარსი ცოტა ნაცნობია. კვლევამ გვიჩვენა, რომ ოკაზიონალიზმს აქვს ფართო და ვიწრო გაგება. ვიწრო გაგებით ისინი წმინდა ოკაზიონალიზმებია, ფართო გაგებით მასში შეიძლება გავიაზროთ ისეთი ლექსიკური ერთეულები, რომლებიც თავდაპირველად ოკაზიონალიზმები იყო, ხოლო შემდგომ განვითარდნენ და მოიპოვეს სხვა ლინგვისტური დასახელება.
- 10) ოკაზიონალიზმების გამოყენება მეტყველებს ენის და ინდივიდის კრეატიულობაზე, რადგან ადამიანებს საშუალება ეძლევათ, შექმნან საკუთარი ემოციის გამომხატველი ენობრივი ერთეულები. ინდივიდუალიზმისა და თავისუფლების შეგრძნება ალაფრთოვანებს ადამიანებს, ოკაზიონალიზმების გამოყენებით ისინი უფრო ეფექტურად ამყარებენ კომუნიკაციას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. არონია 2010 - არონია ი. „კომპოზიტები მეგრულ-ლაზურში“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი;
2. ბარბაქაძე 2003 - ბარბაქაძე ც. „ქართული მჭევრმეტყველების პრაგმატიკა“, თბილისი;
3. ბეიკერი 2010 - კოლინ ბეიკერი, „ბილინგვური განათლებისა და ბილინგვიზმის საფუძვლები“, თბილისი.
4. გამყრელიძე 2003 - გამყრელიძე თ, კვიციანი ზ, შადური ი, შენგელია ნ - „თეორიული ენათმეცნიერების კურსი“, თბილისი;
5. დანელია 1998 - დანელია კ. „ნარკვევები ქართული სამწერლობო ენის ისტორიიდან“, თბილისი. თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა;
6. კილანავა 2013 - კილანავა მ. „უახლოესი პერიოდის ქართული მასმედიის ენობრივი სურათი და მასთან დაკავშირებული თარგმნის პრობლემები“, (დისერტაცია), საქართველოს საპატრიარქოს წმინდა ადრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტი;
7. ლადარია 2002 - ლადარია ნ. „სოციოლინგვისტიკა“, თბილისი;
8. ლეჟავა 2004 - ლეჟავა ლ., „ახალი ქართული სალიტერატურო ენის ნორმალიზაციის ისტორია და პრინციპები“, თბილისი.
9. ლეზანიძე 1998 - ლეზანიძე გ., „ანთროპოცენტრიზმი და კომუნიკაციური ლინგვისტიკა“, თბილისი;
10. მარღანია 2005 - მარღანია მ. (დისერტაცია) - „შეფასების კატეგორიის რეალიზაცია ბრიტანულ და ქართულ პრესაში“, თბილისი;
11. ნიკოლაევა 2014 - ნიკოლაევა ქ., დისერტაცია „ოკაზიონალიზმები ზოგადლინგვისტური თვალსაზრისით და მათი თარგმნის პრობლემა“ (ქ.

- მორგენშტეინის პოეზიის მასალაზე), ივანა ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
12. ომიაძე 2006 - ომიაძე ს. (დისერტაცია) - ქართული დისკურსის ლინგვოკულტურულ შემადგენელთა სტრუქტურა, სემანტიკა და ფუნქციონირება", დისერტაცია, წარდგენილი ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორის სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად, თბილისი 2006;
 13. სმითი 2008 - სმითი ენტონი დ. „ნაციონალური იდენტობა“, თბილისი;
 14. სურგულაძე 2003 - სურგულაძე ი., იბერი ე., „მასობრივი კომუნიკაცია“, (თეორიის საკითხები) თბილისი;
 15. ტაბიძე 2003 - ტაბიძე მ. „ენობრივი სიტუაცია საქართველოში და ქართული ენის ფუნქციონირების საკითხები“ (დისერტაცია) თბილისი;
 16. ფანჯიკიძე 2002 - ფანჯიკიძე დ., „ენა თარგმანი მკითხველი“, "საგამომცემლო სახლი თბილისში“.
 17. ღლონტი 1988 - ღლონტი ალ., „ქართული ლექსიკოლოგიის საფუძვლები, მესამე გამოცემა. გამომცემლობა „განათლება“, თბილისი.
 18. ჩიქობავა 2008 - ჩიქობავა ა., „ენათმეცნიერების შესავალი“ თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა“.
 19. Батунова 2013- Батунова - Н. И. Батунова „ОККАЗИОНАЛЬНЫЙ ФРАЗЕОЛОГИЗМ КАК ЯЗЫКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ“, Журнал Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки, Выпуск № 2 /
 20. Гадамер 1988 - Гадамер Х. Г. “Истина и метод”, Москва, Прогресс.
 21. Горелкина 1999 - Горелкина А.В. “Словообразовательные окказионализмы в мемуарных прозаических произведениях”, М. Цветаевой и А. Белого. Дисс. на соиск. уч. степени кандидата филол. наук (10.02.01), Москва.
 22. Голева 1979 - Н.Д. Голева. “Место в системе номинативных единиц. Некоторые

- особенности структуры и функционирования//Актуальные проблемы лексикологии и словообразования”. - Вып. 8. - Новосибирск: Изд-во НГУ.
23. Вежбицкая 1996 - Вежбицкая А. “Язык и Культура”. Познание /перевод с английского. Москва
24. Винокур 2009 - Винокур Т.Г. “Закономерности стилистического использования языковых единиц” – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ».
25. Виноградова 2001 - Виноградова В.Н. “О некоторых закономерностях образования поэтических окказионализмов” / В.Н.Виноградова // Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика: Междунар. науч. конф. (Казань, 11-13 дек. 2001 г.): Труды и материалы: В 2 т. / Под общ. ред. К.Р.Галиуллина, Г.А.Николаева.- Казань: Изд-во Казан. ун-та.
26. Вячеславовна 2007 – Ирина Вячеславовна, “Аббревиатуры современного английского языка: когнитивно-дискурсный аспект” тема диссертации и автореферата по ВАК 10.02.04, кандидат филологических наук Варфоломеева, Москва.
27. Воркачев 2004 - Воркачев С. “Счастье как лингвокультурный концепт”, М.: Гнозис.
28. Земская 1973 - Земская Е.А. “Современный русский язык. Словообразование” - М.: «Просвещение».
29. Лыков 1996 - Лыков А.Г. “Современная русская лексикология//Русское окказиональное слово”, учеб. пособие для филолог, Москва 1996. 118 с.
30. Лотман 2004 - Ю. М. Лотман, “Семиосфера”, С- Петербург, «Искусство-СПБ».
31. Маслова 2001 - Маслова В. А. “Лингвокультурология”, М.: Издательский центр «Академия», 208с.
32. Постовалова 1999 - Постовалова В.И. “Лингвокультурология в свете антропологической парадигмы. Фразеология в контексте культуры”. Москва: Прогресс.
33. Ревзина 1996 - Ревзина О.Г. “Поэтика окказионального слова//Язык как творчество”. К 70-летию В. П. Григорьева. - М.: Институт русского языка РАН.

34. Серебренников 1977 - Серебренников Б.А. "Языковая номинация. Виды наименований", М.: "Наука".
35. Третьякова 2003 - Третьякова И. Ю. Окказиональные фразеологизмы в стилистическом дискурсе // Текст. Семантика и структура : докл. 9 Междунар. конф. М. : Изд-во МОГГГУ, С. 193-194.
36. Третьякова 2003 - Третьякова И. Ю. Окказиональные фразеологизмы: моделирование и контекст // Лингвистика какая она есть. Лингвистика - какая она будет : межвуз. сб. науч. трудов. - Иваново : Изд-во ИГУ, С. 184-187.
37. Третьякова 2003 - Третьякова И. Ю. Творимость окказиональных фразеологизмов как деятельность // Семантика и функционирование языковых единиц разных уровней : межвуз. науч. конф., Иваново, 23 ноября 2002 г. Иваново : Изд-во ИГУ, С. 145-150.
38. Третьякова 2004 - Третьякова И. Ю. Внутренняя форма окказиональных фразеологизмов // Проблемы семантики и функционирования языковых единиц разных уровней : материалы II регион, науч. конф., Иваново. Изд-во ИГУ, С. 110-114.
39. Труфанова 1985 - Труфанова И. В. Типология окказиональных фразеологизмов Достоевского : дис. . канд. филол. наук. М. 230 с.
40. Ханпира 1998 - Ханпира Э. "Об окказиональном слове и окказиональном словообразовании//Развитие словообразования современного русского языка", М., Наука.
41. Ханпира 1972 - Ханпира Э.И. "Окказиональные элементы в современной речи: стилистические исследования", М.: Наука.
42. Юшманова 1999 - Юшманова Е.В. "Принципы отбора и лексикографической обработки неологизмов в словарях новых слов английского языка". Диссертация на соискательство ученой степени кандидата филологических наук, Иваново.
43. Юрьевна 2011 - Ирина Юрьевна. „Окказиональная фразеология (структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты)”, доктор филологических наук, Место защиты диссертации: Ярославль.

44. Янко Триницкая 1975 - Янко Триницкая Н. А. “Междусловное наложение. / Развитие современного русского языка”, М:Наука.
45. Anderson 1975 - Anderson E. “Style Optional Rules and Contextual Conditioning”, Style and Text. – Stockholm.
46. Ayto 2007 - John Ayto “A century of new words”, Oxford University Press.
47. Babenko 1997 - Babenko, N.G. “Occasional word in fiction text. Structural-semantic analysis”, course book. Kaliningr. Univ.
48. Baron 2001 - Baron, N. _ “Why Email looks like speech: Proofreading, pedagogy, and public face. Language, the media, and international communication”, Oxford : Catherine's College press.
49. Bauer 2001 - Bauer, L. “Morphological productivity”. Cambridge studies in linguistics, vol. 95. Cambridge: Cambridge University press.
50. Carrol 2003 - Carrol, L. “Through the looking-glass and what Alice found there”, USA: Lerner publications company.
51. Crystal 2003 – Crystal D. language and the Internet; "A linguistic revolution?", Cambridge.
52. Doring 2002 – Doring, N. “Abbreviations and acronyms n SMS communication”. Retrieved August 17, 2010, Wiesbaden.
53. Dickson 2012 - Paul Dickson. “Authorisms, Words wrought by authors”, Bloomsbury USA, New York.
54. Feldman 1957 - Feldman, N.I. “Occasional words and lexicography”, Moscow.
55. Ginsburg 1979 - R.S Ginsburg, S.S. Khidekel, G.Y. Knyazeva, A.A. Sankin “A Course in Modern English Lexicology”. Second edition. Moscow;
56. Hephaestus Books, 2011. Articles on nonce words, including: Jabberwocky, Bokononism, the Meaning of Liff, Sniglet, Vorpall Sword, Granfalloon, Supercalifragilisticexpialidocio. Hephaestus Books.
57. Khanpira 1972 - Khanpira, E.I. “Occasional elements in modern speech”, Moscow.
58. Lehrer 2007 - Lehrer, A. Blendalicious. “Lexical creativity, texts and contexts”, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

59. Meurs 2011 - Pieter Meurs, Nicole Note and Diederik Aerts – “The "Globe" of globalization”. An Online Journal of Philosophy 5 (2):10-25.
60. Paul 1960 - Paul, H.” Principles of the history of language”, Cornell University.
61. Phillipson 2008 - Phillipson Robert –“Lingua franca or lingua frankensteinia? English in European integration and globalization. World Englishes, Vol. 27, No. 2, pp. 250–267.
62. Pozdeeva 2002 - Pozdeeva, E.V. “Occasional word”: perception and translation based on the material taken from novels by the Russian and English writers. Thesis. Perm.
63. Steinbeck 2000 - Steinbeck, J. “Analyses, Critique, Reviews and General Resources on the Grapes of Wrath”, Western Washington University.
64. Terenteva 1983 - Terenteva, L.P. “Semantics and pragmatics of lexical occasional words”. Thesis. Moscow.
65. Velasco 2009 - Velasco, D.G. “Innovative coinage. Deconstructing Constructions”. Amsterdam:John Benjamins Publishing Company.
66. Yule 2005 - Yule, G. “Participation and Silence in the Language Classroom”. Oxford: Oxford University Press.
67. Bußmann 2002 - Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. 3.aktual. und erw. Auflage. Stuttgart: Kröner.
68. Conrad 1985 - Conrad R. Lexikon sprachwissenschaftlicher Termini. Leipzig: Bibliographisches Institut.
69. Erben 1995 - Erben J. “Wortbildung und Textbildung”. Deutsch als Fremdsprache. Festschrift für Gerhard Helbig. München.
70. Erben 1981 - Erben J. “Neologismen im Sapnungsfeld von System und Norm. Logos Semantikos”. Bd. 5. Geschichte und Architektur der Sprachen. Berlin New York. Madrid.
71. Fleischer 1995 - Fleischer W. Barz I. “Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache”. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

72. Grewendorf 1994 - Grewendorf G., Hamm F., Sternefeld W. Sprachliches Wissen. "Eine Einführung in moderne Theorien der grammatischen Beschreibung". Frankfurt am Main: Suhrkamp.
73. Herberg 1998 - Herberg D., Kinne M. Neologismen. Heidelberg: Groos.
74. Heusinger 2004 - Heusinger S. "Die Lexik der deutschen Gegenwartssprache". Paderborn München: Fink.
75. Hohenhaus 1996 - Hohenhaus P. "Ad-hoc-Wortbildung. Terminologie, Typologie und Theorie kreativer Wortbildung im Englischen". Frankfurt am Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften.
76. Muehleisen 2010 - Muehleisen, S. Heterogeneity in wordformation patterns: A corpus-based analysis of suffixation with-ee and its productivity in English. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
77. Peschel 2002 - Peschel C. "Zum Zusammenhang von Wortbildung und Textkonstitution". Tübingen: Niemeyer Verlag.
78. Stepanova 1985 - Stepanova M.D., Fleischer W. "Grundzüge der deutschen Wortbildung". Leipzig: Bibliographisches Institut.
79. Wanzeck 2010 - Wanzeck Ch. "Lexikologie". Göttingen: UTB Verlag.
80. Wills 2009 - Wills W. "Zur Produktion und Rezeption sprachlicher Zeichen. Zeitschrift für germanistische Linguistik". Band 13, Heft 3.

ლექსიკონები:

1. (სოციალურ და პოლიტიკურ ტერმინთა ლექსიკონი – ცნობარი, 2004: 157-158).
2. Ахманова 1969 - Ахманова О.С. "Словарь лингвистических терминов". 2-е изд. М.: Советская энциклопедия.
3. Ахманова 2004 - Ахманова О. С. "Словарь лингвистических терминов" изд. М.
4. „БОЛЬШОЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ РУССКОГО ЯЗЫКА" Т. 10
Институт лингвистических исследований РАН, Москва (Россия) 2012;

გამოყენებული მასობრივი საინფორმაცია წყაროები:

წყარო №1

<https://ka.wikipedia.org/wiki/%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%9E%E1%83%98%E1%83%A0-%E1%83%A3%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%A4%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%B0%E1%83%98%E1%83%9E%E1%83%9D%E1%83%97%E1%83%94%E1%83%96%E1%83%90>

წყარო №2 http://www.regions.ge/2&newsid=6457&year=2013&position=news_main

წყარო №3 <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=3300>

წყარო №4 <http://www.unesco.org/languages-atlas/>

წყარო №5 http://neologia.org/html/word_birthing.html

წყარო №6 <http://www.independent.co.uk/sport/general/others/how-quidditch-has-become-a-real-sport-magical-realism-9577321.html>

წყარო №7 <https://legallysociable.com/2011/05/08/the-sociological-origin-of-the-term-mcjob/>

წყარო №8 <http://knowyourmeme.com/memes/noob>

წყარო №9 <http://behindthegrammar.com/2010/07/top-10-made-up-words/>

წყარო №10 <http://www.phrases.org.uk/meanings/no-brainer.html>

წყარო №11 <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=pob>

წყარო №12 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/shopaholic>

წყარო №13 <https://en.wikipedia.org/wiki/Bromance>

წყარო №14 <http://www.eonline.com/news/662022/how-rock-and-roll-made-kohl-cool-this-is-the-history-of-guyliner>

წყარო №15 <https://www.quora.com/What-are-the-origins-of-the-phrase-knocked-up-for-pregnancy>

წყარო №16 <https://rsa.revues.org/1066>

წყარო №17 <http://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/features/the-breasts-a-man-can-get-why-moobs-are-no-laughing-matter-7639644.html>

წყარო №18 <http://blog.oup.com/2007/11/prentice/>

წყარო №19 <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Fantabulous>

წყარო №20 <https://en.wikipedia.org/wiki/Infomania>

წყარო №21 <https://aggslanguage.wordpress.com/a-z-new-words-in-the-last-fifty-years/>

წყარო №22 <http://blog.oxforddictionaries.com/2011/04/fusion-words-for-the-twitterati/>

წყარო №23 <https://en.wikipedia.org/wiki/Netizen>

წყარო №24 http://doctorwho.answers.wikia.com/wiki/Who_coined_the_term_%22whovian%22

წყარო №25 <http://moria.co.nz/sciencefiction/transmorphers-2007.htm>

წყარო №26 https://en.oxforddictionaries.com/definition/It_girl

წყარო №27 <https://www.quora.com/Where-did-carjacking-originate-and-why>

წყარო №28 <https://www.hp-lexicon.org/thing/mudblood/>

წყარო №29 <https://aggslanguage.wordpress.com/a-z-new-words-in-the-last-fifty-years/>

წყარო №30 <http://www.opentext.org.ge/index.php?m=12&y=2013&art=87>

წყარო №31 <https://www.youtube.com/watch?v=Gb8yxM5C-m4>

წყარო №32 <http://www.kvirispalitra.ge/mozaika/10766-2011-tslis-frazebi.html?add=1>

წყარო №33 <https://www.youtube.com/watch?v=rr2AjV1DlvI>

წყარო №34 <https://geocell.ge/ge/private/services/tariffs>

წყარო №35 <https://geocell.ge/ge/private/services/tariffs/twist>

წყარო №36 <http://www.asavali.ge/archive/?year=2016&page=1>

წყარო №37 <http://www.asavali.ge/archive/?year=2016&page=1>

წყარო №38

https://www.google.ge/search?q=cellfish&tbm=isch&tbs=ring:CSIKFulmZcdyIjhUp6wQs1aZgbmDbaFUCyeRTc-XCW7xhf1u2fnvTOumCm5g8TgqR-ODnMLTHRPy34rK10iq85aK_1SoSCVSnrBCzVpmBEXJCOmLlzzqOKhIJuYNtoVQLJ5ERy0g9qHyBm9UqEglNz5cJbvGF_1REqnaCzhIunHCoSCW7Z-e9M66YKESqdoLOEi6ccKhIJbmDxOCpH44MR11dB-oY4Xs4qEgmcwtMdE_1LfiHHAzxQmsJHJyioSCcrXSKrzlor9EVH-7OPdLMim&tbo=u&sa=X&ved=0ahUKEwiwu4u8yIHSAhXLVxQKHc2aD1wQ9C8ICQ&biw=1280&bih=591&dpr=1.5

წყარო №39 <https://en.oxforddictionaries.com/definition/ear-tickler>

წყარო №40 <http://www.kvirispalitra.ge/mozaika/10766-2011-tslis-frazebi.html?add=1&device=xhtml>

წყარო №41 <http://www.kvirispalitra.ge/mozaika/10766-2011-tslis-frazebi.html?add=1&device=xhtml>

წყარო №42 <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/wag.html>

წყარო №43 <http://www.madeformums.com/news-and-gossip/must-have-toys-for-christmas-from-the-biggest-sellers/41772.html>

Ֆյարո Նº44 <http://www.madeformums.com/news-and-gossip/must-have-toys-for-christmas-from-the-biggest-sellers/41772.html>

Ֆյարո Նº45 <https://www.theguardian.com/us-news/2017/jan/08/barack-obama-legacy-donald-trump-healthcare-climate-change>

Ֆյարո Նº46 <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/09/us-election-political-movement-trumpism>

Ֆյարո Նº47 <http://www.firstnews.co.uk>

Ֆյարո Նº48 <http://www.twincities.com/2016/09/25/b-board-one-fowl-could-be-a-geese-and-two-are-called-geese-yet-the-plural-of-moose-should-never-be-meese/>

Ֆյարո Նº49 <https://www.theguardian.com/commentisfree/2011/sep/06/tory-scotland-conservative-murdo-fraser>

Ֆյարո Նº50 <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-1216960/>

Ֆյարո Նº51 <http://www.themoscownews.com/comments/20110926/189070892.html>

Ֆյարո Նº52

http://www.barrypopik.com/index.php/new_york_city/entry/educrat_education_bureaucrat

Ֆյարո Նº53 <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8151011.stm>

Ֆյարո Նº54 <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-499275/Pawtraits-love-The-owners-paid-hundreds-immortalise-pets-ever.html>

Ֆյարո Նº55 <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1343191/Whos-VERY-clever-doggy-Prepare-bow-wowed-Chaser-worlds-brainiest-dog-test.html>

Ֆյարո Նº56 <http://www.dailymail.co.uk/news/article-488388/Myetery-cat-napper-takes-neighbours-pets-dumps-25-miles-away.html>

წყარო №57 <https://www.theguardian.com/business/2017/jan/09/my-new-year-forecast-trumpian-uncertainty-and-lots-of-it>

წყარო №58 <http://www.srilankaguardian.org/2009/12/right-war.html>

წყარო №59 http://news.ge/ge/news/story/145299-iseti-reklama-gavukete-me-ebrd-s-rom-evropis-rekonstruqtsiisa-da-ganvitarebis-bankma-tsesit-me-unda-damajildovos?fb_comment_id=795341773920088_795380330582899#f129f844979ed5c

წყარო №60 <http://www.ambebi.ge/faceambebi/120134-nika-meliam-eka-beselias-cheqmebs-qbeselkebiq-utsoda-ra-ghirs-politikosis-cheqmebi-romelmac-azhiotazhi-gamoitsvia.html>

წყარო №61 <http://www.asavali.ge/archive/?year=2016&page=1>

წყარო №62 <http://poetry.ge/poets/rati-amaglobeli/poems/6061.gazaphkhulis-uvertura.htm>

წყარო №63 <http://poetry.ge/poets/ana-kalandadze/poems/9579.am-surit-svamen.htm>

წყარო №64 <http://tapemark.narod.ru/les/047d.html>

წყარო №65 <https://en.oxforddictionaries.com/>

წყარო №66 <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>

წყარო №67 <https://www.merriam-webster.com/>

წყარო №68 <http://www.urbandictionary.com/>

წყარო №69 <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>

წყარო №70 <http://www.ldoceonline.com/>

წყარო №71 <http://www.macmillandictionary.com/>

წყარო №67 <http://dictionary.ge/> (დიდი ინგლისურ-ქართული ონლაინ ლექსიკონი, მარგალიტი)

გამოყენებული გაზეთები:

61. „ასავალ-დასავალი“ №11, 2015

62. „ასავალ-დასავალი“ №10, 2016

63. „ასავალ-დასავალი“ №19, 2016

64. „ასავალ-დასავალი“ №15, 2016

65. „ასავალ-დასავალი“ №29, 2016

66. „ასავალ-დასავალი“ №33, 2016

67. „ასავალ-დასავალი“ № 45, 2016

68. „ასავალ-დასავალი“ №1, 2017

69. „ასავალ-დასავალი“ №2, 2017

დანართი 1



დანართი 2

SUREPRICE GUARANTEE

დანართი 3



დანართი 4



დანართი 5



დანართი 6



დანართი 7



დანართი 8



දානාර්ත 9

Dynomatic®

DRIVE SOURCE INTERNATIONAL, INC.

දානාර්ත 10



SALEBRATION

CELEBRATE THE JOY OF SAVINGS

Fashion Extra 35% off | Home Flat 50% off
Electronics Min. 20% off

[SHOP >](#)

დანართი 11



დანართი 12



