

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

სადოქტორო პროგრამა „ლინგვისტიკა“ თარგმანმცოდნეობა



ფონური ცოდნის ვერბალური რეპრეზენტაცია

მედიატექსტებში და მათი გადმოცემის ხერხები თარგმანში

დოქტორანტი: რ.თურმანიძე

ხელმძღვანელი: პრ. მ.აროშიძე

ბათუმი

2018

სარჩევი

შესავალი -----	3
თავი I	
ფონური ცოდნის არსი და მისი კლასიფიკაცია	
1.1. ფონური ცოდნა, როგორც ექსტრალინგვისტური ცოდნის ერთ-ერთი სახეობა -----	8
1.2. ფონური ცოდნის კლასიფიკაცია -----	15
1.3. რეალიები, როგორც ეროვნულ-კულტურული და ისტორიული კოლორიტის მატარებლები -----	23
თავი II.	
ფონური ცოდნის გამოხატვის ხერხები- ექსპლიციტი და იმპლიციტი მედიატექსტებში	
2.1. იმპლიციტისა და ექსპლიციტის რაობა -----	38
2.2. ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვის იმპლიციტური და ექსპლიციტური ხერხები-----	44
2.3. მედიატექსტების თავისებურებანი, ექსპლიციტი და იმპლიციტი მედიატექსტებში -----	54
თავი III	
ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდება წყარო და სამიზნე ტექსტებში	
3.1. სათარგმნი ტექსტის ჟანრობრივი სპეციფიკა და მედიატექსტების თარგმნის პრობლემები -----	65
3.2. აბრევიატურების თარგმანის თავისებურებანი -----	80
3.3. მედიატექსტების სათაურის თარგმნის პრობლემები -----	104
დასკვნა -----	111
ბიბლიოგრაფია -----	117

შესავალი

წინამდებარე ნაშრომი, „ფონური ცოდნის ვერბალური რეპრეზენტაცია მედიატექსტებში და მათი გადმოცემის ხერხები თარგმანში“, ეძღვნება თარგმანმცოდნეობის ძალიან მნიშვნელოვან პრობლემას, რომელიც დაკავშირებულია ისეთ ზოგადლინგვისტურ კანონზომიერებასთან, როგორცაა „ენობრივი ეკონომიის პრინციპი“.

ტექსტის შექმნის დროს ავტორი ითვალისწინებს, რა წინასწარი ცოდნა გააჩნია ადრესატს, და ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვისას ეძებს შესაბამის ენობრივ ერთულებს, გამოხატავს ვერბალურად, სრულად (ანუ ექსპლიციტურად). რაც შეეხება იმ ინფორმაციის ნაწილს, რომელიც სავარაუდოდ ცნობილია მკითხველისთვის, ამ შემთხვევაში ტიპიური სიტუაციის გათვალისწინებით ავტორი მიმართავს ინფორმაციის შეკუმშვის სხვადასხვა საშუალებებს (ანუ იმპლიციტურ ხერხებს).

მასობრივი აუდიტორიისკენ მიმართული პრესის მასალების თარგმნა განსაკუთრებულ ინტერესს იმსახურებს, მათი აქტუალურობიდან და მნიშვნელობიდან გამომდინარე, ვინაიდან აღნიშნული მასალების თარგმნა სხვადასხვა სირთულეებთან არის დაკავშირებული, განსაკუთრებული პრობლემები იქმნება პუბლიცისტური ტექსტების სათაურების პრაგმატიკის გადმოცემის კუთხით, ვინაიდან სათაური აღიარებულია როგორც ტექსტის ძლიერი ნიშანი, ზოგ შემთხვევაში კი - როგორც ტექსტის ეკვივალენტი. მას უამრავი ფუნქცია აკისრია, ამიტომაც მისი თარგმნა განსაკუთრებულ სირთულეს იწვევს.

საერთაშორისო ურთიერთობების გაღრმავებისა და გლობალიზაციის პირობებში, მედია მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებასა და პოლიტიკურ ცხოვრებაზე. შესაბამისად, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების თავისებურებების თარგმნის შესწავლა განსაკუთრებულ ინტერესსა და მნიშვნელობას იძენს.

ყველაფერი ზემოხსენებული მეტყველებს ჩვენი სადოქტორო კვლევის **აქტუალობაზე**. მედიატექსტები - თანამედროვე ლინგვისტური კვლევების საკმაოდ პოპულარულ ობიექტს წარმოადგენს, მაგრამ ეს ემპირიული მასალა თითქმის არ არის შესწავლილი იმ კუთხით თუ როგორი შეფარდება ახასიათებს ექსპლიციტსა და იმპლიციტს. პუბლიცისტური ტექსტების სხვადასხვა ჟანრის თარგმნის პროცესში იმპლიციტური ინფორმაციის რომელი ნაწილი უნდა იყოს ექსპლიცირებული, რომ ტექსტი გასაგები გახდეს სამიზნე ენის მკითხველისთვის.

ნაშრომის ფარგლებში ჩვენ შევეცდებით შევხოთ იმ პრობლემატიკას, რომლის წინაშეც დგება მთარგმნელი პუბლიცისტური ტექსტების, და განსაკუთრებულად სათაურების, თარგმნის პროცესში, ვეცდებით ვაჩვენოთ, რომ მთარგმნელი ახორციელებს პრაგმატულ ადაპტაციას, რადგან სოციო-კულტურული თავისებურებების გამო წარმოქმნილი გაგების სირთულე გადალახოს, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ორ კულტურას შორის სიღრმისეული განსხვავება არსებობს. შევისწავლით, ასევე, იმ სირთულეებს, რომელსაც მთარგმნელი აწყდება აზრის ხელახალი გამოხატვის პროცესში.

ჩვენი ნაშრომის **სიახლე** იმაში მდგომარეობს, რომ ფონური ინფორმაციის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხები ნაკლებად არის შესწავლილი თანამედროვე ლინგვისტურ ტრადიციაში, განსაკუთრებით მათი შეფარდება სხვადასხვა ტიპის ტექსტებში და სამიზნე ენაში გადაცემის შემთხვევაში. პუბლიცისტური ტექსტები არაერთხელ იყო და იქნება ლინგვისტური კვლევის ობიექტი, მაგრამ ამ კუთხით მათ თარგმნის პრობლემების გაშუქება ქართულ მედია მასალაზე ჯერ არ მომხდარა.

აგრეთვე, აღსანიშნავია რეალიების, აბრევიატურებისა და სათაურების თარგმნის თავისებურებების გაშუქება, რომელიც იმპლიციტურ ინფორმაციაა სამიზნე ენის მკითხველისათვის.

ყველაფერი ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე ჩვენი სადოქტორო ნაშრომის მიზანია ფონური ცოდნის ვერბალური რეპრეზენტაციის შესწავლა მედიატექსტებში და მათი გადმოცემის ხერხების დაზუსტება თარგმანში. ამ მიზნის მისაღწევად კვლევის პროცესში ჩვენ გვექონდა დასახული შემდეგი კონკრეტული ამოცანები:

1) ფონური ინფორმაციის ცნების გაღრმავება და მისი კლასიფიკაციის საკითხის დაზუსტება;

2) ტექსტური ინფორმაციის გადმოცემის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხების შეფარდების დახასიათება სხვადასხვა ტიპის ტექსტებში;

3) აღნიშნული შეფარდების ცვლილებების დაზუსტება სამიზნე ტექსტებში (ქართული და ინგლისური ენების მასალაზე);

4) რეალიებისა და აბრევიატურების თარგმნის პრობლემების გაანალიზება;

5) სათაურის, როგორც ტექსტის საკვანძო ნიშნის იმპლიციტური ინფორმაციის ერთეულების დაზუსტება;

6) ინგლისური და ქართული პუბლიცისტური სტატიების სტილისტური, ლინგვოკულტურული და პრაგმატული თავისებურებების გადმოცემის მთარგმნელობითი სტრატეგიების გაშუქება ინტერპრეტაციული თეორიის გამოყენებით.

სადისერტაციო ნაშრომის თეორიული მნიშვნელობა მდებარეობს მთელი რიგი ცნებების დაზუსტებაში და დახვეწაში, როგორცაა: ფონური ცოდნა, ლინგვოეთნიკური ბარიერი, ინფორმაციის გამოხატვის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხები და სხვ., რაც წარმოადგენს განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ქართულ მთარგმნელობითი სკოლისთვის, სადაც ჯერ კიდევ ნაკლებად არის შესწავლილი თანამედროვე მთარგმნელობითი ტერმინოსისტემა. აღნიშნული ტერმინები და მთარგმნელობითი სტრატეგიები

გამუქებულია ქართული პუბლიცისტური ტექტების მასალაზე, რომელშიც ნაკლებად მოიძებნება ექსპლიციტური ხერხების იმპლიციტურის მეშვეობით გადმოცემა, მაგრამ უხვად გამოიყენება მთარგმნელობითი სტრატეგია, რომლის შედეგად წყარო ტექსტის იმპლიციტი გადადის სამიზნე ტექსტში ექსპლიციტში. გამართლებული სტრატეგიის არჩევა დამოკიდებულია ადრესანტისა და ადრესატის ფონური ცოდნის მარაგის სიახლოვეზე.

პრაქტიკული მნიშვნელობის თვალსაზრისით ნაშრომში გაანალიზებული მასალა და დასკვნები წარმოადგენენ დიდ ინტერესს ფილოლოგებისთვის, მთარგმნელებისთვის, ჟურნალისტებისთვის და სხვ.

აბრევიატურების, რეალიებისა და სათაურების თარგმნის ანალიზი შეიძლება იყოს გამოყენებული მთელი რიგი დისციპლინების პრაქტიკული მეცადინეობებზე (ზოგადი თარგმანის თეორია და პრაქტიკა, ტექსტის ლინგვისტიკა, კულტურათმორისი კომუნიკაცია და სხვ).

კვლევის ობიექტს წარმოადგენს მედიატექსტები, პირველ რიგში ჟურნალები და საგაზეთო სტატიები, ორენოვანი სარეკლამო ბუკლეტები, კერძოდ, ქართული ბანკების, რკინიგზის, ავტოტრანსპორტის ბროშურები, ვინაიდან ჩვენ გვაინტერესებდა ბილინგვა პუბლიკაციები. ჩვენი საკვლევი ტექსტების არეალი საკმაოდ ფართო იყო (ჟანრის - ინფორმაციული შეტყობინება, პოლიტიკური მიმოხილვა, ფელეტონი, სარეკლამო ტექსტი; ასევე თემატიკის მრავალფეროვნება: ბიზნესი, პოლიტიკური სფერო, კულტურა, სპორტი, ბუნებრივი კატაკლიზმები, შოუ ბიზნესი და სხვ).

ჩვენი კვლევის **მეთოდოლოგიურ საფუძველს** წარმოადგენს კომპლექსური მეთოდოლოგია, რომელიც უზრუნველყოფს ეფექტურობას და მიღებული დასკვნების სანდოობას, კვლევის პროცესში გამოყენებული იქნა შემდეგი მეთოდები და ხერხები: ლინგვისტიკური აღწერის მეთოდი, შედარებით-ტიპოლოგიური კვლევის მეთოდის ძირითადი ხერხები, ინტერპრეტაციისა და

განზოგადების მეთოდი, ანალოგიების მეთოდი, ენათშორისი ეკვივალენტობის დადგენის მეთოდი და ჰერმენევტიკის ძირითადი მეთოდი - განმარტებითი ანალიზი.

ნაშრომის ძირითადი **ჰიპოტეზა** შემდეგში მდგომარეობს: ტექსტის ყველა ტიპს ახასიათებს ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხებით ინფორმაციის გადმოცემა. იმპლიციტი აღწევს ყველაზე მაღალ ხვედრით წილს საქმიან და პროფესიულ ტექსტებში, რაც განპირობებულია ავტორისა და ადრესატის ფონური ცოდნის მსგავსებით. პუბლიცისტურ ტექსტებში კი მათი შეფარდება არ უნდა აღემატებოდეს „გაგების ზღვარს“, რომელიც იცვლება თარგმნის შედეგად. ჩვეულებრივ, ენათშორისი თარგმნისას იმპლიციტი გადადის ექსპლიციტში პრაგმატული ადაპტაციის შედეგად.

I თავი

ფონური ცოდნის არსი და მისი კლასიფიკაცია

1.1 ფონური ცოდნა, როგორც ექსტრალინგვისტური ცოდნის ერთ-ერთი სახეობა

საგაზეთო სტატიებისა და, ზოგადად, თარგმანის პროცესში მნიშვნელოვანია ფონური ცოდნა. ფონური ცოდნა მასობრივი კულტურის ნაწილია და კარგადაა ცნობილი ამა თუ იმ საზოგადოებისათვის. ფონური ცოდნა მნიშვნელოვანია სხვადასხვა თემატიკისა და ფუნქციურ - სტილისტური ტექსტების აზრის გასაგებად.

მასობრივი კულტურა და ძირითადად, საგაზეთო სტატიები აქტიურად რეაგირებენ ენაში მომხდარ ნებისმიერ ცვლილებაზე და სტრუქტურული და კულტურულ - ისტორიული განვითარების ყველა თანამედროვე ტენდენციას ასახავენ. ნებისმიერი ტექსტი საზოგადოების ცხოვრების ნაწილია, ამიტომ ფონური ცოდნა აუცილებელია ტექსტის ადექვატურად აღქმისათვის. თანამედროვე სტატიების ადექვატური აღქმა კი მხოლოდ მაშინ არის შესაძლებელი, როდესაც ტექსტის ავტორს და მკითხველს ერთნაირი ფონური ცოდნის მარაგი აქვთ. მეცნიერთა უმრავლესობა თანხმდება, რომ ტექსტის მხოლოდ ლინგვისტური კუთხით შესწავლა გაუმართლებელია, ვინაიდან ცალკეული გამოთქმებისა და ტექსტის აზრი არ შედგება მხოლოდ მისი შემადგენელი ელემენტების მნიშვნელობათა ჯამისაგან.

თარგმნისას აზრის ჩამოყალიბება სხვადასხვა გზით ხდება, რომლის დროსაც აუცილებელია ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტური ცოდნის ფაქტორის გათვალისწინება. ექსტრალინგვისტურ ცოდნაში კი ფონური ცოდნა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს.

ფონური ცოდნა კოგნიტური კატეგორიაა და ექსტრალინგვისტური ცოდნის ერთ-ერთი სახეობაა. ის წარმოადგენს ერის სოციო-კულტურულ ფონს, რომელიც ასე თუ ისე აისახება ენაში. სწორედ კულტურის ეს ნაწილი

უნდა იქნეს შესწავლილი ორიგინალის სრულად და სიღრმისეულად გააზრების თავალსაზრისით, რომ მოხდეს ამ ღირებულებების სრულად გადატანა სათარგმნი ენის მეშვეობით. დასავლურ ლიტერატურაში გამოიყენება ტერმინი ექსტრალინგვისტური ცოდნა, „ფონური ცოდნა“-ს კი რუსულ სამეცნიერო ლიტერატურაში ვხდებით.

ე. ვერეშაგინის და ვ. კოსტომაროვის განმარტებით, ფონური ცოდნა წარმოადგენს მოსაუბრის ან მსმენელის ცოდნას, რომელიც კომუნიკაციის პროცესში იგულისხმება. ეს ცოდნა ენობრივი ურთიერთობის საფუძველს წარმოადგენს. ფონური ცოდნის ვერბალიზაცია ყოველდღიურ ურთიერთობებში არ ხდება. ფონური ცოდნა შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც „კომუნიკაციური აქტის მონაწილეების საერთო ცოდნა“, რომელიც საუბრის დროს ურთიერთგაგებას უზრუნველყოფს (ვერეშაგინი, კოსტომაროვი 1990:126).

ი.შეინის აზრით, ფონურ ცოდნაში მოიაზრება სხვადასხვა ტიპის ცოდნა, რომელიც გავლენას ახდენს კომუნიკაციის პროცესზე, ჩვენს მოლოდინსა და პრესუპოზიციაზე და რომელიც კომუნიკაციური სიტუაციის ნაწილს წარმოადგენს. ფონური ცოდნა შეიძლება ჩაითვალოს „მზა ფორმულად“, რომელსაც კულტურულ-ენობრივი ჯგუფი თავის წევრებს სთავაზობს. ბუნებრივია, ერთი კულტურის ჩარჩოებში არსებული ეს „მზა აზრები“ სოციალური სტატუსის, პირადი გამოცდილებისა და სხვადასხვა ფაქტორების გათვალისწინებით იცვლება (ი.შეინი 1990:27).

მთარგმნელისათვის მნიშვნელოვანია:

1. ისტორიულ-კულტურული ფონი (ცნობები იმის შესახებ, თუ როგორ ვითარდებოდა ქვეყანა, მისი საზოგადოება და კულტურა ისტორიულ პროცესში). ტექსტებში ხშირად გვხვდება მინიშნებები და ალუზიები ისტორიულ პიროვნებებზე და ლიტერატურულ პერსონაჟებზე. იმისათვის, რომ მთარგმნელმა ეს მკითხველამდე მიიტანოს მას განსაკუთრებული ერუდიცია სჭირდება.

მაგალითად:

ა)მუცო აკონტროლებდა კავკასიის ქვეყნების დამაკავშირებელ გზას და საქართველოს საზღვრს.

Mutso controlled the roads connecting countries of the Caucasus and Georgia's border.

მთარგმნელმა აღნიშნული სათაურში „მუცო“, რომელიც ისტორიული ადგილია შემდეგნაირად აქვს ახსნილი.

მუცო დუშეთის რაიონში, მდინარე არდოტის მარჯვენა ნაპირზე, შატილიდან 12 კმ-ში მდებარეობს. ციხე-ქალაქი, რომელიც გვიანი შუა საუკუნეებით თარიღდება. ხანგრძლივი ისტორიის განმავლობაში მუცო აკონტროლებდა და იცავდა კავკასიის ქვეყნების დამაკავშირებელ გზას და საქართველოს საზღვარს.

ბ)უნიკალური ბალთების ყველაზე დიდ კოლექციას ონის მუზეუმი ფლობს.

ONI MUSEUM HOLDS LARGEST COLLECTION OF UNIQUE BUCKLES

ონის მუზეუმის შენობა რაჭასი მდებარეობს, რომელიც 1991 და 2009 წლის ცნობილი მიწისძვრების შედეგად მეტად კატასტროფულ, ავარიულ მდგომარეობაში იმყოფებოდა. უამრავი უნიკალური ექსპონანტი, რითაც , ამ ბალთების მსგავსად, იამაყებდა მსოფლიოს ნებისმიერი მუზეუმი, აქ არასამუზეუმო, მძიმე პირობებში ინახებოდა.

ონი- რაჭა - ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი (ქლოუზა: 2014/4/5).

2. სოციო-კულტურული ფონი (ეს არის ცნობები საზოგადოების ურთიერთობის, ნორმების, ღირებულებების შესახებ).

მაგალითად:

ქალთა მოძრაობა, გადაიქცა ქალთა განმათავისუფლებელ მოძრაობად (*womens liberation*), რომელშიც გამოიკვეთა ფემინისტური პოლიტიკის სამი ძირითადი მიმართულება: ლიბერალური, რადიკალური და სოციალისტური. ქალთა მოძრაობის აქტივიზაციის ფაქტმა განაპირობა მთელი რიგი სერიოზული თეორიული, სოციალურ-ფილოსოფიური პრობლემების დაყენება. ქალის ბუნებისა და ქალის ყოფიერების სპეციფიკა, ოჯახის ისტორიულ ფორმაში ქალის სოციალური როლი, კულტურის მიმართება ქალთა ისტორიული გამოცდილებისადმი (<http://www.nplg.gov.ge/gsdll/cgi-bin/library.exe?e=d>).

3. ეთნო-კულტურული ფონი (ცნობები ტრადიციების, ყოფა-ცხოვრების, ეროვნული დღესასწაულების შესახებ).

მაგალითად:

ა) კოლხობა - ტრადიციული დღესასწაული

Kolkhoba – Traditional holiday

კოლხობის სახალხო დღესასწაულს ჯერ კიდევ 1979 წელს ჩაეყარა საფუძველი. თავდაპირველად სახალხო დღესასწაულს "ქვამხაზობა"-ს უწოდებდნენ, შემდგომ ლაზთა სახალხო დღესასწაულს "კოლხობა" დაერქვა, რადგანაც ეს დღესასწაული მთელ კოლხეთში იმართებოდა

(<http://admin.interpressnews.ge/en/culture/10547-tdton-hody-of-kokhob-to-be-mked-n-sf-tomoow.html?ar=A>).

ბ) თბილისობა 2014 წლის პროგრამა - რა ღონისძიებები

იგეგმება დედაქალაქში

Tbilisoba” in the capital of Georgia.

თბილისობის დღესასწაული პირველად 1979 წლის 28 ოქტომბერს აღინიშნა და ამ დღიდან მოყოლებული ყოველწლიურ ტრადიციად

იქცა. პირველივე ღონისძიებამ განმსაზღვრა მისი ხასიათი: ღვინობისთვის უკანასკნელი შაბათ-კვირას დედაქალაქში წარსულისა და აწმყოს შეხვედრა ხდება და ძველი თბილისის ცოცხლდება. ისტორიულ უბნებში კვლავ შეხვედებით ყარაჩოდლეებსა და კინტოებს (<https://www.georgianjournal.ge/discover-georgia/28627-tbilisoba-2014-historical-autumn-festival.html>).

4. სემიოტიკური ფონი (ცნობები ეროვნული სიმბოლიკისა და ტოპოგრაფიული დასახელებების შესახებ). საკუთარი სახელების თარგმნა, რომელსაც ყველგან ვხდებით, შესაძლოა სერიოზული სირთულეების წინაშე დააყენოს მთარგმნელი, ვინაიდან საკუთარი სახელები შეიძლება ისეთ ბგერებს შეიცავდეს, რომელიც სათარგმნ ენაში არ არსებობს.

მაგალითად:

ამხანაგობა - ერთობლივი საქმიანობის (ამხანაგობის) ხელშეკრულება, როდესაც ორი ან რამდენიმე პირი კისრულობს ერთობლივად იმოქმედოს საერთო სამეურნეო ან სხვა მიზნების მისაღწევად ხელშეკრულებით განსაზღვრული საშუალებებით, იურიდიული პირის შეუქმნელად (<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/19798>).

ი. შეინი მიიჩნევს, რომ უცხოენოვანი ტექსტის გაგების პროცესში ადრესატი ახდენს კულტურულ-სპეციფიკური პრესუპოზიციების ინტერპრეტაციას მიღებული ინფორმაციის ფონურ ცოდნასთან შერწყმის გზით. თუკი მას საკმარისი ფონური ცოდნის მარაგი აქვს, იგი მაშინვე გამოყოფს აუცილებელ საკვანძო სიტყვებს იმპლიციტური აზრების სწორად ინტერპრეტაციის მიზნით, ანუ ფონური ცოდნის ლინგვისტურ კონტექსტთან შერწყმა სასურველ შედეგს გვაძლევს. თუკი ფონური ცოდნა არასათანადოა,

მაშინ ადრესატი ცდილობს მათ ლინგვისტურ კონტექსტთან შეთავსებას, იგი ამუშავებს იმპლიციტის ინტერპრეტაციის ჰიპოტეზებს, რომელიც კულტურულ პრესუპოზიციებს ემყარება. თუკი არ არსებობს ფონური ცოდნა, მაშინ სწორი ჰიპოტეზის წამოყენება შესაძლებელია მხოლოდ ლინგვისტური კონტექსტის სათანადოდ ახსნის შემთხვევაში. გაგების უზრუნველსაყოფად, მოსაუბრეების ფონური ცოდნა, ზოგიერთ ასპექტში, ერთმანეთს უნდა ემთხვეოდეს (შეინი 1990:55).

ი. შეინის აზრით, კომუნიკაციის აქტის დროს სრულად არ გამოიყენება კომუნიკანტების კოგნიტურ სისტემაში არსებული ცოდნა, არამედ ხდება მხოლოდ იმ ცოდნის გააქტიურება, რომელიც ურთიერთგაგებისათვის აუცილებელია (შეინი 1990:65).

თითოეული ადამიანის ცნობიერებაში საგნებსა და მოვლენებს შორის კავშირის შესახებ ცოდნის გარკვეული მარაგია. ცოდნა გამყარებულია ადამიანური პრაქტიკით. მყარი კავშირები საშუალებას გვაძლევს ღიად კი არ გადმოვცეთ ინფორმაცია, არამედ ვიგულისხმოთ.

ა. კრიუკოვის აზრით ფონური ცოდნა თავის რეალურ არსებობას მხოლოდ გააზრებულ გამონათქვამში ავლენს. ფონური ცოდნა არის ინდივიდის მიერ, როგორც მატერიალური, ასევე სულიერი ღირებულებების გათავისება (კრიუკოვი 1988:30).

ფონური ინფორმაცია საინტერესო კონცეპცია ე. ვერეშაგინს და ვ. კოსტომაროვს ეკუთვნის, რომლებიც თვლიან, რომ ფონური ინფორმაცია „კომუნიკაციური აქტის მონაწილეების (ადრესანტისა და ადრესატის) საერთო ინფორმაციას წარმოადგენს, რომელიც უზრუნველყოფს მათ ურთიერთგაგებას“ (ენა და კულტურა 2000:281). ფონური ცოდნის მნიშვნელობის განხილვა თარგმანმცოდნეობის ჭრილში კი ვ. ვინოგრადოვს ეკუთვნის, რომელიც მის მონოგრაფიაში „შესავალი თარგმანმცოდნეობაში“ ამტკიცებს, რომ ფონური ცოდნის აღქმა მთარგმნელის მიერ აუცილებელი პირობას წარმოადგენს, აღნიშნული კი უზრუნველყოფს წარმატებულ ორენოვან კომუნიკაციას (ვინოგრადოვი 2004:34).

ცნობილი მეცნიერების თეორიული ნაშრომების მიმოხილვამ ცხადყო, რომ ფონური ცოდნა ექსტრალინგვისტური ცოდნის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს, რომელიც კარგად არის ცნობილი საზოგადოების ყველა/ან/უმრავლესი წევრებისთვის. როგორც მხატვრის მიერ შექმნილ სურათზე პირველ პლანზე გამოსახული პიროვნებებისა და მოვლენების აღქმა შესაძლებელია მხოლოდ უკანა პლანზე მოცემული ფონთან ერთობლიობაში, ასევე ტექსტში ექსპლიციტურად გამოხატული ინფორმაცია უშუალოდ დაკავშირებულია იმპლიციტური ხერხებით გადმოცემულ ფონურ ინფორმაციასთან.

1.2 ფონური ცოდნის კლასიფიკაცია

„ფონური ინფორმაცია ისტორიული მოვლენაა“, აღნიშნავდა ვ. ვინოგრადოვი. „ის რეალურ დროში არსებობს, თუმცა შეიძლება მოძველდეს და წარსულის ნაწილი გახდეს“. ფონური ცოდნა, რომელიც ადამიანების ცნობიერებაში ფეხს ვერ იკიდებს, დავიწყებას ეძლევა, ამიტომ ფონური ცოდნა შეიძლება დავყოთ აქტუალურ და ისტორიულ ცოდნად. თარგმანის თეორიაში მნიშვნელოვანია, ასევე ხანგრძლივი და ხანმოკლე ფონური ინფორმაცია. პირველი წარმოადგენს ერის სულიერი და კულტურული ცხოვრების საფუძველს, თაობიდან თაობას გადაეცემა, არსებობს მუდმივად. იმის მიუხედავად, რომ ეს წმინდა ეროვნული ფაქტები და საგნები ყოველდღიურობიდან ქრება, ისინი მაინც რჩება ადამიანების ცნობიერებაში“ (ვინოგრადოვი 2001:42).

ფონური ინფორმაციის ამ ორი ნაირსახეობის დაპირისპირება თითქმის ყველა ნაშრომში გვხვდება, მაგრამ მათი დადგენის კრიტერიუმები არ არის დაკონკრეტებული: ზოგჯერ თაობების მეხსიერებას ეყდნობა - ერთი თაობისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაცია - მოკლევადიანია. ინფორმაცია, რომელიც თაობიდან თაობას გადაეცემა - ხანგრძლივია. ამ შემთხვევაში, ჩვენი აზრით, უფრო არგუმენტირებულია ვ. ვინოგრადოვის თვალსაზრისი, რომლის მიხედვით ხანგრძლივი ფონური ინფორმაციის დაზუსტება ხდება იმის მიხედვით, შევიდა თუ არა ინფორმაციის ეს სეგმენტი სამყაროს ენობრივ სურათში, მაგრამ ამ შემთხვევაშიც კი გაუგებარია - საბჭოური კონცეპტები, ერთის მხრივ - უკვე მოძველდა, მაგრამ, მეორეს მხრივ - რამოდენიმე თაობის სამყაროს ენობრივი სურათის განუყოფელი ნაწილია (*კოლმეურნეობა*).

ხანგრძლივი ფონური ინფორმაციის მაგალითია:

ა) July 4. It is a federal holiday .

აშშ აღნიშნავს დამოუკიდებლობის მოპოვობას დიდი ბრიტანეთისაგან, რომელიც თარიღდება 1776 წლის 4 ივლისით (<https://www.timeanddate.com/holidays/us/independence-day>).

ბ) ქართველი მეფეები: ვახტანგ გორგასალი, ფარნავაზ მეფე და ა.შ

ვ. ვინოგრადოვის აზრით, ლექსიკური ერთეულები, რომლებიც გადმოსცემენ ხანგრძლივ ფონურ ცოდნას, ტექსტის აღქმისათვის განსაკუთრებულ დაბრკოლებას არ წარმოადგენს, ვინაიდან მათი უმრავლესობა დაფიქსირებულია სხვადასხვა სახის ლექსიკონებში. სხვაგვარადაა საქმე ხანმოკლე ფონური ცოდნის შემთხვევაში, რომელიც უცებ შემოდის ხმარებაში და მალევე ეძლევა დავიწყებას, შესაბამისად ის არ ფიქსირდება ლექსიკონებში. საქმე ეხება მოდურ სიტყვებს, გამოთქმებს, რესტორნებისა და კაფეების დასახელებებს, ცნობილი ადამიანების სახელებს. ხანმოკლე ფონური ცოდნა ყველა დროისთვისაა დამახასიათებელი და აისახება ლიტერატურულ ნაწარმოებებში. ასეთი ფონური ცოდნა თარგმანის დროს ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას წარმოადგენს. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც საქმე გასული საუკუნის ნაწარმოებებს ეხება (ვინოგრადოვი 2001:42).

მაგალითად: ქუჩების სახელწოდებანი, როგორიცაა:

- 1. გორკი- გორგილაძე.*
- 2. ლენინი-გამსახურდია.*
- 3. სტალინი- მემედ აბაშიძე.*

ხანმოკლე ფონური ინფორმაციის მაგალითია ზურაბ გურიელიძის განცხადება თბილისში მომხდარ ტრაგედიასთან დაკავშირებით, 2014 წლის ივლისში.

ზურაბ გურიელიძე: ყველაფერი ჩემი ბრალია (ზოოპარკის დირექტორი).

Zurab Gurielidze : All is my fault

ზოპარკის დირექტორის ზურაბ გურიელიძის განცხადებით, მომხდარზე პასუხისმგებლობას იღებს. „ვაცნობიერებ იმას, რომ ჩემი ინფორმაციის მიწოდებით სახელმწიფო უწყებებმა გაავრცელეს ეს ინფორმაცია და ჩემი შეტყობინების საფუძველზე ჩაითვალა, რომ საფრთხე აღარ არსებობდა. ეს ყველაფერი ჩემი ბრალია, თუმცა, გარწმუნებთ, რომ ყველაფერს ვაკეთებთ, რომ მსგავსი ტრაგედია აღარ მოხდეს,“ - აღნიშნა გურიელიძემ ჟურნალისტებთან. მისი თქმით, სამართალდამცველებმა უკვე დაკითხეს და ამ წუთებშიც დაკითხვაზე მიდის (<http://www.tabula.ge/ge/verbatim/97356-zurab-gurielidze-kvelaferi-chemi-bralia>).

კულტურულ - სპეციფიკური ინფორმაცია, რომელიც ფონური ცოდნის ნაწილს წარმოადგენს, ლინგვისტურ კონტექსტთან ურთიერთქმედებით გავლენას ახდენს უცხოენოვანი ტექსტის გაგებაზე. უცხოენოვანი ტექსტიდან ქვეყანათმცოდნეობითი ინფორმაციის მისაღებად მკითხველი იყენებს როგორც ფონურ ცოდნას, ასევე ლინგვისტურ კონტექსტს. თარგმანის პროცესში ფონური ცოდნა ურთიერთქმედებს სიტყვებთან და ტექსტის სტრუქტურასთან. თუმცა, არასაკმარისმა ფონურმა ცოდნამ, რაც შეიძლება კულტურული ღირებულებების განსხვავებებით იყოს განპირობებული, შესაძლოა ხელი შეეშალოს გამოთქმის სწორად ინტერპრეტაციას.

ფონური ცოდნა არაერთგვაროვანია. ვ.ვინოგრადოვი გამოყოფს ფონური ცოდნის სამ ტიპს:

1.ზოგადსაკაცობრიო.

მაგალითად:

აქილევისის ქუსლი

2.რეგიონალურ და ქვეყანათმცოდნეობით ფონურ ცოდნას.

მაგალითად:

თბილისობა 2014 წლის პროგრამა - რა ღონისძიებები იგეგმება დედაქალაქში

Tbilisoba” in the capital of Georgia (<https://www.georgianjournal.ge/discover-georgia/28627-tbilisoba-2014-historical-autumn-festival.html>).

3. ფონური ცოდნა სოციო-კულტურული ინფორმაციაა, რომელიც დამახასიათებელია ამა თუ იმ კონკრეტული ერისათვის, გათავისებულია მისი მოსახლეობის მიერ და აისახება ამ ეროვნული ჯგუფის ენაში. პრინციპულად მნიშვნელოვანია, რომ ეს არა მხოლოდ ინფორმაციაა ამა თუ იმ რეგიონში მოხინაძრე ცხოველების შესახებ ან ეროვნული კერძების მომზადების რეცეპტების შესახებ. თუმცა, ესეც გარკვეულწილად ფონური ცოდნის ნაწილია. ფონური ცოდნა არის ის ცოდნა, რომელიც არსებობს მხოლოდ ერთ ენაში მის სიტყვებსა და სიტყვათშეერთებებში (ვინოგრადოვი 2001:36).

მაგალითად: Halloween in the United Kingdom

ჰელოუენი დიდი ბრიტანეთში

ჰელოუენი (ინგლ. Halloween) — დღესასწაული, რომელიც აღინიშნება ყოველი წლის 31 ოქტომბერს. აღნიშვნის დროს ტარდება სხვადასხვა ღონისძიება და მსვლელობა — თამაშები, ფლიერვერკები, კოსტიუმირებული წვეულებები, „მოჩვენებებიანი სახლების“ მონახულება, საზარელი ისტორიების თხრობა და საშინელებათა ფილმების რეტროსპექტივები. ჰელოუინთან არის დაკავშირებული გოგრებში თვალებისა და პირების ამოჭრის ტრადიცია (<http://cs-eke.clan.su/news/heloueni/2009-12-22-17>).

თუმცა მსგავსი კლასიფიკაცია არასრულია და მასში არ არის მოცემული სოციალურ-ჯგუფური ცოდნა, რომელიც გარკვეული სოციალური

ჯგუფებისთვისაა დამახასიათებელი, მაგალითად, ექიმებისთვის, იურისტებისთვის და ა.შ (ვინოგრადოვი 2001:34).

ვ. ვინოგრადოვის განმარტებით ფონური ცოდნა ძირითადად მოიცავს სპეციფიკურ ისტორიულ ფაქტებსა და ინფორმაციას სახელმწიფო მოწყობის, მისი გეოგრაფიული გარემოს თავისებურებების შესახებ, ეთნოგრაფიულ და ფოლკლორულ ცნებებს (ვინოგრადოვი 2001:36).

ფონური ინფორმაციის დახასიათება და კლასიფიკაცია სხვა მეცნიერების კონცეპციებშიც გხვდება, ცნობილი ინგლისელი ლინგვისტი ქრის ჰარტის კვლევებიდან გამომდინარე, ფონური ინფორმაცია მოიცავს ისტორიულ ფაქტებს რომელიც ასახულია ერთი ერის კულტურაში. ფონური ინფორმაციის შესწავლა მოხდა იმ ძირეული პრობლემების საფუძველზე, რომელიც აისახებოდა თეორიებში, კვლევებსა და პრაქტიკაში. საკმარისი ფონური ინფორმაცია მკითხველს ეხმარება ინფორმაციის გაგებასა და პრობლემის გადაჭრაში, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია ანალიზისა და სრულყოფილი დასკვნების გამოტანა (ჰარტი 1998:10).

ქ.ჰარტი გამოყოფს შემდეგ საზოგადოებრივ სფეროებს, რომელიც ფონურ ინფორმაციას შეიცავს:

1. კულტურული - ასახულია ხალხის, კონკრეტული ჯგუფების ქცევა და კულტურა.
2. ეკონომიკური - დაკავშირებულია მენეჯმენტისა და ბიზნესის მართვასთან, მატერიალური სიმდიდრე ან ბიზნეს მართვა.
4. გენდერული - მოიცავს კულტურას, ქცევასა და ფსიქოლოგიას მამაკაცსა და ქალს შორის.
5. ისტორიული - ისტორიული ფაქტების ჩვენება, თუ როგორ ახდენს გავლენას და როგორ ხდება მისი ინტერპრეტაცია.
6. დისციპლინათშორისი - თეორიის, კონცეპტის, იდეისა და მეთოდოლოგიის ახსნა , რომელიც ნასესხებია სხვა დისციპლინიდან.

7. ფილოსოფიური - ბუნებისა და ფენომენის გარკვევა.

8. ფიზიკური და სივრცული - ასახულია სივრცე თუ როგორ გავლენას ახდენს და როგორ აღიქვამს ადამიანი.

9. პოლიტიკური - გარემო, რომელიც გავლენას ახდენს საზოგადოებრივ მიზნებსა და დღის წესრიგზე

10. სოციალური - გარემო სადაც იქმნება და კეთდება საქმე, თუ როგორ მიიღებს ხალხი და მოახდენს მის ინტერპრეტაციას.

ფონური ინფორმაცია ეს არის დამაკავშირებელი ხიდი მკითხველთან, რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციის გაგებას.

მეორე მნიშვნელოვანი თეზისი ეს არის მთარგმნელის კომუნიკაციური კომპეტენტურობა და პროფესიონალიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციის ადექვატურობასა და გაგებას.

ფონური ინფორმაციის შეიცავს:

1. ცნებები, ტერმინები და იდეები, რომელიც საჭიროებს ახსნას.

2. ისტორიული მოვლენები - რომელიც უნდა იყოს შესწავლილი, რომელიც უზრუნველყოს საჭირო კონტექსტში კონკრეტული ადამიანის, საკითხების, ან მოვლენების ახსნას.

3. თეორიები, კონცეფციები, ან იდეები - რომელიც ნასესხებია სხვა კულტურიდან .

4. ტრადიციები, შეიძლება იყოს უცნობი მკითხველისათვის.

აღნიშნული კვლევა მოითხოვს პრობლემის გადაჭრას კონტექსტიდან გამომდინარე, რომელიც დამოკიდებულია მკითხველის ცოდნის დონეზე (ჰარტი 1998:30).

ჩვენი დაინტერესების სფერო არის აღნიშნული საკითხის გაშუქება მთარგმნელობით სპეციფიკის კრილში. „ფონური ინფორმაცია

მნიშვნელოვანია ადექვატური თარგმნის შექმნისთვის“, აღნიშნავდა ე. ბრეუსი მის მონოგრაფიაში „თარგმნის თეორიისა და პრაქტიკის საფუძვლები (ინგლისური ენიდან რუსულ ენაზე)“. რაც შეეხება ფონური ცოდნის კლასიფიკაციას, ბრეუსი ეთანხმება ვ. ვინოგრადოვს, და გამოყოფს:

1. საკაცობრიო მნიშვნელობის ფონური ინფორმაციას (*მზის ამოსვლა, ჩასვლა, პლანეტების განლაგება და სხვ*);

2. რეგიონალური ფონურ ინფორმაციას (*უდაბნოს ნიშან-თიხეები, ქარიშხლის დროს ქცევის წესები და სხვ*);

3. ეროვნულ-კულტურული ხასიათის ფონური ინფორმაციას (*რომელიმე ქვეყნისათვის მნიშვნელოვანი ისტორიული ფაქტები, დღესასწაულები და სხვ.*).

არსებობს აგრეთვე ფონური ინფორმაციის დაყოფა მისი ხანგრძლიობის მიხედვით: ვ. კოსტომაროვი და ე. ვერეშაგინი გამოყოფენ აქტუალურს და ისტორიულ ფონურ ინფორმაციას. ამ საკითხში მათ არ ეთანხმება ვ. ვინოგრადოვი, რომელიც თვლის, რომ მთარგმნელობითი პროცესის სპეციფიკის გათვალისწინებით უპრიანია გამოვყოთ ხანგრძლივი და მოკლევადიანი ფონური ინფორმაცია, ვინაიდან მოკლევადიანი მალე დავიწყებას მიეცემა, ხანგრძლივი ინფორმაცია კი ერის სამყაროს ეროვნული სურათის აუცილებელი ატრიბუტია (*ჩოხა, ჩურჩხელა, საცივი და სხვ*) (ბრეუსი 2001: 42).

ჩვენს მიერ გაანალიზებულმა ემპირიულმა მასალამ ცხადყო, რომ ფონური ინფორმაციის მითითებულ ორი ჯგუფს შორის შეიძლება გამოვყოთ გარდამავალი ჯგუფი:

ა) ხანგრძლივი მყარი ფონური ინფორმაცია (*სამგორი, დავით აღმაშენებელი, ნაცარქექია, თამაღობა, ვახტანგ გორგასალი, ფარნავაზ მეფე და სხვ*);

ბ) ხანგრძლივი არამყარი ფონური ინფორმაცია (*კოლმეურნეობები, საბჭოთა წყობა, კომუნალური ბინა და სხვა*);

გ) მოკლევადიანი ინფორმაცია (შაბათის შოუ, რესტორნების დასახელებები, პოპულარული მაღაზიები და სხვა);

ამგვარად, ფონური ცოდნა მთარგმნელის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპეტენციაა. ფონური ცოდნა მოიცავს არა მარტო ამოსავალი და სათარგმნი ენის კულტურის შესახებ ინფორმაციას, არამედ სინქრონულ და დიაქრონულ ასპექტებში მათ საერთო ერუდიციას.

1.3. რეალიები, როგორც ნაციონალური და ისტორიული კოლორიტის მატარებლები

თარგმნის დროს რეალიების მნიშვნელობების არცოდნა ერთ-ერთი არსებითი სირთულეა, ასევე რთულია იმ სიტყვების თარგმნა, რომელთა მნიშვნელობა, ერთი შეხედვით, ნაცნობია, მაგრამ მათი მნიშვნელობა ორიგინალის პუბლიკაციის შემდეგ შეიცვალა. თუმცა, მთარგმნელი არ უნდა მოექცეს უცხო სამყაროს გავლენის ქვეშ და ყველა სიტყვაში რეალია არ უნდა ეძებოს. უნდა გვახსოვდეს, რომ სიტყვა „რეალიის“ გამოყენებით ავტორი ყოველთვის არ უსვამს ხაზს ამ რეალიის არსს და არ ახდენს მკითხველის ყურადღების კონცენტრირებას. კონოტაციის და კოლორიტის შენარჩუნება თარგმანში ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც სიტყვის სემანტიკური მნიშვნელობის გადმოცემა. ამიტომ არჩევანი ყოველთვის ტექსტის ადრესატისა და მისი პრაგმატიკულ-ესთეტიკური ბუნების გათვალისწინებით უნდა გაკეთდეს.

ფ. ერბულოს აზრით, მთარგმნელმა მის ხელთ არსებულ სამუშაოებათა ერთობლიობიდან ის ვარიანტი უნდა შეარჩიოს, რომელიც კონკრეტულ შემთხვევაში შეიძლება ყველაზე ეფექტური იყოს. თარგმნის დროს უნდა მოხდეს ყველა იმ ნიუანსის გათვალისწინება, რომელიც სტატიის ავტორისათვის იმპლიციტურია და ნაკლებად გასაგებია მკითხველისათვის. ასეთ შემთხვევაში, მთარგმნელი ექსპლიციტს ზომიერების ფარგლებში მიმართავს. ამ მოვალეობის წარმატებით განხორციელებისათვის, მთარგმნელი არა მარტო სიღრმისეულად უნდა ფლობდეს სამუშაო ენებს, არამედ საფუძვლიანად უნდა იცნობდეს ამ ორ კულტურას (ერბულო 1991:100).

ენის ცოდნა თარგმნის აუცილებელი პირობაა, თუმცა, მთარგმნელის ფუნქცია ენობრივი ანალიზი არაა. როგორც მ.ლედერერი აღნიშნავდა, მთარგმნელი უნდა შეეცადოს მეორე ენაში მოახდინოს აზრის ხელახალი გამოხატვა. იმისათვის, რომ უზრუნველყოს შინაარსის გადმოცემა,

მთარგმნელმა უნდა განსაზღვროს მისი კვლევის ობიექტი, ტექსტის მნიშვნელობა და ავტორის მიერ გამოხატული აზრი (სელესკოვიჩი, ლედერერი 2008:30).

პრაგმატულად განპირობებული გარდაქმნები აუცილებელია იდიომატური გამოთქმების თარგმნისას და რეალიების თარგმნისას. ამ შემთხვევაში მთარგმნელისთვის არ არის არსებითი წყარო და სამიზნე ენებს შორის სემანტიკური თუ სინტაქსური ეკვივალენტობის შენარჩუნება. მისი მიზანია თარგმანში ორიგინალის იდენტური კომუნიკაციური ეფექტის მიღწევა. ტექსტის ადაპტაციის დროს მთარგმნელს უწევს იმპლიციტურად წარმოდგენილი ფონური ცოდნის ექსპლიციტურში გარდაქმნა. ეს ინფორმაცია მოიცავს ისტორიულ ფაქტებს, მატერიალური კულტურის მიღწევებს, ეთნოგრაფიულ და ფოლკლორულ ცნებებს და ა.შ. ყველაფერი ეს რეალიების სახელითაა ცნობილი თარგმანის თეორიაში. მთარგმნელები ხშირად მიმართავენ პრაგმატულ ადაპტაციას საკუთარი სახელების, გეოგრაფიული სახელების, კულტურულ - საყოფაცხოვრებო რეალიების თარგმნისას. ამისათვის ტექსტში შეაქვთ დამატებითი კომენტარები და განმარტებები, ან განმარტავენ სქოლიოში. მაგალითად, ერთ-ერთ სტატიაში სქოლიოს სახით არის წარმოდგენილი კაპასა და სტაინბეკის მოგზაურობის შესახებ ინფორმაცია.

კაპას და სტაინბეკის მოგზაურობა საბჭოთა საქართველოში.

Capa and Steinbeck Around Soviet Georgia.

თბილისის ფოტო ფესტივალის ფარგლებში თიბისი ბანკმა რობერტ კაპას ფოტო გამოფენას უმასპინძლა. მე-20 საუკუნის ლეგენდარული ფოტოგრაფის, ომის რეპორტიორისა და სააგენტო „მაგნუმის“ დამაარსებლის, რობერტ კაპას საქართველოში გადაღებული ფოტოების სერია თიბისი ბანკის კოლექციის ნაწილი იყო. გამოფენაზე წარმოდგენილი ფოტოები 1947 წლით თარიღდება და კაპას საქართველოში მოგზაურობის დროსაა გადაღებული. საქართველოში ის მარტო არ ყოფილა - ამერიკის

შეერთებული შტატებიდან მწერალ ჯონ სტაინბეკთან ერთად ჩამოვიდა (ქლოუზა N1. 2015:45).

გეოგრაფიული დასახელებების, საყოფაცხოვრებო რეალიების და ქცევის ნორმების ცოდნა გვეხმარება არა მხოლოდ თარგმანში, არამედ უშუალოდ ურთიერთობებში, რადგან ჩვენს თანამოსაუბრესთან ერთად, ჩვენ ვფლობთ ვირტუალური, არავერბალური ცოდნის გარკვეულ მარაგს და ვიცნობთ იმ რეალიებს, რომელზეც ვსაუბრობთ. სწორედ ეს უზრუნველყოფს ადექვატურ ენობრივ ურთიერთობას.

ზოგადი კულტურისა და განათლების მნიშვნელობა ხშირად დაკნინებულია თარგმანში. თუმცა, როგორც პროფესიონალების, ასევე არაპროფესიონალების მიერ შესრულებული თარგმანები ცხადყოფს, რომ კარგი ენობრივი ცოდნა, თუკი მას არ ახლავს სათანადო ექსტრალინგვისტური ცოდნა, შესაძლოა არასწორი თარგმანის მიზეზი გახდეს. თარგმნის პროცესი გულისხმობს სათარგმნ ენაზე ისეთივე ტექსტის შექმნას, რომელიც შეძლებს მასზე დაკისრებული ფუნქციის შესრულებას (ჟილი 2005:13).

თუკი მოცემულია თანამდებობის პირების საკუთარი სახელები, მთარგმნელი ვალდებულია, მიუთითოს ამ პიროვნებების თანამდებობა, იმ შემთხვევაშიც კი, თუკი ეს ორიგინალში მითითებული არაა, სათარგმნი ენის მკითხველმა უნდა მოახერხოს კონტექსტში ორიენტირება. გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს სათარგმნი ენის მკითხველისათვის ნაცნობი თანამდებობის პირები.

მაგალითად:

1. საქართველოს გზა ევროპული თავისუფლებისაკენ

პრიიტ ტურკი - ესტონეთის რესპუბლიკის საგანგებო და სრულუფლებიანი ელჩი საქართველოში.

Georgia's Path towards European Freedoms

Mr .Prit Turk- Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary

Of the Republic Of Estonia in Georgia (საქართველოს ევროპული გზა:2015. N7).

2. საავტორო უფლებები საქართველოში.

გიგა კობალაძე - საქართველოს საავტორო უფლებათა ასოციაცია.

Copyright in Georgia

Giga Kobaladze-Georgian Copyright Association (საქართველოს ევროპული გზა:2015. N7).

3.საქართველო განუხრელად მიიწევს წინ ევროინტეგრაციის გზაზე.

გიორგი კვირიკაშვილი - საქართველოს საგარეო საქმეთა მინისტრი.

Georgia's Steady Progress on the Path to European Integration.

Giorgi Kvirikashvili

Minister of Foreign Affairs of Georgia (საქართველოს ევროპული გზა:2015. N7).

4. უვიზო მიმოსვლის რეჟიმი ევროკავშირთან.

გიგი გიგიაძე - საგარეო საქმეთა მინისტრის მოადგილე

Visa Free Travel Regime With The EU.

Gigi Gigiadze

Deputy Foreign Minister of Georgia (საქართველოს ევროპული გზა გზა:2015. N7).

ი. იგნატევის აზრით, წარუმატებელი თარგმანის ერთ - ერთ მიზეზს სწორედ არასათანადო ფონური ცოდნა წარმოადგენს. ამის მიზეზი შესაძლოა იყოს პოლიტიკური ცხოვრების, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური რეალიების, მსოფლიოში არსებული სიტუაციის არასათანადო დონეზე ცოდნა. ამგვარად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მედია ტექსტების კომპეტენტური მთარგმნელი უნდა ფლობდეს ექსტრალინგვისტურ ცოდნას, პირველ რიგში ინფორმაციას

გამოჩენილი ადამიანების, პოლიტიკური პარტიებისა და საზოგადოებრივი ინსტიტუტების ფუნქციონირების, მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენების შესახებ.

ნებისმიერ ენაში ენობრივი მნიშვნელობების სისტემა ასახავს ადამიანის, როგორც გარეგან, ისე შინაგან სამყაროს, ანუ მოიცავს ერთ კონკრეტულ ენაზე მოლაპარაკე კოლექტივის პრაქტიკულ გამოცდილებას. თუ სხვადასხვა ენაზე მოლაპარაკე კოლექტივების გამოცდილება ერთნაირია, ერთნაირია მნიშვნელობებიც, რომელიც გამოხატულია ამ ენებში. ყველაზე დიდი სირთულე თარგმანში მაშინ წარმოიქმნება, როდესაც სიტუაცია, რომელიც ამოსავალ ტექსტშია აღწერილი, არ არსებობს სათარგმნი ენის კოლექტივის გამოცდილებაში, ანუ როდესაც ამოსავალ ტექსტში აღწერილია ე.წ. „რეალიები“ (ბარხუდაროვი 1975:94).

რეალიის ცნება, თანამედროვე გაგებით, არ არსებობდა ჟ.პ ვინესა და ჟ. დარბელნეს დროს. თეორიაში, რომელიც 1958 წლით თარიღდება, ისინი საუბრობენ „მეტალინგვისტიკის პლანში არსებულ განსხვავებებზე“ და მათ შემდეგნაირად ახასიათებენ: „ეს იმ ურთიერთობების ერთობლიობაა, რომლებიც სოციალურ, კულტურულ და ფსიქოლოგიურ მოვლენებს ლინგვისტურ სტრუქტურებთან აკავშირებენ“. „კულტურულ და მეტალინგვისტურ განსხვავებებში“ ისინი მოიაზრებენ ხელოვნებას, სოციალურ ცხოვრებას, სკოლებსა და უნივერსიტეტებს (ვინე, დარბელნე 1958:259).

1988 წელს არც პიტერ ნიუმარკი იყენებს ტერმინს „რეალია“ წიგნში *A textbook of Translation*, ის საუბრობს „უცხოენოვან კულტურულ სიტყვებზე“, რომლებიც დაკავშირებულია კულტურასთან და ამა თუ იმ ენასთან, და დასძენს, რომ თარგმანში პრობლემა წარმოიქმნება მაშინ, როდესაც ამოსავალი სათარგმნი ენის კულტურებს შორის გარკვეული დისტანცია არსებობს (ნიუმარკი 1988:94 -95).

ლ. ბარხუდაროვის განმარტებით, რეალიები ფონური ინფორმაციის ნაწილია, რომელიც მოიცავს სპეციფიკურ ისტორიულ ფაქტებს და

ინფორმაციას სახელმწიფო მოწყობის, გეოგრაფიული გარემოს თავისებურებების, ეთნოგრაფიული და ფოლკლორული ცნებების შესახებ. თარგმანის თეორიაში რეალიებს უწოდებენ სიტყვებს ან გამოთქმებს, რომლებიც აღნიშნავენ მატერიალური კულტურის საგნებს და მჭიდროდ არიან დაკავშირებული კონკრეტული ერის კულტურასთან. თარგმანში ამ ელემენტების გათვალისწინება აუცილებელია (ბარხუდაროვი 1975:94).

ს. ვლახოვი და ს. ფლორინი რეალიების შემდეგ კლასიფიკაციას გვთავაზობენ: საგნობრივი, დროისა და ადგილმდებარეობის რეალიები:

1. საგნობრივი რეალიები აერთიანებენ გეოგრაფიულ რეალიებს (ფიზიკური გეოგრაფიის ობიექტები, ცხოველებისა და მცენარეების დასახელება). გეოგრაფიული დასახელებები, როგორც წესი, ითარგმნება ტრანსკრიფცია /ტრანსლიტერაციის საშუალებით: *Washington - ვაშინგტონი* (ტრანსლიტერაცია), *Yonne - იონის დეპარტამენტი*, *Miami- მაიამი* (ტრანსკრიფცია) იშვიათად, მაგრამ მაინც ხდება გეოგრაფიული დასახელების თარგმნა მნიშვნელობების საფუძველზე : *Great Britain - დიდი ბრიტანეთი*.
2. ეთნოგრაფიული რეალიები (ცნებები, რომლებიც დაკავშირებულია ერის ყოფა-ცხოვრებასა და კულტურასთან) ძირითადად ითარგმნება აღწერის მეთოდით: *ჩოხა - Chokha - ქართული ეროვნული სამოსი*.

რეალიების გამოყენება ფართოდაა დამახასიათებელი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისათვის, ამიტომ ასეთი სახის ტექსტების მთარგმნელებისათვის საზოგადოებრივ - პოლიტიკური რეალიების ცოდნა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია (ეს არის ცნებები, რომლებიც დაკავშირებულია ადმინისტრაციულ - ტერიტორიულ მოწყობასთან). ასეთი რეალიები ითარგმნება, როგორც ტრანსკრიფცია/ტრანსლიტერაციის საშუალებით, ასევე , აღწერილობითი თარგმანისა და ანალოგების შერჩევის გზით.

მაგალითად:

ჩურჩხელა - გულისა და ტვინის საუკეთესო მკვებავი

<https://www.mshoblebi.ge/samzareulo/receptebi/1783-churchkhela-gulisa-davinis-sauketheso-mkvebavi-recepti.html>).

ტექსტში რეალია შესაძლოა შემდეგნაირად ამოვიცნოთ:

1. სიტყვას სათარგმნ ენაში არ აქვს მუდმივი ეკვივალენტი, რომელსაც შეუძლია გადმოსცე მისი მატერიალური მნიშვნელობა.

2. სიტყვა აღნიშნავს საგანს ან მოვლენას, რომელიც დამახასიათებელია ამოსავალი ენისათვის და უცხოა სათარგმნი ენისათვის.

რეალიები ნაციონალური და ისტორიული კოლორიტს მოიცავს. სწორედ ამ კოლორიტის გადმოცემა წარმოადგენს მთარგმნელის ძირითად პრობლემას. იქიდან გამომდინარე, რომ რეალია ამოსავალი ტექსტის ნაწილია, მისი გადმოცემა მეორე ენაში თარგმანის ადექვატურობის ერთ-ერთი წინაპირობაა.

რეალიის თარგმანის სტრატეგიის არჩევა მთარგმნელზეა დამოკიდებული. ერთი და იგივე რეალია შესაძლოა ითარგმნოს ორი ან სამი საშუალებით და ყველა ეს თარგმანი სწორი იყოს, თუკი იგი ზუსტად გადმოსცემს სიტყვის ან შესიტყვების მნიშვნელობას.

ზოგიერთი მკვლევარი (ფეოდოროვი, ვერეშაგენი, კოსტომაროვი) რეალიებს „არაეკვივალენტურ ლექსიკას“ უწოდებენ. ვ.კოსტომაროვი და ე.ვერეშაგენი „არაეკვივალენტურ ლექსიკას“ შემდეგნაირად განმარტავენ: „ეს სიტყვები ისეთი ცნებების გამოსახატავად გამოიყენება, რომლებიც არ არსებობს სხვა ენასა და სხვა კულტურაში. ისინი დაკავშირებულია კონკრეტულ კულტურულ ელემენტებთან, რომლებიც ერთ კულტურაში არ არსებობს და სხვა კულტურაში არ მოიძებნება: ასევე სიტყვები, რომელთა მეორე ენაზე ერთი სიტყვით თარგმნა შეუძლებელია, რომლებსაც სხვა ენაში ეკვივალენტები არ გააჩნიათ (კოსტომაროვი, ვერეშაგენი 1990:53).

აქ მოიაზრება სიტყვათა შემდეგი ჯგუფები:

1. სიტყვები, რომლებიც სხვა ენაზე მოლაპარაკე ადამიანების პრაქტიკულ გამოცდილებაში არ არსებულ საგნებს, ცნებებსა და სიტუაციებს აღნიშნავენ. მაგალითად: *კოლხობა, ბერიკაობა და ა.შ.*

2. სიტყვები, რომლებიც ერთი კონკრეტული ერის მატერიალური და სულიერი კულტურის საგნებს აღნიშნავენ, ნაციონალური კერძები, ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი. მაგალითად: *საცივი, ჩობა-ახალუხი, კინტო და ა.შ.*

3. სიტყვები და მყარი სიტყვათშეერთებები, რომლებიც ერთი ერისათვის დამახასიათებელ პოლიტიკურ დაწესებულებებსა და საზოგადოებრივ მოვლენებს აღნიშნავენ (ბარხუდაროვი 1975:3). მაგალითად: *ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანო.*

უნდა აღინიშნოს, რომ ტერმინს - „უეკვივალენტო ლექსიკა“, ვიყენებთ მხოლოდ იმ თვალსაზრისით, რომ არ არსებობს ამა თუ იმ ლექსიკური ერთეულის შესატყვისი მეორე ენის ლექსიკურ შემადგენლობაში, თუმცა, ეს სრულებით არ ნიშნავს, რომ შეუძლებელია მათი თარგმნა, რადგან პრინციპში ნებისმიერ ენას შეუძლია ნებისმიერი ცნების გამოხატვა (ვერეშაგინი, კოსტომაროვი 1990:53).

თუმცა, ყოველთვის მარტივი არ არის განვსაზღვროთ, რა შემთხვევაში შეიძლება მივაკუთვნოთ ესა თუ ის სიტყვა არაეკვივალენტურ ლექსიკას, რადგან ოკაზიონალური მთარგმნელობითი ეკვივალენტი შეიძლება მყარ ლექსიკურ შესიტყვებაში გადავიდეს (ბარხუდაროვი 1975:95).

ასე დამკვიდრდა ქართულ ენაში შემდეგი სიტყვები: *იმპიჩმენტი, თემთა პალატა, სპიკერი და ა. შ.* ამის შედეგად, შესაბამისი ინგლისური ლექსიკა შეიძლება არა ეკვივალენტურ ლექსიკად აღარ ჩაითვალოს.

ზოგიერთ შემთხვევაში კი დამატებითი ინფორმაციის მოპოვება ხდება ტექსტში სპეც-დანართით. საკუთრივ ტექსტში ამხსნელი ელემენტი შეიძლება მოსდევდეს რეალიას, ან უსწრებდეს მას. ე.ბრეუსი აღნიშნავს, რომ უკანასკნელი ხერხი ერთგვარად ამზადებს მკითხველს უცხო სიტყვის

გაგებისთვის, ამარტივებს რეალის აღქმას, ზოგიერთ შემთხვევაში ორიგინალის პრაგმატული პოტენციალი შეიძლება დაიკარგოს თარგმანში ან დაიკარგოს რამდენიმე დეტალი იმის გამო, რომ თარგმანის რეცეპტორისათვის უცნობი რეალიაა შემოტანილი.

მაგალითად:

There were pills and medicine all over the place, everything smelled like Vicks Nose Drops.

რეალია *Vicks* ფირმის დასახელებაა, რომელიც უცნობია თარგმნილი ტექსტის რეცეპტორისათვის. თუმცა მის არ გადმოტანას თარგმანში მივყავართ გარკვეული ინფორმაციის დაკარგვამდე, მაგრამ რამდენადაც ეს ინფორმაცია არაა არსებითი, იგი შეიძლება თამამად უგულებელვყოთ .

ირგვლივ ყველგან აბები და წამლის ბოთლები ეყარა. ოთახი გაჟღენთილი იყო ცხვირის წვეთების სუნით (ბრეუსი 2003:115).

ადაპტაციისას მთარგმნელი საკმაოდ ხშირად მიმართავს ტრანსფორმაციებს, მაგალითად, გენერალიზაციას, კონკრეტიზაციას და სხვა. ახსნა-განმარტებითი თარგმანი ხშირად აუცილებელია იმისათვის, რომ ბოლომდე გაიხსნას ავტორის აზრი, რომელიც გაკვრით აღნიშნავს ან მიანიშნებს სიტუაციის რაიმე ნიშნებზე, რადგანაც თვლის, რომ მკითხველი საკმაოდ კარგად არის ინფორმირებული მათ შესახებ. იგივე ეხება ალუზიებს, რომელთა სიტყვასიტყვითი თარგმანი, როგორც წესი არ აღწევს მიზანს. პრაგმატულად განპირობებული ტრანსფორმაციების განხორციელებისას საჭიროა გვახსოვდეს, რომ საწყისი შეტყობინების ცალკეული ელემენტების შეცვლისას უნდა შევინარჩუნოთ აზრობრივი მთლიანობა. წინააღმდეგ შემთხვევაში თარგმანი არაადექვატური იქნება. მთარგმნელის მიზანი კი ისეთი თარგმანის შექმნაა, რომელიც რეცეპტორზე ორიგინალის ადექვატურ ზემოქმედებას მოახდენს. მან უნდა შეინარჩუნოს ორიგინალის პრაგმატული პოტენციალი, რისთვისაც საჭიროა საწყისი ტექსტის პრაგმატული ადაპტაცია.

გ. ტომახინის აზრით, სანამ უშუალოდ თარგმანს დავიწყებდეთ, აუცილებელია გავიაზროთ ორიგინალის უცნობი რეალია, უნდა

განვსაზღვროთ რა ადგილი უკავია მას კონტექსტში, როგორ გადმოგვცემს მას ავტორი და რა ხერხებს იყენებს იგი, რომ მკითხველისათვის გასაგები გახდეს რეალის სემანტიკური და კონოტაციური შინაარსი. ყველაზე ხშირად უცნობია სწორედ უცხოური რეალიები, რომლებიც აღწერენ მოცემული ენისათვის უცხო სინამდვილეს. ეროვნული რეალიები არ საჭიროებს რაიმე სახის გააზრებას, ვინაიდან *ჩურჩხელა*, მაგალითად, არანაირ განმარტებას არ საჭიროებს ქართველი მკითხველისათვის, *Tower* - ინგლისელი მკითხველისათვის. ასევე ნაკლებ გააზრებას საჭიროებს ინტერნაციონალური (საერთაშორისო) რეალიები, რადგან, მათი გავრცელების შედეგად, მკითხველს გარკვეული წარმოდგენა უკვე აქვს შექმნილი ამ რეალისა და მისი ეროვნული კუთვნილების შესახებ (ტომახინი 1997:17).

რეალიების გადმოცემისას თარგმანში ორი ძირითადი სირთულე იჩენს თავს. ესენია:

1. ლექსიკური ვაკუუმი, ანუ სათარგმნ ენაში შესატყვისის (ეკვივალენტის ან ანალოგის) არარსებობა იმის გამო, რომ სათარგმნი ენის მკითხველის სინამდვილეში არ არსებობს რეალის მიერ აღნიშნული ობიექტი (რეფერენტი).

2. რეალის საგნობრივ (სემანტიკურ) მნიშვნელობასთან ერთად მისი კოლორიტის გადმოცემის აუცილებლობა (ვლახოვი, ფლორინი 1986:89).

სიტყვა - რეალიების თარგმნის რამდენიმე საშუალება არსებობს. ლ.ბარხუდაროვი რეალიების თარგმნის შემდეგ ხერხებს გვთავაზობს: ტრანსლიტერაცია/ტრანსკრიფცია, ახალი სიტყვის შექმნა, მიახლოებითი თარგმანი, ჰიპონიმური თარგმანი, კალკი, სემანტიკური ნეოლოგიზმის შექმნა, რეალის შეცვლა და პეროფრაზული თარგმანი.

საგაზეთო პოლიტიკური სტატიების თარგმნის პროცესში ძირითადად გამოიყენება ისეთი ხერხები, როგორცაა: ტრანსკრიფცია, ტრანსლიტერაცია, კალკი, ნაწილობრივი კალკი, მიახლოებითი თარგმანი, ჰიპონიმური თარგმანი და კონტექსტუალური თარგმანი. დანარჩენი ხერხები, პოლიტიკური რეალიების გადმოცემის თვალსაზრისით, ნაკლებად გამოიყენება:

1. ტრანსკრიფცია და ტრანსლიტერაცია გულისხმობს სათარგმნი ენის გრაფიკული ერთეულების დახმარებით შესაბამისი რეალიების შემოტანას ტექსტში, სათარგმნი ენის ფონეტიკური საშუალებების ორიგინალთან მაქსიმალურად მიახლოების გზით. ტრანსლიტერაციის შემთხვევაში ამოსავალი ენის სიტყვა გადაიცემა სათარგმნი ენის გრაფიკული ფორმის საშუალებით.

მთარგმნელები ტრანსკრიფციას ხშირად იყენებენ, თუმცა, ტრანსკრიფციის გამოყენება გარკვეულწილად ტექსტის ადრესატზეა დამოკიდებული, მთარგმნელმა უნდა გაითვალისწინოს, რამდენად ცნობილია აღნიშნული რეალია, რომ ეს რეალია მკითხველისათვის გაუგებარი არ აღმოჩნდეს. მაგალითად, სიტყვა *პიარი ან ლობისტები*. ეს ცნებები ძირითადად გასაგებია ახალგაზრდა მკითხველისათვის და, თითქმის, არანაირ გაუგებრობას არ იწვევს, თუმცა, თუ მოხდება ამ ცნებების გამოყენება ისეთ ჟურნალ-გაზეთებში, რომელთა მკითხველებიც შესაძლოა ხანში შესული ადამიანები იყვნენ მთარგმნელი აუცილებლად უნდა დაფიქრდეს, რამდენად მიზანშეწონილია ამ შემთხვევაში ტრანსკრიფციის გამოყენება და ეს ცნებები უფრო ნეიტრალური ცნებებით შეცვალოს, მაგალითად, *საზოგადოებრივი ურთიერთობები, ზეწოლის ჯგუფები*.

2. კალკირება საშუალებას იძლევა სათარგმნი ენაში გადავიტანოთ რეალია მისი სემანტიკის მაქსიმალურად შენარჩუნების გზით. თუმცა, სემანტიკის შენარჩუნება კოლორიტის შენარჩუნებას არ ნიშნავს, ვინაიდან სიტყვის ნაწილის გადაცემა სათარგმნი ენის საშუალების გამოყენებით ხდება. კალკირების მეთოდს ანდაზების თარგმნის დროსაც იყენებენ, როდესაც სხვადასხვა მიზეზის დროს აუცილებელია შევინარჩუნოთ არა მარტო მათი აზრი, არამედ მათი აზრობრივი საფუძველი.

ნაწილობრივი კალკი - სიტყვების ნაწილობრივი სესხების საშუალებას წარმოადგენს, როდესაც სიტყვა ნაწილობრივ სათარგმნი ენის, ნაწილობრივ კი ორიგინალის ენის ელემენტებისაგან შედგება (*NATO - ნატო*).

3. ჰიპონიმური თარგმანი - რეალიების თარგმნის ეს ხერხი რეალიების თარგმნის დროს კონკრეტული ცნების ზოგადი ცნებით ჩანაცვლებას გულისხმობს და, ძირითადად, მკითხველისათვის უცხო, უცნობი რეალიების გადმოცემის დროს გამოიყენება (*თსუ - ს სტუდენტები - Georgian Students*).

4. მიახლოებითი თარგმანი - აღნიშნული მეთოდი საკმაოდ ხშირად გამოიყენება. ფუნქციური ეკვივალენტის გამოყენება საკმაოდ გავრცელებული ხერხია, რომელიც ადრესატში ისეთივე ასოციაციას იწვევს, როგორც ორიგინალის კითხვისას (*TV - ტელევიზორი*).

5. კონტექსტუალური თარგმანი - აღნიშნული მეთოდი თავისი არსით წააგავს მიახლოებით თარგმანს და ეწინააღმდეგება ლექსიკონისეულ თარგმანს, ვინაიდან ამ მეთოდის გამოყენების დროს, სათარგმნ სიტყვას შესაძლოა ჰქონდეს შესატყვისი, რომელიც განსხვავდება ლექსიკონში მოცემული განმარტებისაგან. მოცემულ შემთხვევაში, მთარგმნელისათვის ამოსავალია კონტექსტი. თვით ეს მეთოდი მდგომარეობს თარგმანის დროს ლექსიკონისეული შესატყვისის კონტექსტუალური, მასთან ლოგიკურად დაკავშირებული შესატყვისით ჩანაცვლებაში. ასეთი თარგმანის ნაკლს რეალიის, როგორც ნაციონალური კოლორიტის, სრულად გამოტოვება წარმოადგენს (ბარხუდაროვი 1975:96).

ა. სადიკოვას აზრით, როდესაც ვსაუბრობთ რეალიების ტრანსკიფციაზე, უნდა გავითვალისწინოთ ენათმეორისი ომონიმის ფაქტორი, ანუ ენაში ფონეტიკურად მსგავსი სიტყვების არსებობა. ტრანსკიფციის გამოყენება გაუმართლებელია იმ შემთხვევაში, თუკი იგი ეწინააღმდეგება მკითხველის ესთეტიკურ გრძნობებს ან სასაცილო და უხამსი სიტყვების ასოციაციას იწვევს. ასეთ შემთხვევაში მთარგმნელი იძულებულია უარი თქვას ტრანსკრიფციაზე (სადიკოვი 1984:82).

რეალიების გადმოცემის დროს ტრანსლიტერაციის ხერხი იშვიათად გამოიყენება. ტრანსლიტერაციაზე საუბარი შეგვიძლია მხოლოდ ისეთი ცნებების თარგმნის შემთხვევაში, რომლებიც საზოგადოებრივ - პოლიტიკურ ცხოვრებას ან საკუთარ სახელებს ეხება.

თუმცა ტრანსკრიფცია/ტრანსლიტერაციის ხერხების მსგავსების გამო, საკმაოდ ძნელია მათი ერთმანეთისაგან გამიჯვნა. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ რეალიების აღმნიშვნელი ტრანსკრიბირებული სიტყვების უზვად გამოყენება თარგმანში არა თუ ხელს უწყობს ნაციონალური კოლორიტის შენარჩუნებას, არამედ, პირიქით, ანადგურებს მას და აიძულებს მკითხველს ყოველ ნაბიჯზე წააწყდეს გამოუსადეგ სიტყვებს. უცხო სიტყვების ტექსტში გამოყენება მხოლოდ იმ შემთხვევაშია დასაშვები, როდესაც ამა თუ იმ რეალიას შესატყვისი არ აქვს სათარგმნ ენაში.

სირთულეების მიუხედავად, რეალიების თარგმნა შესაძლებელია. ახალი სიტუაციების აღწერის შესაძლებლობა ნებისმიერი ენის განუყოფელი ნაწილია. სწორედ ეს თვისება ხდის შესაძლებელს სხვა ენის საშუალებით გადმოვცეთ მეორე ქვეყნის ხალხის ცხოვრების სპეციფიკური სიტუაციები, რომლებსაც ანალოგი არ გააჩნიათ სხვა ქვეყნების და ხალხების რეალობაში (ბარხუდაროვი 1975:98).

გლობალიზაციის პირობებში ზოგჯერ ერთი ქვეყნის რეალიები მეორე კულტურის რეალიებად გვევლინება, ჩვენს ქვეყანაში არ არსებობდა ძალიან ბევრი პოლიტიკური რეალიები:

*პრემიერ-მინისტრი, ომბუდსმენი, იუსტიციის სახლი,
არასამთავრობო ორგანიზაცია და ა.შ.,*

ზემოთ აღნიშნულმა რეალიებმა, დღეს ქართულ რეალობაში მყარად მოიკიდა ფეხი.

კულტურული განსხვავებები გავლენას ახდენს მთარგმნელის სტრატეგიაზე. ის რეალიები, რომლებიც ქვეყნის პოლიტიკურ ან ეკონომიკურ სტრუქტურებს აღნიშნავენ, შესაძლოა მკითხველი შეცდომაში შეიყვანოს,

ვინაიდან პოლიტიკური ინსტიტუტები და პოლიტიკურ - ეკონომიკური ფუნქციები სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებულია.

გეოგრაფიული დასახელებების, საყოფაცხოვრებო რეალიების და ქცევის ნორმების ცოდნა გვეხმარება არა მხოლოდ თარგმანში, არამედ უშუალოდ ურთიერთობებში, რადგან ჩვენს თანამოსაუბრესთან ერთად, ჩვენ ვფლობთ ვირტუალური, არა ვერბალური ცოდნის გარკვეულ მარაგს და ვიცნობთ იმ რეალიებს, რომელზეც ვსაუბრობთ. სწორედ ეს უზრუნველყოფს ადექვატურ ენობრივ ურთიერთობას.

მაგალითად:

ART VILLA GARIKULA

Art Villa Garikula is a mystical world, thanks to which in the forgotten village of Kartli, a new dimension has been created.

არტ-ვილა გარიყულა

არტ-ვილა გარიყულა“ ზღაპრული სამყაროა, რომლის მეშვეობით ქართლის მივიწყებულ სოფლებში განსხვავებული და მოულოდნელი განზომილება იქმნება - თანამედროვე ხელოვნების ცენტრი, ფესტივალი, სამხატვრო გაერთიანება, სადაც „ბაუჰაუზის“ მსგავსად, მსოფლიოს სხვადასხვა ადგილებიდან თავშეყრილი არტისტები გამოხატვის ახალ ფორმებს ეძებენ.

გარიყულა შემოქმედებითი ექსპერიმენტების სივრცეა, სადაც ხელოვნები ყველა ფორმაში ცდიან თავს. ბოლგარსკიანთ სასახლის ეზოში იფინება გრაფიკა, ფერწერა, ინსტალაციები. აქ იყრიან თავს პერფორმანს-არტისტები და კონცეპტუალისტები (closer:2014.N1).

თარგმანის დროს რეალიების მნიშვნელობების არცოდნა ერთ-ერთი არსებითი სირთულეა. ასევე რთულია იმ სიტყვების თარგმნა, რომელთა

მნიშვნელობა, ერთი შეხედვით, ნაცნობია, მაგრამ მათი მნიშვნელობა ორიგინალის პუბლიკაციის შემდეგ შეიცვალა. თუმცა, მთარგმნელი არ უნდა მოხვდეს უცხო სამყაროს გავლენის ქვეშ და ყველა სიტყვაში რეალია არ უნდა ეძებოს. უნდა გვახსოვდეს, რომ სიტყვა რეალიის გამოყენებით ავტორი ყოველთვის არ უსვამს ხაზს ამ რეალიის არსს და არ ახდენს მკითხველის ყურადღების კონცენტრირებას. კონოტაციის და კოლორიტის შენარჩუნება თარგმანში ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც სიტყვის სემანტიკური მნიშვნელობის გადმოცემა. ამიტომ არჩევანი ყოველთვის ტექსტის ადრესატისა და მისი პრაგმატიკულ-ესთეტიკური ბუნების გათვალისწინებით უნდა გაკეთდეს.

ჩვენს მიერ მოძიებულ და გაანალიზებული თეორიულ და პრაქტიკულ მასალაზე დაყრდნობით ავლნიშნავთ, რომ ფონური ცოდნა ექსტრალინგვისტური ცოდნის მნიშვნელოვანი სახეობაა და ხშირ შემთხვევაში იმპლიციტური ხერხებით არის გამოხატული, რაც გარკვეულ სიძნელეს წარმოადგენს ტექსტის აღქმისა და თარგმნის დროს. მთარგმნელობითი საქმიანობისთვის ძალიან ღირებულია ფონური ცოდნის კლასიფიკაცია (ჰარტი ვინოგრადოვი, ვლახოვი), კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია სხვადასხვა ტიპის რეალიების თარგმნის პრაქტიკული გამოცდილება რომელიც გაგვიზიარეს ვლახოვმა და ფლორინმა. რეალიები წარმოადგენენ ფონური ცოდნის უმნიშვნელოვანეს მარაგია.

თავი II

ფონური ცოდნის გამოხატვის ხერხები - ექსპლიციტი და იმპლიციტი მედიატექსტებში

2.1 იმპლიციტისა და ექსპლიციტის რაობა

ფონური ინფორმაციის ცნება მჭიდროდაა დაკავშირებული უფრო ფართო და მრავალმნიშვნელოვან ცნებასთან, როგორცაა იმპლიციტი, ანუ ნაგულისხმევი ინფორმაცია. მკვლევარები მასში აერთიანებენ ტექსტის პრაგმატიკულ წინაპირობასა და სამეტყველო ურთიერთობის სიტუაციას, პრესუპოზიციას, რომელიც გამონათქვამის კომპონენტია და მის გააზრებას აიოლებს (ვინოგრადოვი 2001:39).

სელესკოვიჩი აღნიშნავს, რომ ყოველი ენა განსხვავებულად ირჩევს იმ თვისებებს, რომლითაც ის ასახელებს საგნებსა და კონცეპტებს, ასევე იმ თავისებურებებს, რომლითაც ენა ახასიათებს მნიშვნელობებს. ეს მოვლენა აირეკლება თარგმანშიც, რაც მნიშვნელოვნად მიმაჩნია, რადგან ის უკეთესად ხსნის, რომ თარგმანი არ შეიძლება იყოს მხოლოდ პროცესი ენების შესახებ, არამედ უნდა იყოს პროცესი აზრის შესახებ (სელესკოვიჩი 2008:45).

პირველ რიგში, შევეცადოთ, განვმარტოთ რას წარმოადგენს იმპლიკაცია და, რატომ ითვლება, რომ იგი წარმოადგენს ლინგვისტური ფენომენის პრაგმატიკული ახსნა-განმარტების პარადიგმატულ მაგალითს. პრაგმატიკის ბევრ სხვა საკითხისაგან განსხვავებით, იმპლიკაციას არა აქვს ვრცელი და ფართო ისტორია. იმპლიკაციის თეორია წამოაყენა პოლ გრაისმა მის მიერ ჰარვარდის უნივერსიტეტში 1967 წ. წაკითხული ლექციების კურსში, რომლის მხოლოდ ჯერ ნაწილია დაბეჭდილი (გრაისი 1975:100).

ტერმინი იმპლიკაცია პირველად პოლ გრაისმა შემოიტანა იმ მნიშვნელობის აღსანიშნავად, რომელიც გამომდინარეობს წინადადებისაგან სიტყვისათვის ლოგიკურად დამატებითი მნიშვნელობის მინიჭების გარეშე. ეს

ტერმინი აღნიშნავს ურთიერთობას, რომელიც არსებობს ორ განაცხადს შორის, სადაც ერთის სიმართლე, გვთავაზობს მეორეს სიმართლეს.

მოქმელის განზრახვის გამოსარკვევად სიტყვის ვერბალური მნიშვნელობის გრაისისეული ანალიზი კიდევ ბევრჯერ იქნა გადამუშავებული და გაუმჯობესებული. ამ საკითხით დაინტერესებული იყვნენ ისეთი მკვლევარები, როგორცაა: სტალნაკერი (1974), შიფრინი (1992), ბლეკმორი ვაიზმენი (1989) და სხვები. ამ მეცნიერთა მოსაზრება ეწინააღმდეგებოდა გრაისის შეხედულებებს. თუმცა, ვთვლით, რომ საწინააღმდეგო არგუმენტები არ იყო იმდენად ძლიერი, რომ შეესუსტებინათ იმპლიკაციის გრაისისეული განმარტება.

როგორც ვხედავთ, იმპლიკაციის მნიშვნელოვანი დამსახურება გახლავთ ის, რომ იგი გვიჩვენებს, როგორ შეიძლება იგულისხმებოდეს იმაზე მეტი, რაც ფაქტიურად იქნა ნათქვამი. გავიხსენოთ ბარხუდაროვის ცნობილი მაგალითი, როგორცაა:

- *რომელი საათია?*
- *მერძევე ქალი უკვე მოვიდა.*

ცხადია, სემანტიკური თეორიის გათვალისწინებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს მოკლე დიალოგი ასე შეიძლება იქნეს გაგებული:

- *შეგიძლია დახედო საათს და მითხრა რა დროა?*
- *არა, მე არ ვიცი ზუსტი დრო, მაგრამ შემიძლია მოგაწოდო ინფორმაცია, რომლის მიხედვითაც შეგიძლია გამოიცნო დრო.*

მერძევე ქალი მოვიდა. როგორც ვხედავთ, იმპლიკაციის ცნება წარმოადგენს ხიდს, რომელიც იდებდა კომუნიკანტებს შორის (ბარხუდაროვი 1975:98).

როჯერ ბელი განიხილავს ცნობილი ამერიკელი ლინგვისტის ჩომსკის შეხედულებებს თარგმანში. ჩემსკი ლინგვისტური თეორიაში აღნიშნავს, რომ თარგმანის თეორია ძირითადად შემოიფარგლება ორენოვანი თარგმანით. მთარგმნელი უნდა ფლობდეს არამართო უცხო ენას, არამედ უნდა იყოს კომუნიკაციურად კომპეტენტური. სადაც ხშირად ადგილი აქვს შეუსაბამო

სიტუაციებს, რაც გამოწვეულია მეხსიერების სიმცირით, საინტერესო ფაქტების ცვლილებით ან შეცდომებით.

იმპლიციტურ ინფორმაციას კომუნიკაციურ კომპეტენციაში დიდი დატვირთვა აქვს. ჩომსკი გამოყოფს კომპეტენციის ოთხ სახეობას. ესენია: გრამატიკული კომპეტენცია, სოციოლინგვისტური, დისკურსი და სტრატეგიული კომპეტენცია.

1. გრამატიკული კომპეტენცია - გრამატიკული წესების, სიტყვათწარმოების, წარმოთქმის, დამწერლობისა და წინადადების სტრუქტურის დაცვა.
2. სოციოლინგვისტური კომპეტენცია - უნარი და ცოდნა ჩაწვდეს და გაიგოს გამონათქვამი კონტექსტიდან გამომდინარე.
3. დისკურსის კომპეტენცია - უნარი გააერთიანოს, როგორც მნიშვნელობები, ასევე ფორმები, რადგან მიიღოს ერთი და იგივე ტექსტი სხვადასხვა ჟანრში.
4. სტრატეგიული კომპეტენცია - კომუნიკაციის განვითარება (როჯერ ბელ 1991:41/42).

ჩვენს მიერ დამუშავებული ემპირიული მასალის შედეგმა ცხადყო, რომ იმპლიციტისაგან განსხვავებით ექსპლიციტი ეს არის ნათლად გამოხატული აზრი, რომელიც კომუნიკაციის პროცესში ურთიერთგაგებას უზრუნველყოფს. აჩვენებს და გადმოგვცემს რეალურ სურათს.

დავაჯამოთ ექსპლიციტისა და იმპლიციტის განმარტებები, რომლებიც გავრცელებულია სამეცნიერო ლიტერატურაში და მოყვანილი გვაქვს ჩვენ ნაშრომში. გამოვიმუშავოთ განმარტება, რომელზეც ეყრდნობა ჩვენი კვლევა.

ექსპლიციტური ნიშნავს ლინგვისტიკაში „ღიას, გაშლილს, მარკირებულს“, იმპლიციტური კი - „ფარულს, შეკუმშულს, ნავარაუდებს“. ეს, კი ნათლად ჩანს შემდეგი მაგალითებში.

ა) 10 thing you may not know about sheep.

სტატიის სათაური, რომელიც შეკუმშულია და იმპლიციტს წარმოადგენს სამიზნე ენის მკითხველისათვის, საჭიროებს გაშლასა და ახსნა-განმარტებას, რადგან ადექვატურს გახდის მისთვის.

სტატია ეხება შოტლანდიას, სადაც ცხვრის კულტურა მაღალ დონეზეა. შესაბამისად შოტლანდიაში მცხოვრები საზოგადოება ფლობს ინფორმაციას და აღნიშნული სტატია ექსპლიკაციას არ საჭიროებს. რაც შეეხება უცხო კულტურის წარმომადგენელთათვის აღნიშნული სათაურია იმპლიციტური ინფორმაციის წარმოადგენს და საჭიროებს ახსნა/განმარტებას, ანუ ექსპლიკაციას. მთარგმნელს შესაბამისად აქვს სტატიაში ნათარგმნი და ახსნილი ინფორმაცია:

- 1. შოტლანდიაში ცხვრების რაოდენობა აღემატება მოსახლეობის რაოდენობას.*
- 2. ორსულმა ქალებმა თავი უნდა აარიდონ ბატკნობის გამრავლების სეზონს.*
- 3. მანდილოსანმა უნდა ატაროს ცხვრის ბეწვი.*
- 4. ცხვარის მაღალი ფასი.*
- 5. ცხვარი, როგორც საყვარელი შინაური ცხოველი.*
- 6. ისინი ცხოვრობენ დიდხანს.*
- 7. სპორტული შეჯიბრება ცხვრებს შორის.*
- 8. წინსვლისა და წარმატების სიმბოლო.*
- 9. ცხვარი ბინადრობს იქ, სადაც ადამიანს ცხოვრება შეუძლებელია.*
- 10. ფასდაკლება ცხვარზე შოტლანდიაში წელიწადში ერთხელ იმართება (<http://www.bbc.com/news/uk-scotland-highlands-islands-25638723>).*

ბ). 7 ნაბიჯი წარმატებისათვის.

7 STEPS TO SUCCESS.

7 ნაბიჯი წარმატებისათვის ეს არის პროგრამა მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის, რომელიც სხვადასხვა უფასო სერვისების შეთავაზებას ითვალისწინებს - უმეტესწილად ეს არის

საკონსულტაციო სერვისები, რომელსაც მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლები თიბისი ბანკისაგან სხვადასხვა ფორმით იღებენ. აღნიშნული მაგალითი იმპლიციტურია და საჭიროებს ექსოლიკაციას. სტატიაში მოცემულია და ნათლად აქვს მთარგმნელს ახსნილი ის 7 ნაბიჯი, რომელიც წარმატების მომტანია. ესენია:

1. უფასო ტრენინგები
2. საგანმანათლებლო ვებპლატფორმა, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა საინფორმაციო რესურსებს მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებისათვის.
3. თემატური კონფერენციები, რომელიც იძლევა გამოცდილების გაზიარებისა და კომუნიკაციის გააქტიურების საშუალებას.
4. უფასო კონსულტაციები სხვადასხვა დარგის სპეციალისტებისათვის.
5. ინტერნეტ ბანკი იურიდიული პირებისათვის.
6. მობაილ ბანკი იურიდიული პირებისათვის.
7. სმს სერვისი იურიდიული პირებისათვის (CLOSER :2014/4/5: 50).

იმპლიციტური ინფორმაცია ადამიანის ცნობიერებისა და ქვეცნობიერების მუშაობის შედეგია, ის ფუნქციონირებს ენასა და მეტყველებაში და იმ მნიშვნელობებს გამოხატავს, რომლებიც უშუალოდ სამეტყველო სიტუაციიდან ხდება გასაგები.

ტექსტის ლინგვისტური ექსპლიციტის გაგება ენის ცოდნას უტილდება. ლინგვისტური ცოდნა სხვა ცოდნის მსგავსად, ლატენტურ მდგომარეობაში, თავისთავად მეხსიერებაშია შემორჩენილი ვერბალური ფორმით, რომელიც ცხოვრების მანძილზე მდიდრდება ლექსიკურად, რომელთაგანაც ბევრი შეიძლება დაგვავიწყდეს და ზოგი კი დიდხანს დარჩეს. მთარგმნელის

ლინგვისტური ცოდნა კოგნიტური ცოდნის შემადგენელი ნაწილია და რა თქმა უნდა ტექსტის გაგებისა და მისი ხელახალი გამოხატვისათვის აუცილებელია (ლედერერი:42).

იმპლიციტური ინფორმაცია ლექსიკონებში არ არის დაფიქსირებული, მაგრამ აღიქმება ადრესატის ფონურ მარაგზე ორიენტირებული ტექსტის ინტერპრეტირების შედეგად.

აქედან გამომდინარე - ექსპლიციტური ინფორმაცია ტექსტში გამოყენებული ენობრივი ნიშნების ერთობლიობით გამოხატულ ინფორმაციას ნიშნავს. ექსპლიციტური ინფორმაცია უშუალოდ ეყრდნობა სიტყვების იმ მნიშვნელობებს, რომლებიც ლექსიკონშია დაფიქსირებული, ამიტომ ნებისმიერი რეციპიენტისთვის (ვინც კი ამ ენაზე წერა/კითხვა იცის) გასაგებია. ექსპლიციტური ინფორმაციის აღქმა არ მოითხოვს დამატებითი შინაარსობრივ გარდაქმნებს.

2.2 ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვის იმპლიციტური და ექსპლიციტური ხერხები

ტექსტი ლინგვისტური კვლევის ტრადიციული ობიექტია, რომლის ანალიზიდან მომდინარეობს ენის სისტემის, სტრუქტურის, ფუნქციისა და ენობრივი ერთეულების გამოყენების შესახებ ცოდნა. ტექსტის ლინგვისტიკა არც თუ ისე დიდი ხანია რაც ენათმეცნიერებას დამოუკიდებელ მიმართულებად გამოეყო. იგი განიხილავს საკითხების ფართო სპექტრს, რომელთა მნიშვნელობამ საკმაოდ დიდი აღიარება ჰპოვა 80-90-იან წლებში. მისი ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანაა – ლინგვისტური გამოცდილების შეტანა არსებული კომუნიკაციური სამეტყველო აქტების დისციპლინათა შორისი შესწავლის სფეროში, ენობრივი სისტემის შიგნით ენის რეალური გამოყენების შეფარდებაზე დაყრდნობით წინადადებებისა და გამონათქვამის აგების პრინციპის გახსნა (ფურცელაძე 2000: 25).

მ. ლედერერი, ნაშრომში „თარგმანი - ინტერპრეტაციული მოდელი“ აღნიშნავს, რომ ტექსტის გაგება ენობრივი კომპეტენციისა და იმავდროულად, ენციკლოპედიური ცოდნის ქონას მოითხოვს. გაგება, ზოგადი საქმიანობაა, რომლის განსხვავებულ ფაზებად დანაწევრება რთულია (ლედერერი: 41).

სხვადასხვა ტიპის ტექსტებში ექსპლიციტური და იმპლიციტური ინფორმაციის გამოხატვის ხერხების შეფარდება განსხვავებულია. ჩვეულებრივ, ჭარბობს ექსპლიციტი, მაგრამ ზოგჯერ გარკვეული მიზეზების გამო იმპლიციტი იზრდება, ხანდახან კი, აჭარბებს ექსპლიციტს. ეს უნივერსალური კანონზომიერება ყველა ენაში მოქმედებს, ამიტომ ტექსტური ინფორმაციის აღქმისთვის ადრესატს ესაჭიროება ენციკლოპედიური ხასიათის ინფორმაციის გარკვეული მარაგი (ეგრეთ წოდებული ფონური ინფორმაცია).

განსაკუთრებულ პრობლემებს ინფორმაციის გამოხატვის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხების შეფარდება ქმნის მთარგმნელისთვის, რომელმაც უცხო ენის ცოდნის გარდა ისე კარგად უნდა ერკვეოდეს ამ ერის კულტურაში, ლიტერატურაში, რეალიებში, ეკონომიკაში, პოლიტიკაში და საზოგადოების

ცხოვრების სხვა მხარეებში, რომ არა მარტო აღიქვას იმპლიციტური ინფორმაცია, არამედ გადაწყვიტოს, რა იქნება გაუგებარი სხვა კულტურის მატარებლის მკითხველისთვის და იმპლიციტური ინფორმაციის რომელი ნაწილი ექვემდებარება ამ შემთხვევაში ექსპლიციტირებას, ანუ მთარგმნელმა უნდა მოახდინოს სამიზნე ტექსტის პრაგმატული ადაპტაცია (ფონური ცოდნის გადამისამართება). იმპლიციტი ნაწილობრივად ექსპლიციტირებული უნდა იყოს, ახალი მკითხველი უნდა ჩაწვდეს ქვეტექსტის ნიუანსებს.

მაგალითად:

რუსეთის სახელით ქადაგებს ჩოხა-ახალუხში გამოწყობილი კინტო - მიხეილ სააკაშვილი

A Kinto in Chokha-Akhalukhi Preaches on behalf of Russia

აღნიშნულ მაგალითში იმპლიციტია, როგორც *ჩოხა - ახალუხი, ასევე კინტო*. აღნიშნული რეალიები კი უცხო მკითხველისათვის საჭიროებს ახსნასა და განმარტებას, ანუ ექსპლიციტირებას.

1. *ჩოხა - ახალუხი - ქართული ეროვნული ტანისამოსი* (<http://www.ambebi.ge/politika/123553-grusetis-sakhelith-qadagebs-chokha-akhalukhshi-gamotsyobili-kintoq-mikheil-saakashvili.html>).

2. *კინტო - ძველ თბილისში ხელზე მოვაჭრე, განეკუთვნებოდა წვრილ ვაჭართა კლასს. გამოირჩეოდა მოსწრებული სიტყვა-პასუხით და თავისებური ჩაცმა-დახურვით (მაღალსაყელოიანი, საკინძმემოხსნილი დაწინწკლული ჩითის პერანგი, მოკლე, შავი, ნაოჭიანი ახალუხი, უბეგანიერი მონაოჭებული შარვალი, მესტები, ზოგჯერ ყელდაკეცილი „დაწყობილი ჩექმები“, ვერცხლის აბზინდიანი სარტყელი, აბრეშუმის ან ჩითის ხელსახოცი).* თაბახზე გაწყობილ ხილსა და ბოსტნეულს გასაყიდად ქუჩებში თავით დაატარებდა. კინტო თბილისის ყოფას XX საუკუნის 30-იან წლებამდე შემორჩა
(<https://ka.wikipedia.org/wiki/%E1%83%99%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%9D>).

კომუნიკაციური ქვეტექსტის საფუძველს, მეტყველების ჟანრობრივი და სიტუაციური ნორმები ქმნიან. ქვეტექსტი, ანუ იმპლიკაცია ურთიერთობისას საუბრის ქვაკუთხედაა. მაგალითად ტრამპის განცხადება სათაურით, *Trump: China doing nothing on N. Korea - ტრამპი: ჩინეთი არაფერს აკეთებს ჩრდილოეთ კორეაში*, რომელსაც აქვს შემდეგი ქვეტექსტი *Trump is disappointed in China after missile test - ტრამპი იმედგაცრუებულია ჩინეთში მიმდინარე რეაქტიული წვრთნების შედეგად.*

ქვეტექსტის საშუალებით ხდება ინფორმაციის ნაწილობრივ გაშლა. სტატია ეხება ტრამპის მიერ დასახელებულ იმ ადამიანთა ჩამონათვალს, რომლებიც მთავრობის წარმომადგენლები არიან. ისინი ხელს უწყობენ რეაქტიული და გამანადგურებელი იარაღის წარმოებას (<https://www.timesofisrael.com/trump-china-doing-nothing-on-north-korea>).

საუბრის იმპლიკაციის ცნება პრაგმატიკის უმთავრესი და უმნიშვნელოვანესი საკითხია.

ქართულ რეალობაში ინფორმაციის გადმოცემის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხები ნაკლებად არის შესწავლილი, მითუმეტეს თარგმანმცოდნეობის ჭრილში.

როგორც პიტერ ნიუმარკი აღნიშნავს მთავარი მსგავსება საკუთარ სახელებსა და კულტურულ ტერმინოლოგიას შორის არის ის, რომ ორივე დაკავშირებულია ერთ ეთნიკურ საზოგადოებაში მყოფ ადამიანებთან, საგნებთან ან პროცესთან. აღნიშნული სახელები არ აისახება ლექსიკონში. მსგავსი სიტყვების მნიშვნელობა და კონოტაცია არ ითარგმნება. ესენია:

1. საკუთარი სახელები: *საბა - მუსიკალური პროექტი.*

2. ზღაპრის გმირები, თუ ეს ეხება გმირების სახელებს, რომლებიც ეროვნული მახასიათებლების მატარებელნი არიან. მაგალითად : *ნაცარქექია, წუნა და წრუწუნა, კომბლე, წითელქუდა და სხვა.*

3. გაზეთებისა და ჟურნალების სახელწოდებები. *მაგალითად; ქრონიკა, ასავალ-დასავალი, კვირის პალიტრა და სხვა.*
4. ისტორიული ტერმინები საჭიროებს მეტწილად დიდ ყურადღებას, რომელიც დამოკიდებულია ისტორიული სახელების ცოდნასა და საერთაშორისო დანიშნულებაზე. მაგალითად: *ვახტანგ გოგეასალი, ერეკლე II, თამარ მეფე და სხვა.*
5. საერთაშორისო ორგანიზაციების სახელწოდებები. მთარგმნელები ხშირად იყენებენ აკრონიმებს ანუ ხმოვან ბგერათა შემცირებას. მაგალითად: *AID - artificial insemination by donor (შიდსი), IDA - International Development Association, OTA - Online Travel Agency და ა.შ (<https://www.xotels.com/en/glossary/ota>).*
6. გეოგრაფიული სახელები. მაგალითად: *მცხეთა-თიანეთი, შიდა ქართლი, კახეთი.*
7. ქუჩების სახელწოდებები. *გორგილაძე, გამსახურდია, აბაშიძე და სხვა.*
8. ფირმის, სკოლისა და კერძო დაწესებულების სახელწოდებები. *შპს ეგრისი, ევრო-2000, შპს.ტექსტილი და სხვა.*

აღნიშნული სახელწოდებების თარგმნისას მთარგმნელმა ყურადღება უნდა მიაქციოს როგორც ეროვნულ, ასევე თანამედროვე პოლიტიკურ, ფინანსურ, ადმინისტრაციულ და საზოგადოებრივ ტერმინოლოგიას, რომლის საშუალებითაც შესრულდება ტექსტის ადექვატური თარგმანი (ნიუმარკი 1988: 70).

იმპლიციტური ინფორმაციის დიდი ნაწილი გამოხატულია რეკლამის საშუალებით. რეკლამის წარმატება ხშირად ადვილ და სხარტ სიტყვიერ ფორმულაზეა (სლოგანზე) დამოკიდებული. რეკლამაში გამოყენებული ლექსიკის მრავალფეროვნება, ხშირად, მომხმარებლის მოზიდვის ყველაზე ეფექტური ხერხია.

მაგალითად:

The 10 Dishes That Will Make You Fall in Love With Georgian Food

10 კერძი, რომელიც შეგაყვარებთ ქართულ საკვებს
(<http://www.serious eats.com/2015/10/introduction-to-georgian-food-must-try-dishes.html>).



პოსტმოდერნიზმის ცნობილი იტალიელი თეორეტიკოსისა და მწერლის, უმბერტო ეკოს წიგნში “*Отсутствующая структура Введение в семиологию*” რეკლამა განიხილება ინფორმაციად, თავისი დენოტაციური (ვიზუალით) და კონოტაციური (მისი რეალური გზავნილი) მახასიათებლებით.

რეკლამის გარეგნული მხარე, რომელიც რეკლამის წარმატების წინაპირობაა, რეალური გზავნილის შეფუთვის საუკეთესო საშუალება ხდება. თანამედროვე ტენდენციების გათვალისწინებით, რეკლამის გარეგნული გაფორმების დროს წარმატებით გამოიყენება ბილინგვური ხასიათის წარწერები. ასეთი რეკლამების კონოტაციური მხარე მიუთითებს მომხმარებელს, რომ პროდუქცია, რომელსაც ეწევა რეკლამა, არ არის მხოლოდ ლოკალური მნიშვნელობის.

რეკლამა გზავნილად განიხილება როლან ბარტის წიგნში “*Система Моды. Статьи по семиотике культуры*”. “ნებისმიერი რეკლამა გზავნილია”. რეკლამას ჰყავს გამგზავნი და მიმღები, ანუ პუბლიკა. სარეკლამო ტექსტი კომუნიკაციის

ერთ-ერთი სახესხვაობაა. კომუნიკაციის ამ ფორმაში გზავნილი ყველა შემთხვევაში იგზავნება, ხოლო საპასუხო "რეაქცია" გაგზავნის თანადროული არ არის.

აღნიშნულ წიგნში ავტორი სარეკლამო სლოგანის მაგალითზე ასკვნის, რომ ორი მარტივი (ავტორს აღებული აქვს მარტივი სარეკლამო მაგალითები, რადგან მიიჩნევს, რომ ვიზუალურად დიდი, გრძელი სარეკლამო ტექსტი იმავეს თქმის საფუძველს მოგვცემს) მაგალითიდან, პირველი დენოტატიურია, აღმნიშვნელისა (ფიზიკური მხარე) და აღსანიშნის (მენტალური მხარე) ურთიერთმიმართების თავისებურებათა გათვალისწინებით, ხოლო მეორე სარეკლამო გზავნილი კონოტატიური.

მიერთვით ნაყინი "ჟერვე" და თქვენ სიამოვნებისგან დადნებით.

კონოტაციის ფენომენს, თავისმხრივ, ბარტი უდიდეს მნიშვნელობას ანიჭებს არა მხოლოდ რეკლამაში, ზოგადად, მასკომუნიკაციაშიც (ბარტი 2003: 219).

სადისერტაციო ნაშრომში სიტყვის დენოტაცია/კონოტაციის საკითხს განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა რეკლამის ენისა და ნეოლოგიზმების გამოყენების მიზეზებთან მიმართებით. შესაბამისად, აქვე უნდა დაზუსტდეს, რას ვგულისხმობთ ამ ენობრივ ფენომენში.

ინგლისელი სემიოტიკოსის დენიელ ჩენდლერის მიხედვით: "სიტყვის დენოტაციური და კონოტაციური მნიშვნელობა მოითხოვს კოდის ჩართულობასაც". ავტორი სიტყვის კონოტაციური მნიშვნელობის აღქმაში ანსხვავებს სუბიექტურსა და ობიექტურს. შესაბამისად, "კონოტაცია არ არის წმინდა პიროვნული დამოკიდებულება - იგი განისაზღვრება კოდებით. ის არის ნიშანი, რომელიც წარმოიქმნება დენოტაციური ნიშნის მახასიათებლებით (დენოტაცია, თავის მხრივ, წარმოადგენს ძირითად რგოლს კონოტაციურ ჯაჭვში)" (ჩენდლერ 2007: 70).

დენოტაცია სიტყვის პირველად ლექსიკურ მნიშვნელობას უკავშირდება, ხოლო კონოტაცია კონტექსტითაა განპირობებული და ენის ძლიერების

პოტენცია სწორედ ამ უკანასკნელშია. ამის ნათელი მაგალითია მწერლობა, პოეზია, რომელშიც გააქტიურებულია სიტყვის კონოტაციური პოტენციალი.

პოეტური ენისგან განსხვავებით, წესით, ოფიციალურ-საქმიან, ფორმალურ მეტყველებაში სიტყვის სწორედ დენოტაციური მნიშვნელობა უნდა გამოიყენებოდეს, რომელიც. მაშინ, როცა პოეტურ მეტყველებაში სიტყვის არაკონვენციური, სპეციფიკური, აქამდე უცნობი პოტენციალი ვლინდება.

ყოველი ადამიანი რომელიმე სოციალურ ჯგუფს განეკუთვნება და ყოველდღიურ რეალობაში საუბრისას იყენებს შესაბამის სოციოლექტებს. იმის მიხედვით თუ რომელ სოციალურ გარემოში იმყოფება ადამიანი, ოჯახში ბავშვთან, თუ რაიმე დაწესებულებაში, ან თუნდაც საზოგადოებრივ ტრანსპორტში ის სხვადასხვა სოციოლექტებს გამოიყენებს საუბრისას. შესაბამისად, ერთი ადამიანი ერთ კონკრეტულ სოციალურ ჯგუფს არ განეკუთვნება, ის სიტუაციის ცვალებადობასთან ერთად ხდება სხვადასხვა სოციუმის წარმომადგენელი იგი მულტისოციალია და მისი სამეტყველო ენაც ამას გამოხატავს - ადამიანი მულტისოციოლექტების რეალიზატორია. ერთი ოჯახის წევრებმა (ამ შემთხვევაში მაგალითი საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა უმეტეს ნაწილს მოიცავს), შესაძლებელია, ერთმანეთთან საუბრის დროს გამოიყენონ სიტყვები: *დღეს ჰამბურგერს მოვამზადებ, ტოსტერი გაფუჭდა... დაწესებულებაში - ასლი გადამიღე, ფაილში ჩადე, დამისტეპლერე ... საზოგადოებრივ ტრანსპორტში - სენსორულ ეკრანზე დადეთ ბარათი, ჩეკი მომეცით და სხვ.*

ყველაფერი ზემოთქმული რომ დავაჯამოთ, აღსანიშნია, რომ ჩვენ ვიზიარებთ იმპლიციტური ინფორმაციის გამოხატვის ხერხების მრავალმხრივ მნიშვნელობას და მივაკუთვნით მათ ტექსტში გამოყენებულ საშუალებების ფართო სპექტრს:

1) პირველ რიგში ინფორმაციის ჩაკეცვის მიზნებს ემსახურება ერთეულები, რომლებიც ენობრივი ეკონომიის კანონის ქმედების უშუალო მარკერებია და დიდი მოცულობის ინფორმაციის შემცველები არიან:

ა) ტერმინები და პროფესიონალიზმები; აფაზია - მეტყველების დარღვევა თავის ტვინის დაზიანების შედეგად/ *aphasia*.

ბ) აბრევიატურები; *NATO* - ნატო, *MP* - პრემიერ მინისტრი, *NGO* - არასამთავრობო ორგანიზაცია, *ltd* - შპს და ა.შ.

2) იმპლიციტური ინფორმაციის დიდი ნაწილი გადმოიცემა მეტაფორული ხერხებით (ამ შემთხვევაში ჩვენ ვგებულობთ მეტაფორას როგორც ნებისმიერ ხატოვან საშუალებას): მეტაფორის გააზრებისთვის ხშირად მიმართავენ მაგალითს, რომელიც არისტოტელეს მიეწერება.

მაგალითად:

სიბერე ისეთივე შემადგენელი ნაწილია ცხოვრებისა, როგორც საღამო - დღისა, ამიტომ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საღამო დღის სიბერეა, სიბერე კი- ცხოვრების საღამო (<http://mastsavlebeli.ge/uploads/resursebi/maia%20firCxaZe.pdf>).

3) ტექსტის ძლიერი ნიშანები (ლუკინის შეხედულება):

ა) ტექსტის სათაური;

მაგალითად:

TBC Bank has worked out an interesting product that allows consumers to be able to buy home at Lisi Veranda.

თიბისი ბანკმა შეიმუშავა ძალიან საინტერესო პროდუქტი,

რომელიც შესაძლებლობას იძლევა ლისის ვერანდაზე

ბინის შეძენა მომხმარებლისათვის ხელმისაწვდომი გახდეს

(closer:2016.N1);

ბ) ტექსტის საკვანძო სიტყვები;

მაგალითად:

ჩუბიკამ თიბისი ბანკის კლიენტებისათვის საავტორო ქალღმერთის ქანდაკება შექმნა. აღნიშნული სათაური მთარგმნელს შემდეგნაირად აქვს გადმოტანილი, Chubika Created Special Statues of Goddesses for TBC Bank Clients. საკვანძო სიტყვა - ჩუბიკა, მთარგმნელს შემდეგნაირად აქვს ახსნილი - პირველად ჩუბიკას სახელი 1994 წელს, ლეგენდარულ „ავანგარდული მოდის ანსამბლეაზე“ გავიგონე - მაშინ როცა 90-იანების თბილისისთვის უჩვეულო ფეიერვერკულ და არტისტულ გარემოში ჩუბიკა პოდიუმზე გამოჩნდა. სწორედ პოდიუმზე გამოსვლამ მისცა მას ბიძგი თეატრიდან მოსული მხატვარი, მომავალში მასობრივი მოდის ნაცვლად სწორედ საავტორო მოდით დაინტერესებულიყო. ჩუბიკას იმ ადრეული პერიოდის შოუები და კოსტიუმები თეატრალური აკადემიზმისა და ანდერგრაუნდული პოდიუმების საინტერესო ნაზავი იყო.

4) ნებისმიერი ტექსტური რემინისენციები (პრეცედენტული სახელები, გამონათქვამები; პრეცედენტული ტექსტები).

საბას მუსიკალური პროექტი - SABA'S MUSICAL PROJECT

(ქლოუზა:2013.N5 : 34).

ზემოთ მოყვანილი მაგალითები ცხადყოფს, რომ მედიატექსტებში განსაკუთრებით დიდი დატვირთვა აქვს მითითებულ საკვანძო სიტყვებს, რადგან მედიატექსტები წარმოადგენს ოპერატიულ ჟანრს, შესაბამისად ტექსტის ყველა ძლიერი ნიშანი დამატებითი ინფორმაციის მოიცავს.

2.3 მედიატექსტების თავისებურებანი - იმპლიციტი და ექსპლიციტი მედიატექსტებში

წყარო ენიდან სამიზნე ენაში ტექსტის თარგმნისას, აუცილებელია გაიგო როგორც ექსპლიციტური ხერხებით, ასევე იმპლიციტური ხერხებით გამოხატული ინფორმაცია. იმპლიციტის გაგება შესაძლებელია სათანადო ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტურ ცოდნის საფუძველზე, რაც საშუალებას აძლევს მთარგმნელს არ განახორციელოს ლექსიკონისეული თარგმანი ანუ ტრანსკოდირება. იმ შემთხვევაში, როდესაც მთარგმნელის და ტექსტის ავტორის ცოდნა ემთხვევა ერთმანეთს, იმპლიციტის თარგმნა წარმატებით ხორციელდება.

ექსპლიციტური ნიშნავს ლინგვისტიკაში „ღიას, გაშლილს, მარკირებულს“, იმპლიციტური კი - „ფარულს, შეკუმშულს, ნავარაუდებს“. აქედან გამომდინარე - ექსპლიციტური ინფორმაცია ტექსტში გამოყენებული ენობრივი ნიშნების ერთობლიობით გამოხატულ ინფორმაციას ნიშნავს. ექსპლიციტური ინფორმაცია უშუალოდ ეყრდნობა სიტყვების იმ მნიშვნელობებს, რომლებიც ლექსიკონშია დაფიქსირებული, ამიტომ ნებისმიერი რეციპიენტისთვის (ვინც კი ამ ენაზე წერა/კითხვა იცის) გასაგებია. ექსპლიციტური ინფორმაციის აღქმა არ მოითხოვს დამატებითი შინაარსობრივ გარდაქმნებს.

იმპლიციტური ინფორმაცია კი ადამიანის ცნობიერებისა და ქვეცნობიერების მუშაობის შედეგია, ის ფუნქციონირებს ენასა და მეტყველებაში და იმ მნიშვნელობებს გამოხატავს, რომლებიც უშუალოდ სამეტყველო სიტუაციიდან ხდება გასაგები. იმპლიციტური ინფორმაცია ლექსიკონებში არ არის დაფიქსირებული, მაგრამ აღიქმება ადრესატის ფონურ მარაგზე ორიენტირებული ტექსტების ინტერპრეტირების შედეგად.

თარგმნისას ხშირ შემთხვევაში საქმე გვაქვს იმპლიციტური და ექსპლიციტური ინფორმაციის თანაფარდობასთან, რომელიც დიდ წილად დამოკიდებულია წყარო ენისა და სამიზნე ენის მატარებლების ფონური

მარაგის სიახლოვეზე, რომელიც თარგმნის პროცესში შემდეგნაირად იცვლება:

1. წყარო ენაში იმპლიციტურად მოცემული ინფორმაცია თარგმნისას რჩება იმპლიციტად, ვინაიდან ცნობილია ორივე კულტურაში:

ა) როგორ აღნიშნავს საქართველო 9 მაისს ფაშიზმზე გამარჯვების დღეს? - May 9: Day of Victory over Fascism (<http://agenda.ge/news/34861/eng>).

ბ) *What is NATO?* - რას არის ნატო?

NATO - N(orth) A(tlantic) T(reaty) O(rganization) (<http://www.nato.int/nato-welcome/index.html>).

2. იმპლიციტი გარდაიქმნება ექსპლიციტად.

მაგალითად:

მუცო აკონტროლებდა კავკასიის ქვეყნების დამაკავშირებელ გზას და საქართველოს საზღვრს.

Mutso controlled the roads connecting countries of the Caucasus and Georgia's border.

„მუცო“, დუშეთის რაიონში, შატლიდან 12 კმ - ში მდებარეობს.

ციხე-ქალაქი, რომელიც გვიანი შუა საუკუნეებით თარიღდება.

ხანგრძლივი ისტორიის განმავლობაში მუცო აკონტროლებდა და იცავდა კავკასიის ქვეყნების დამაკავშირებელ გზას და საქართველოს საზღვრებს (ქლოუზა:2014. N5).

3. ექსპლიციტი გარდაიქმნება იმპლიციტად (იშვიათი შემთხვევაა, ძირითადად გზდება შიდაენობრივ და არა ენათმორის თარგმანში).

როცა იმპლიციტი გარდაიქმნება ექსპლიციტად ხშირ შემთხვევაში საქმე გვაქვს არავერბალურ ხერხებთან. მნიშვნელოვანი და საინტერესოა, როცა მთარგმნელი თარგმნის ტექსტს რომელიც სხვადასხვა სემიოტიკური ნიშნებითაა დატვირთული. ასეთ ტექსტებს მეცნიერებმა კრეოლიზებული ტექსტები უწოდეს.

კრეოლიზებული ტექსტი ვერბალური ნიშნების გარდა მოიცავს ნახატს, ნახაზს, ხშირ შემთხვევაში - სურათს, განსაკუთრებულ შრიფტს, ფერს. პირველ რიგში ეს არის სარეკლამო ტექსტები, სამეცნიერო ხასიათის (ილუსტრირებული), როგორც მ.აროშიძე აღნიშნავს, ვერბალური და არავერბალური ნიშნების შეხამება მხატვრულ ნაწარმოებებშიც გავრცელებულია.

მაგალითად : კონან დოილის მოთხრობაში მოცეკვავე კაცუნები



სწორედ არავერბალური კოდის (მოცეკვავე კაცუნების სხვადასხვა კომბინაციები) გაშიფრვის შედეგად შერლოკ ჰოლმსმა გამოიძია მკვლელობა და დამნაშავე იპოვა. იკონური ანუ ხატოვანი საშუალებები ხშირად უქმნიან მთარგმნელს განსაკუთრებულ პრობლემებს, ვინაიდან ხშირად წყარო და სამიზნე კულტურებში სიმბოლოს, ფერს განსხვავებული მნიშვნელობა გააჩნია (<http://www.terrakid.ru/master-classes/opyty-i-eksperimenty-svoimi-rukami/763-shifr-plyashushchie-chelovechki>).

როგორც კრეოლიზებული, ასევე ვერბალური ტექსტები ერთნაირ საბაზო ტექსტურ კატეგორიებს ფლობენ, მაგრამ კრეოლიზებულ ტექსტში ზოგადი

ტექსტური კატეგორიების რეალიზაციას თავისი სპეციფიკა გააჩნია: პოლიტიკური თემატიკა, საავტორო ინტენციისა და შინაარსობრ-კონცეპტულუარული ინფორმაციის სატირული ბუნება, ტექსტის ინტეგრაციის ფორმალური საშუალებების კრეოლიზებული ბუნება, ერთკადრიანი პოლიტიკური კარიკატურის დანაწევრების შესაძლებლობა, პოლიტიკური კარიკატურის ტექსტების ვერბალურ და არავერბალურ ნაწილებში პოლიტიკური და ზოგადკულტურული ხასიათის პრეცედენტულ ფენომენებთან გაგზავნა.

კრეოლიზებული ტექსტების ლინგვოვიზუალური ფენომენის კვლევა ტექსტის ვერბალური ნაწილისა და ნახატის მჭიდრო ურთიერთკავშირისგან მომდინარეობს, ხდება ინფორმაციის თავისებური ურთიერთშევესება, ეს კავშირი როგორც ექსპლიციტური, ასევე იმპლიციტური საშუალებებითაა წარმოდგენილი. კომიქსი და კოლაჟი გვევლინება როგორც რთული ტექსტური წარმონაქმნი, რომელშიც ვერბალური და იკონიკური ელემენტები წარმოქმნიან საერთო ვიზუალურ, სტრუქტურულ აზრობრივ და ფუნქციონალურ მთლიანობას, მიზანმიმართული კომპლექსურ პრაგმატულ ზემოქმედებას ახდენს ადრესანტზე, რომელსაც საერთო კომუნიკაციური ინტენცია გააჩნია. კოგნიტური სტრუქტურები პოლიტიკურ კოლაჟში აქტუალიზირდება არამართო ენობრივი პროექციით, არამედ ვიზუალური სივრცით. რაც მოცემული ტექსტის კოდირებულ სისტემის სირთულეზე მეტყველებს. ენობრივი და ვიზუალური კოდები (ტექნიკური, რეპრეზენტაციული, იკონიკური და იკონოგრაფიული) სოციალური, კულტურული, სტილისტური და იდეოლოგიური კოდებით გადაიკვეთება (გვენცაძე 1986:63).

პოლიტიკური კოლაჟის ძირითადი ფუნქციები სატირული და ემოციურია, რომლებიც მჭიდრო კავშირშია მის სხვა ფუნქციებთან: რეგულაციურ, კრეაციულ, ილუსტრაციულ და კულტურული მეხსიერების ფუნქციებთან. პოლიტიკური ცალკეული ფუნქციების კერძო გამოვლინებებია.

კრეოლიზებული ტექსტების ნაირსახეობის კვლევა ეროვნული კულტურის სარკეა, იმდენად რამდენადაც ისინი გადმოსცემენ კონკრეტული

ერისთის დამახასიათებელ ყოფა - ცხოვრებას, ხალხურ ტრადიციებს, აზროვნების სახეს, სამყაროს თავისებურ ხედვას. ამიტომაც პოლიტიკური კოლაჟის კულტურათაშორის ასპექტში ადექვატური გაგება შეიძლება მიღწეულ იქნეს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი კარიკატურის სიუჟეტი უნივერსალურ კოგნიტიურ ბაზაში შემავალ ელემენტებს ეფუძნება. გამომსახველობითი კომპონენტის ინტერნაციონალური ბუნება არ ხსნის სირთულეს უცხოკულტურული პოლიტიკური კოლაჟის ინტერპრეტაციისას, რომელიც განპირობებულია პოლიტიკური და ზოგადკულტურული პრეცედენტული ფენომენებითა და ტექსტის მოცემული ტიპის კოდირების რთული სისტემით (გვენცაძე 1986:70).

იმპლიციტური ინფორმაციის თარგმნისას ვაწყდებით სემიოტიკურ სირთულეებს. იმისათვის, რომ შესრულდეს კარგი თარგმანი, სამიზნე ტექსტი სრულად უნდა გადმოსცემდეს ორიგინალის აზრს. მთარგმნელს კი უწევს ტექსტის კულტურული და პრაგმატული ადაპტაცია.

იმ პროცესების ზემოქმედებით, რომლებიც ვითარდებოდნენ თანამედროვე საზოგადოებაში საუკუნეების მიჯნაზე და ცხოვრების ყველა სფეროზე ახდენდნენ გავლენას, ხარისხობრივად იცვლება სიტუაციაც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში. „მასობრივი კომუნიკაცია“ - ტერმინი წარმოიშვა ლათინური სიტყვიდან „მასა“ - ნაწილი, ნაჯერი, ნაწყვეტი” - აქ იგულისხმებოდა საზოგადოება რომელსაც გააჩნდა აზროვნების და გადაცემის უნარი. მასები ეს არ არის დიდი ჯგუფების, წრეების, ფენების რაოდენობა. “ამ კომუნიკაციის” შემქმნელი ვ.შრამი ასახელებს კომუნიკაციური მოქმედების ძირითად ელემენტებს და გამოყოფს მათ.

მასობრივი კომუნიკაციის, როგორც სოციალური მოვლენის და პროცესის შესწავლა დაიწყო XX საუკუნეში, და მისი პრობლემა განიხილებოდა საერთო სოციოლოგიის კონტექსტში. როგორც გვენცაძე აღნიშნავს, მასობრივი კომუნიკაციის გამოკვლევების დასაწყისი უკავშირდება გერმანელი სოციოლოგი მ.ვებერის სახელს. 1910 წელს მან

დაამტკიცა პრესის შესწავლის აუცილებლობა სოციოლოგიურ ასპექტში. მან აგრეთვე დააყენა გარკვეული სოციალური მოთხოვნები ჟურნალისტებისადმი და ჩამოაყალიბა პრესის ანალიზის მეთოდი.

კომუნიკაციური ფაქტორები დაკავშირებულია კოდირების და დეკოდირების პროცესთან. ინფორმაციის გადაცემის ხერხი ბევრად განსაზღვრავს ზეპირ და წერილობით საუბრის ფორმებს, რომლებიც მნიშვნელოვანწილად სტანდარტიზირებულია ყველა კომუნიკაციურ არხზე. ამ ინფორმაციის ხერხების სტრუქტურა შეესაბამება სტანდარტების სტილს, სადაც ტარდება არჩევა ვერბალური და არავერბალური საშუალებების, რომლებიც საუკეთესოდ გადასცემენ აზრობრივ და შეფასებით ინფორმაციას.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე, ხალხის გონებაზე და წარმოდგენაზე, ეროვნულ ცნებებზე და კულტურაზე. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებია არა მარტო საგაზეთო - საჟურნალო ტექსტები, არამედ სხვადასხვა გახმოვანებული მასალები: რადიო და ტელერეპორტაჟები, ინტერვიუ, სხვადასხვა პროგრამები, თოქ-შოუ, ფილმები და ასე შემდეგ. ის რასაც ხშირად “ელექტრონული პრესა” ეწოდება. “ელექტრონული პრესის” გაგება ბოლო წლებში გაფართოვდა ინტერნეტის ჩართვის შემდეგ, სადაც წარმოდგენილია მსოფლიოში თითქმის ყველა წამყვანი ახალი ამბების სააგენტო.

ჟანრობრივ - თემატიკური ნაირფეროვნება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებაა. ტექსტებს შორის გამოიყოფა ტექსტების ტიპები, რომლებიც ახასიათებენ როგორც “მწერლობით” ასევე “ელექტრონულ პრესას”. მათ მიეკუთვნება:

- ახალი ამბების მასალები (მოვლენების ქრონიკა).
- კომენტარი.

- ანალიტიკური მიმოხილვები სხვადასხვა თემებზე (პოლიტიკა, ეკონომიკა, საზოგადოებრივი ცხოვრება, სოციალური პიროვნება, კულტურა, მეცნიერება და სხვა).

- ინტერვიუ.

- სპორტული რეპორტაჟები.

- სარეკლამო მასალები და ასე შემდეგ (გვენცაძე 1986:65).

ეს ყველა საჟანრო-თემატიკური ტექსტების ნაირსახეობა გვხვდება გაზეთებში, ჟურნალებში, რადიო და სატელევიზიო პროგრამებში, ასევე ინტერნეტში. გასაგებია, რომ ყველა მასობრივ ინფორმაციულ საშუალებას აქვს თავისი ობიექტური თვისებები, მაგრამ ჟანრობრივი დახასიათებები ნარჩუნდება მასობრივი ინფორმაციის საშუალების დამოუკიდებლად. ესე იგი, ახალი ამბების მასალა ყოველთვის იქნება განსხვავებული. ამ ტიპების ტექსტების გარდა არსებობს ისეთი ტექსტები, რომლებიც განსხვავდება სხვებისაგან. მაგალითად: სარედაქციო პრესა ეკუთვნის “მწერლობით” პრესას, ანუ გაზეთს. სხვა სახეობის სტატიები - კრიტიკული, მიმოხილვითი ეკუთვნის საგაზეთო - საჟურნალო ჟანრს.

მედია - ტექსტები წარმოადგენენ ტექსტების ისეთ სახეობას, რომლებზედაც დღესდღეობით ყველაზე დიდი მოთხოვნაა, ვინაიდან ისინი ასრულებენ საზოგადოების სოციალურ დაკვეთას და ახდენენ უმნიშვნელოვანესი ენობრივი ფუნქციების რეალიზაციას.

მედია - ტექსტი ასევე, წარმოადგენს პოლიფუნქციურ წარმონაქმნს, რომლის ძირითადი ფუნქციებია: ინფორმირების ფუნქცია, იდეოლოგიური ფუნქცია და ზემოქმედების ფუნქცია, რომელიც გამოვლინდება ადრესატის ჩართვით მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით. მედია-ტექსტების მნიშვნელოვან ნიშანს წარმოადგენს სათაური, რომელიც აგრეთვე მრავალფუნქციონალურია და მისი ლაკონურობის გამო გაჯერებულია ფონური ინფორმაციით, რაც თავის მხრივ ართულებს მის თარგმანს.

ინფორმაციის გამგზავნის შეტყობინება, როგორც წესი, ისეთ ადრესატზეა ორიენტირებული, რომელიც საკმარისად ინფორმირებულია ამ შეტყობინების

გასაგებად. იმ შემთხვევაში, თუ გამგზავნი შეცდა და რეცეპტორი არ ფლობს საჭირო ინფორმაციას, კომუნიკაცია არ იქნება წარმატებული. როგორც ავღნიშნეთ, მთარგმნელი ეხმარება ადრესატს ლინგვოეთნიკური ბარიერის დაძლევაში და იგი ხშირად ითვალისწინებს, რომ ორიგინალის ადრესატისგან განსხვავებით, თარგმანის ადრესატს შეიძლება არ ჰქონდეს შეტყობინების გასაგებად საჭირო ცოდნა. ამის გამოსასწორებლად, მთარგმნელებს უწევთ სხვადასხვა ცვლილებების შეტანა ორიგინალში. აღნიშნული ფონური ცოდნა შეიძლება ნაციონალ, კულტურულ, ან ისტორიულ ხასიათს ატარებდეს. მაგალითად, საგაზეთო მასალას მეტწილად ქვეყანაში მიმდინარე აქტუალური მოვლენები უდევს საფუძვლად. სტატიაში მთარგმნელი ხშირად პირდაპირ ახალ დეტალებზე გადადის, რადგანაც თვლის, რომ მკითხველი არის კომპეტენტური და ფლობს ინფორმაციას, შესაბამისად ავტორს არ უწევს ცნობილი პიროვნების, მაგ: პოლიტიკოსის თანამდებობის დასახელება, იცის სტატიაში ვისზე და რაზეა საუბარი.

მაგალითად:

ეროვნული ინტერესების განხორციელების პროცესში საზოგადოებრივი მხარდაჭერის მნიშვნელობა.

აღნიშნული სტატიის ქვესათაურად მოცემულია ნატოსა და ევროკავშირის შესახებ საინფორმაციო ცენტრის დირექტორის სახელი და გვარი - *ელენე გოცაძე*.

Importance of Public Support in the Process of Implementation of the National Interests.

ELENE GOTSADZE (საქართველოს ევროპული გზა:12/2015 N7).

სტატიის ქვესათაურად მითითებული ინფორმაცია ამცნობს მკითხველს სტატიის შინაარსზე.

ვინაიდან მედია - ტექსტები მასობრივ აუდიტორიაზე არიან ორიენტირებული, მათში გამოყენებული ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხების შეფარდება არ უნდა აღემატებოდეს ეგრეთ წოდებულ „გაგების ზღვარს“ (ი.ჟინკინის ტერმინი).

მაგალითად:

ოსუ სტუდენტები გამოგონებას დუბაიში წარადგენენ

Georgian Students at DP (Dubai Port World) Worlds Dubai Mall Exhibition

გამოფენა 24 ნოემბრიდან 6 დეკემბრამდე იმართება, სტუდენტები ერთობლივ გამოგონებას - „ინტერაქტიულ ხელთათმანს“ წარადგენენ. ვირტუალური ხელთათმანის მეშვეობით შესაძლებელი ხდება ვირტუალურ რეალობაში ვირტუალური ობიექტების მართვა და შეგრძნება. ახალგაზრდა გამომგონებლებს კომაროვის სკოლა აერთიანებს. სხვადასხვა ერთობლივ პროექტებზე ჯერ კიდევ სკოლიდანვე დაიწყეს მუშაობა (<http://online.tsu.edu.ge/ge/science/10664/?p=3>).

იმპლიციტი მაღალ დონეს აღწევს პროფესიული ტექსტებსა და აბრევიატურებში. ამ შემთხვევაში საჭიროა იმპლიციტური ინფორმაციის ექსპლიცირება, ახსნა - განმარტება:

1. შემოკლებებში.

რა და როგორ შეიძლება შეიცვალოს DCFTA - ს ამოქმედების შედეგად ქვეყნისათვის და კონკრეტულად ქართული კომპანიებისათვის?

How, what and when will things change for the country and for Georgian companies as result of the DCFTA?

მთარგმნელს DCFTA პირდაპირ აქვს გადმოტანილი, რომელიც იმპლიციტია. განმარტება კი შემდეგში მდგომარეობს:

DCFTA - Deep and Comprehensive Free Trade Area - ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობა (<https://www.>

acronymfinder. com/Deep-and-Comprehensive-Free-Trade-Agreement-(DCFTA).html).

2. პროფესიული ტექსტებში.

მაგალითად:

ა) რა დაავადება იგულისხმება თრომბოემბოლიებში?

თრომბოემბოლიურ დაავადებებში იგულისხმება: ქვედა კიდურების ღრმა ვენების დაავადება, ე.წ. ვენების ვარიკოზული გაგანიერება ([http://www. med. ge/index.php/articles/cardiology/394-2014-04-18-10-15-30](http://www.med.ge/index.php/articles/cardiology/394-2014-04-18-10-15-30)).

ბ) ანოქსია- *anoxia* - სხეულის რომელიმე ნაწილის ქსოვილში ჟანგბადის ნაკლებობა” (<http://www.med.ge/index.php/articles/cardiology/394-2014-04-18-10-15-30>).

გ) ჰიპერპლაზია - (ბერძნ. hyper ზედმეტი, ჭარბი, plasis წარმოქმნა) - უჯრედთა რაოდენობის მომატება მათი ინტენსიური გამრავლების შედეგად. უჯრედების, უჯრედშიდა სტრუქტურების, უჯრედშორისი ბოჭკოვანი წარმონაქმნების რაოდენობის გაზრდა, შესაბამისი ორგანოს ფუნქციის გაძლიერების (მაგ., ქალის ძუძუ ორსულობის პერიოდში) ან ქსოვილის პათოლოგიური ზრდის ხარჯზე ([http://www. nplg. gov. ge/gwdict/index.php?a=srch&d=13&id_srch=d24ee82563815053c24b7f72524c92df&il=en&p=1](http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=srch&d=13&id_srch=d24ee82563815053c24b7f72524c92df&il=en&p=1)) .

დ) ჰიპოქსია - (ბერძნ. hypo ქვევით, დაბლა, oxygenium ჟანგბადი) - ქსოვილებში ჟანგბადი რაოდენობის შემცირება ([http://www. nplg.gov. ge/gwdict/index.php?a=srch&d=13&id_srch=8c42e1789ceec456ab4a0e8d71ff4b0e&il=en&p=1](http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=srch&d=13&id_srch=8c42e1789ceec456ab4a0e8d71ff4b0e&il=en&p=1)) .

ე) ლაგ - ფაზა - (ინგლ. lag ჩამორჩენა, დაბრკოლება) - შეესაბამება ფიზიოლოგიური ადაპტაციის პერიოდს (ბაქტერიების დათესვიდან

გამრავლების დაწყებამდე) და მოიცავს ფერმენტების ინდუქციას და რიბოსომების სინთეზს. ამ ფაზის ხანგრძლივობა განისაზღვრება კულტურის ასაკით, აგრეთვე საკვები ნიადაგის რაოდენობით და ხარისხით. ამ ფაზას შეიძლება ბაქტერიული პოპულაციის ადაპტაციის პერიოდი ეწოდოს (<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?A=term&d=13&t=7181>).

ვინაიდან საგაზეთ სტატიები ოპერატიულად რეაგირებენ საზოგადოებაში მომხდარ ყველა სიახლეზე, ამიტომაც მედია ტექსტებში ხშირად არის გააქტიურებული მოკლევადიანი ფონური ინფორმაცია. მედია-ტექსტები კოლექტიური აზროვნების ფორმირების სერიოზული ხერხია, მათში აუცილებელია ეროვნული ფასეულობები და სამყაროს ენობრივ სურათში შემავალი კონცეპტუალური ცნებები. ამიტომ ინფორმაციის გამოხატვის იმპლიციტურ ხერხებს დიდი ხვედრითი წილი უკავია მედია-ტექსტებში და ეს თავისთავად იწვევს განსაკუთრებულ პრობლემებს თარგმნისას, როდესაც ახალი მკითხველისთვის არის გადასათარგმნი არა მარტო ტექსტში მოცემული, არამედ ნავარაუდი ინფორმაცია.

ამრიგად, მეორე თავში ჩვენ გავაანალიზეთ იმპლიციტისა და ექსპლიციტის რაობა და ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხების შეფარდება განსხვავებული ტექსტის ტიპებში. თარგმნის პროცესში ადექვატური სამიზნე ტექსტის შექმნისას, მთარგმნელმა მაქსიმალური სიზუსტით უნდა გადმოსცეს ორიგინალური ტექსტის შინაარსი, ფორმა და ემოციური ფონი, რაც განსხვავებულ მიდგომებს მოითხოვს მხატვრული და ინფორმაციული ტექსტების თარგმნის დროს. მედიატექსტები უნიკალურ ფორმას წარმოადგენენ, რომელიც ორიენტირებულია მასობრივ მკითხველზე და მაღალი ზემოქმედებითი ძალა გააჩნია. მიუხედავად იმისა, რომ მათი პირველადი ფუნქცია - ინფორმაციულობაა, ამავდროულად, მათში დიდი რაოდენობით გამოიყენება ხატოვანი საშუალებები, რაც ართულებს თარგმანს. ამავდროულად უნდა გავითვალისწინოთ ის გარემოება, რომ მედია-ტექსტების ყველა ნაირსახეობა ოპერატიულ პასუხს წარმოადგენს

საზოგადოებაში მომხდარ ყველა მნიშვნელოვან სიახლეზე, რომლითაც განპირობებულია მათში ექსპლიციტისა და იმპლიციტის განსაკუთრებული შეფარდება.

თავი III

ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდება წყარო და სამიზნე ტექსტებში

3.1 სათარგმნი ტექსტის ჟანრობრივი სპეციფიკა და მედიატექსტების თარგმნის პრობლემები

ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვის ხერხები ექვემდებარება, ერთის მხრივ, ენობრივი „ეკონომიის“ კანონს, მეორეს მხრივ კი, სამეტყველო სიტუაციის პარამეტრებს, რომელსაც მიეკუთვნება: კომუნიკაციის მიზანი, სფერო, კომუნიკანტების ვინაობა, მათი ფონური ცოდნა, სქესი, ასაკი და სხვა. დიდი მნიშვნელობა გააჩნია ტექსტური შეტყობინების პარამეტრებსაც: ეს პროფესიული კომუნიკაციისთვის შექმნილი ტექსტია თუ თავისუფალი საუბრისთვის, ზეპირი თუ წერიტი შეტყობინებაა, რომელ დისკურსს მიეკუთვნება და რა ჟანრს წარმოადგენს. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ნიუანსი გარკვეულ წილად განაპირობებს ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდებას ტექსტში, რაც ყოველთვის მთარგმნელის ყურადღების ცენტრშია. ამავდროულად, აღსანიშნავია, რომ მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ადრესატის ვინაობა, ჩვენი აზრით, რაც უფრო კონკრეტულ აუდიტორიაზე არის გათვლილი ტექსტი, მით უფრო გაზრდილია მასში გამოყენებული იმპლიციტური ხერხების რაოდენობა და ნაირსახეობა. პროფესიულ კომუნიკაციაში იმპლიციტი აღწევს მაღალ დონეს, ეს გარემოება

აიხსნება კომუნიკანტების (ადრესანტისა და ადრესატის) ფონური მარაგის სიახლოვით: ერთი სპეციალობის ფარგლებში მიღებული უმაღლესი განათლება, პროფესიული ინტერესების ერთიანი სფერო, საკვლევო ობიექტი და დასმული მიზნების მისაღწევად გამოყენებული ერთიანი მეთოდოლოგია - ყველაფერი ეს ხელს უწყობს „გაგების ზღვრის დონის“ ამღლებას. მაგალითად, ფიზიკოსის მოხსენება ფართო აკადემიური საზოგადოებისთვის უფრო მდიდარი იქნება იმპლიციტური ინფორმაციით (ტერმინები, შემოკლებები, აბრევიატურები და სხვ.), ვიდრემ იგივე მოხსენება სტუდენტებისთვის, მაგრამ, იმპლიციტი მიაღწევს მის მაქსიმუმალურ შესაძლებლობას იმ შემთხვევაში, თუ მოხსენება იკითხება ფიზიკოსების ვიწრო წრეში, ვინც ამ კონკრეტული პრობლემის კვლევით არიან დაკავებულნი.

ტექსტის შემქნელი ავტორი ყოველთვის ცდილობს ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდებამ არ გადააჭარბოს ადრესატის „გაგების ზღვრის დონეს“, წინააღმდეგ შემთხვევაში კომუნიკაციის ეფექტურობა დაბალი იქნება.

კლასიკური მხატვრული ლიტერატურის შემთხვევაში იმპლიციტის აღქმის ხელისშემშლელ პირობას წარმოადგენს ისტორიული ეპოქა და ეროვნული თავისებურება. ისტორიულ-კულტურული რეალების შეცვლა იწვევს ნაწარმოებში გამოყენებულ იმპლიციტური ხერხების აღქმის პრობლემებს, მაგალითად, ამერიკულ ლიტერატურაში ძალიან ხშირად გხვდება გამონათქვამი „ცნობილი კანონი“ (Famous Law) დაზუსტების გარეშე, ამ შემთხვევაში, მთარგმნელი აზუსტებს ისტორიულ ეპოქას: თუ სიუჟეტი ვითარდება მე-19 საუკუნის მეორე ნახევარში, მაშინ საუბარია მონობისგან გათავისუბლების კანონზე, თუ კი მე-20 ს. პირველ ნახევარზე - იგულისხმება საყოველთაოდ ცნობილი „მშრალი კანონი“, როდესაც 1920-1933 წწ. ამერიკაში იყო აკრძალული ალკოჰოლური სასმელების წარმოება და გაყიდვა.

მიუხედავად იმისა, რომ, ჩვეულებრივ, ექსპლიციტი ჭარბობს იმპლიციტზე, საინტერესოა განვიხილოთ რამოდენიმე მაგალითი, როდესაც იმპლიციტი ჭარბობს ექსპლიციტზე კომუნიკანტების განსაკუთრებული სიახლოვის გამო. ასე, მაგალითად, ვ. ჰიუგომ რომანი „საბრალონი“-ს

დასრულების შემდეგ ძალიან ნერვიულობდა, მან გაუგზავნა რედაქტორს რომანის ხელნაწერი ვერსია და მოაყოლა წერილი, რომელიც შედგებოდა მხოლოდ დიდი კითხვის ნიშნისაგან. რედაქტორმა ტექსტის წაკითხვის შემდეგ გამოუგზავნა პასუხი, რომელშიც დიდი ძახილის ნიშანი იყო. კომუნიკაცია შედგა, თან საკმაოდ ეფექტური. ბევრი საინტერესო მაგალითების მოყვანა შეიძლება, მაგრამ ჩვენი კვლევის ობიექტს მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტები წარმოადგენს, აქ კი შეუძლებელია იმპლიციტის ასეთი მაღალი ხვედრითი წილის არსებობა, ვინაიდან ამ ტიპის ტექსტების მიმღებნი არიან სხვადასხვა ასაკის, გენდერის, განათლებისა და სხვ. მქონე კომუნიკანტები, ამიტომ, მათი იმპლიციტური ხერხების აღქმის შესაძლებლობები - ძალიან განსხვავდება ერთმანეთისაგან.

თანამედროვე მედია-ტექსტების სიმრავლე და მრავალფეროვნება ბევრ პრობლემას წარმოქმნის მათი ანალიზისა და თარგმნის დროს.

ტრადიციულად, ლინგვისტები და ენის პრობლემებზე მომუშავე სხვა მკვლევრები მიიჩნევდნენ, რომ ენის კორპუსი შედგებოდა მხოლოდ წერილობითი წყაროებისგან, რომლებიც ქვეყნდებოდა წერილობითი ფორმით (ნოველა, პიესა, სატელევიზიო ტექსტი, ჟურნალ-გაზეთი, სახელმძღვანელო და ა.შ.). ტერმინი „სასაუბრო ენის ტექსტუალური კორპუსი“ spoken language text corpora გამოიყენებოდა წერილობითი ტექსტების მონაცემთა სისტემის აღსანიშნად. თუმცა, დ. კრისტალის მოსაზრების მიხედვით, წერილობითი ტექსტის და შესაბამისად, წერილობითი მეტყველებამდე არსებობდა ზეპირი მეტყველება (კრისტალი 2012: 92-108).

საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ქრონოლოგიურად წინ უსწრებს სატელევიზიო და რადიომართობის ჟანრებს და, ამავე დროს, წარმოადგენს მათ საფუძველს. როგორც ცნობილია, ნებისმიერი ფუნქციური სტილის შესწავლა უნდა დაიწყოს და წარიმართოს მისთვის დამახასიათებელი ჟანრების შესწავლით, ანუ ტექსტის ტიპების შესწავლით, რადგან ყოველი ფუნქციური სტილის ქვესტილის ჟანრობრივ სივრცეს ქმნიან ტექსტები, რომლებიც იქმნება მოცემული ჟანრის საფუძველზე.

ტექსტს არ შეიძლება რაიმე ჟანრობრივი ფორმა არ ჰქონდეს. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ნებისმიერ ჟურნალისტურ ჟანრს აქვს საკუთარი საგანი, ფუნქცია და მეთოდი. ჟურნალისტური ჟანრის სპეციფიკას ეხებიან აგრეთვე ქართველი ავტორები რ. სურგულაძე და ე. იბერი, რომლებიც გამოყოფენ ჟანრობრივი სპეციფიკის შემქმნელ შემდეგ ნიშან-თვისებებს:

1. ჟანრების თავისებურება თანაბრად არის განპირობებული მათი ავტორებისა და მკითხველების მიერ;

2. ჟანრები ერთგვაროვნებას ავლენენ ფუნქციით; ჟანრები ინარჩუნებენ და ავითარებენ ტექსტობრივ ფორმებს;

3. ჟანრები ქმნიან ტექსტის წარმოებისა და მათი აღქმის, გაგების საშუალებას (ლედერერი 2008:41);

პუბლიცისტური ჟანრების ზემოთ ნაჩვენები ნიშან-თვისებები ერთმანეთთან მჭიდროდაა დაკავშირებული. ჩვენთვის განსაკუთრებით საყურადღებოა პირველი დებულება, რომელიც ჟანრს კომუნიკაციის პროცესში ჩართულ ელემენტად წარმოაჩენს, იგი გაგებულია როგორც თავისებური „კოლექტიური შემოქმედების ნაყოფი, რომელიც აუდიტორიის მიზნებს ითვალისწინებს, გარკვეულ კულტურულ ტრადიციებს აყალიბებს და უადვილებს აუდიტორიას სწრაფად იცნოს თავისი სასურველი ჟანრი, ხოლო ჟანრთა ფუნქციური ერთგვაროვნება გულისხმობს, რომ იგი მკითხველისა თუ აუდიტორიის მიზნის შესაბამისად იქმნება, ყალიბდება მისთვის მისაღები სტილი და სტრუქტურა, ამ სახით ხდება იგი აუდიტორიისთვის მისაღები და საინტერესო. მნიშვნელოვანია იმ ფაქტის აღნიშვნაც, რომელსაც ლედერერი აღნიშნავს კადიკოვის მიერ შექმნილი სქემაზე დაყრდნობით, რომ ავტორები ძირითადად განიხილავენ ბეჭდვითი მედიის ჟანრებს, პუბლიცისტიკის საგნის თავისებურებიდან გამომდინარე, გამოყოფენ ინფორმაციულ და ანალიტიკურ ჟანრებს, ანუ მხატვრულ-პუბლიცისტური ჟანრები ტრადიციულ ჟანრთა შორის არ არის მოხსენიებული. ქართველ ავტორთა პოზიცია მნიშვნელოვნად განსხვავდება კადიკოვას პოზიციისაგან იმით, რომ ეს ავტორები საერთოდ არ ცნობენ

მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრთა არსებობას. ამას ადასტურებს ის ფაქტიც, რომ ისეთი ჟანრიც როგორცაა პუბლიცისტური ნარკვევი, ანუ ჟანრი, რომელსაც ცენტრალური ადგილი უკავია მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრთა ჯგუფში, შეტანილია ანალიტიკურ ჟანრთა კატეგორიაში. მათი პოზიცია ჩვენთვის მისაღებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ გავითვალისწინებთ თანამედროვე მასმედიაში მიმდინარე ინტენსიურ ცვლილებებს, ახალი ტექნოლოგიები ხელს უწყობს დღემდე სრულიად უცნობი ჟანრების გაჩენას, ზოგიერთი შეხედულებით, მარტო პრესაში ორმოცამდე სხვადასხვა ჟანრია დაფიქსირებული. მაგრამ, როგორც უკვე არაერთხელ აღვნიშნეთ, არ არსებობს ტექსტი, რომელსაც რაიმე ჟანრობრივი ფორმა არ ჰქონდეს.

რა ქმნის ამ მყარ ჟანრობრივ ფორმას, რომელსაც ჟურნალისტური ტექსტი უნდა პასუხობდეს?

საგანი, ფუნქცია და მეთოდი არის ჟურნალისტური ჟანრისთვის ის სამი ძირითადი ბოძი, რომელსაც იგი ეყრდნობა და სწორედ ამ სამს შორის მჭიდრო კავშირი ქმნის მყარ ფორმას, რომელსაც ჟანრი ეწოდება (ლედერერი 2008:41).

როგორც ცნობილია, საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ჟურნალისტური ფუნქციური სტილის სხვა სივრცეებისგან განსხვავდება მეთოდით ანუ არხის გზით, რადგან იგი მიმართავს მხოლოდ ბეჭდვით მეთოდს, ხოლო საგანი სამივე ქვესტილისთვის არის გარკვეულწილად ფაქტი, ხოლო ფუნქცია კი - აუდიტორიაზე ზეგავლენის მოხდენა და აუდიტორიისათვის ინფორმაციის მიწოდება.

სწორედ წერილობითმა კომუნიკაციამ არსებითად ბევრი რამ მოითხოვა საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცისგან და მისი შემადგენელი სივრცეებისგან.

უპირველეს ყოვლისა, კომუნიკაციის ამ სახემ ჟურნალისტური ტექსტისგან, განურჩევლად იმისა, თუ რომელ ჟანრს (ინფორმაციულ, ანალიტიკურ თუ მხატვრულ-პუბლიცისტურს) მიეკუთვნება იგი, მოითხოვა

გადასაცემი ინფორმაციის მაქსიმალურად სრულად და თანამიმდევრულად წარმოდგენა, რადგან ამ დროს ავტორი და მკითხველი დროის სხვადასხვა მონაკვეთში იმყოფებიან. შეიძლება ითქვას, რომ ეს არის ერთ-ერთი საფუძველი იმის, რომ საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ცალკე დამოუკიდებელ ქვესტილად გამოვყოთ.

როგორც ცნობილია, საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე მოიცავს სამ დიდ ჟანრობრივ ჯგუფს: ლედერერი კადიკოვას ჟანრთა კლასიფიკაციის სქემაზე დაყრდნობით გამოყოფს ინფორმაციულ, ანალიტიკურ და მხატვრულ-პუბლიცისტურს ჟანრებს. ეს კლასიფიკაცია შემდეგნაირად გამოიყურება:

ინფორმაციული ჟანრები:

1. ქრონიკა;
2. ინფორმაცია (მოკლე, შენიშვნა); ჩანახატი;
3. ინტერვიუ (მონოლოგი, დიალოგი, ანკეტა და პრობლემური ინტერვიუ, დისკუსია);
4. ანგარიში (თემატური, კომენტარებით); – მგზავრის ჩანაწერები;
5. მიმოხილვა;
6. რეპორტაჟი (მოვლენური, თემატური, დადგმითი);

ანალიტიკური ჟანრები:

7. კორესპონდენცია;
8. სტატია (პროპაგანდისტული, პრობლემური, კრიტიკული); – მიმოხილვა;
9. რეცენზია (ლიტერატურული, კინო, თეატრალური);

მხატვრულ-პუბლიცისტური:

- ნარკვევი(სიუჟეტური, აღწერილობითი);
- ფელეტონი (ლედერერი 2008 :41).

ინფორმაციულ ჟანრებში უმთავრესია ახალი მოვლენის ასახვა, ის თუ რა მოცულობით, რა გზით ხდება ამ ახალი მოვლენის გადმოცემა, დამოკიდებულია ამ ჟანრობრივი სივრცის კონკრეტულ წარმომადგენელზე,

რადგან ზოგიერთ ფაქტს მოკლედ, ოპერატიულად გადმოსცემს (ინფორმაციას), ზოგიერთს კი ფაქტის აღწერისას იმდენად ყოველმხრივ აშუქებს, რომ შეიძლება თვით პერსონაჟების დახასიათებასაც შეეხოს და ილუსტრაციაც გამოიყენოს (რეპორტაჟი). მაგრამ ერთი რამ ცხადია: ამ ჟანრობრივ სივრცეში უმთავრესია ფაქტის მარტივი ფიქსაციისკენ სწრაფვა.

რაც შეეხება ანალიტიკურ ჟანრებს, აქ უკვე აშკარაა მოვლენების (ფაქტების) ფართოდ გაშუქების შესაძლებლობა, შეიძლება გვექნოდეს ფაქტების დიდი რაოდენობაც, რითაც სუბიექტი-ანალიტიკოსი ყოველმხრივ განიხილავს განსაზღვრულ ფაქტს და წარმოადგენს საკუთარ შეფასებას, ანალიზს.

ამ ჟანრებისათვის დამახასიათებელ ნიშნებად შეიძლება გამოვყოთ: ანალიზის სიღრმე, განზოგადების სიფართოვე, საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი ფაქტების შეფასებათა ობიექტურობა. ფაქტის გადმოცემის თვალსაზრისით თვით ამ ჟანრის ტექსტობრივ სივრცეებს შორის არსებობს განსხვავებები.

კორესპონდენცია ცალკეული ფაქტის საფუძველზე განზოგადებულ ფაქტამდე მიდის, ხოლო სტატიაში კი, პირიქით, ზოგადიდან მივდივართ კონკრეტულისკენ, ამრიგად, ჟანრთა ტექტობრივ სივრცეებში ფაქტის განხილვის თუ გადმოცემის გზები განსხვავებული და საინტერესოა.

მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრებში კი გვაქვს მხატვრულობა და პუბლიცისტურობა ერთდროულად. მაგრამ რას ნიშნავს თითოეული მათგანი ამ ჟანრისთვის?

მხატვრულობა - რეალობის ხატოვანი ასახვაა, სიტუაციის მოდელირებაა, შეიძლება აქ გადმოცემული ფაქტი გამოგონილიც იყოს, ხოლო პუბლიცისტურობა კი ხასიათდება თხრობის დოკუმენტური ტენდენციურობით, მისთვის დასაშვებია ვარაუდები და არა ტყუილები.

ამ ჟანრებში ფაქტი თითქოსდა მეორეხარისხოვანი ხდება, სწორედ, რომ მხატვრულობა და პუბლიცისტურობა უფრო თვალსაჩინოს და მნიშვნელოვანს ხდის სუბიექტს. აქ უმთავრესია ფაქტების ავტორისეული

შეფასება, მისი ეს მეტაფორები, ფრაზეოლოგიზმები, სატირა თუ სხვა (სელესკოვიჩი 2008:50).

სწორედ ამის საფუძველზე, შეიძლება ითქვას, რომ ჟანრთა ეს ჯგუფი მოქცეულია პუბლიცისტიკასა და ლიტერატურას შორის, ხოლო, რაც შეეხება, ფაქტის ასახვას, აქ დოკუმენტალური ფაქტი (როგორც უკვე აღვნიშნეთ) მეორეხარისხოვანი ხდება, პირველ ადგილზე დგას ავტორისეული აზრი კონკრეტულ ფაქტზე და ხდება მისი ხატოვანი ასახვა ე. ი. ფაქტის გარეშე ჟურნალისტიკა არ არსებობს, მაგრამ თუ პირველ ადგილზე იდგა სხვა ჟანრებში და მთავარი იყო მისი ასახვა-გაშუქება, ამ ჟანრობრივ სივრცეში მთავარია ფაქტის ავტორისეული შეფასება, ანუ როგორ უყურებს იგი ამ ფაქტს.

სწორედ ამგვარი შეფასების გადმოსაცემად მიმართავს ავტორი მხატვრულ ხერხებს. იგი არც იუმორს, არც სატირას, არც გროტესკს არ უშინდება და უხვად იყენებს მათ.

მხატვრულ პუბლიცისტიკაში შედარებით ახალ ჟანრებად ითვლება სატირული ჟანრები, რომელთა თვალსაჩინო წარმომადგენლებია - ფელეტონი და პამფლეტი.

ფელეტონი - ლიტერატურული მასალაა მძაფრი კრიტიკით გამსჭვალული. მისთვის დამახასიათებელია სისხარტე, ხატოვანება, იუმორი და ირონია.

ფელეტონი იძლევა შემოქმედებითი წარმოსახვის მნიშვნელოვან თავისუფლებას როგორც კომპოზიციური წყობის შექმნისას, ასევე მხატვრული საშუალებების შერჩევაში.

შეიძლება იმის თქმაც, რომ ფელეტონი ისეთ თემებს ირჩევს, რომლებიც მათი სუბიექტური - გაშუქების საშუალებას იძლევა, როგორცაა ყოველდღიური ცხოვრების მოვლენები, სპორტის ამბები და ამავე დროს, ძალიან ხშირად ემსახურება იგი სულიერი და კულტურული სფეროს ინტერესებს (გინსბურგ 1976:22).

რაც შეეხება პამფლეტს, „იგი საჭირბოროტო საკითხებისადმი

მიძღვნილი პუბლიცისტური ნაწარმოებია, რომლის მიზანი და პათოსი კონკრეტული მოქალაქეობრივი, სოციალურ-პოლიტიკური მხარეების მხილებაა.

შეიძლება დავამატოთ, რომ აქ პუბლიცისტურობა და სატირის მხატვრული ღირსებები ორგანულად ერწყმიან ერთმანეთს და სწორედ ეს ხდის პამფლეტში კრიტიკას გამანადგურებელსა და მამხილებელს.

დასკვნის სახით მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრებზე ყოველივე ზემოთქმულის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს სინთეზურ ჟანრებთან. მათში მხატვრობა და პუბლიცისტურობა მაღალ დონეზეა შერწყმული.

ერთი რამ კი ცხადია, მხატვრულ-პუბლიცისტიკის ჟანრები ლიტერატურასა და პუბლიცისტიკის ზღვარზე დგანან, ორივე ელემენტებს ითვისებენ და ასე ქმნიან საკუთარ მრავალფეროვან ჟანრობრივ სივრცეს, რომლის კვლევა-შესწავლა თანამედროვე ლინგვისტიკაში აქტუალური მოვლენაა. მითუმეტეს, რომ გავითვალისწინოთ მათი თარგმნის პრობლემები და კერძოდ, იმპლიციტისა და ექსპლიციტის შეფარდება წყარო და სამიზნე ტექსტებში.

როგორც ცნობილია, თარგმანის სტრატეგიის შემუშავებისას ბევრ ფაქტორს აქვს არსებითი მნიშვნელობა. ამათგან ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია ტექსტის ტიპოლოგია და ტექსტის მკითხველის კატეგორიის გათვალისწინება. ზეპირი ტექსტის შესწავლის ისტორია გაცილებით უფრო ხანმოკლეა, ვიდრე წერილობითი ტექსტისა. სავარაუდოდ, აღნიშნულის მიზეზი ძველ ლათინურ გამონათქვამში უნდა ვეძიოთ: „Verba volant, scripta manent”, (წარმოთქმული) სიტყვები ქრება, დაწერილი (სიტყვები) რჩება. რადგანაც წერილობით ტექსტს აქვს დროში რეზერვაციის უფრო მეტი შესაძლებლობა, ამიტომაც სამეცნიერო ლიტერატურაში მეტი ყურადღება სწორედ ამ ტიპის კვლევას ეთმობოდა. ზეპირი მეტყველება კი არის სპონტანური თავისი ბუნებით და ფუნქციონალური დანიშნულებით (გინსბურგი 1976:22).

მე-20 საუკუნეში მომხდარი ძირეული ცვლილებები გარკვეულად განპირობებული იყო მედია საშუალებების როლის და გავლენის ზრდით. დღეს პრესა, ტელევიზია და ინტერნეტი თანამედროვე სამყაროს განუყოფელი ნაწილია და მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ადამიანების ცხოვრებაზე. შესაბამისად, ჩვენი კვლევა, რომელიც იხილავს საგაზეთო პოლიტიკური სტატიების სათაურების თარგმნის თავისებურებებს ინგლისური ენიდან ქართულ ენაზე და, პირიქით, საინტერესო უნდა იყოს არა მხოლოდ ტრადუქტოლოგიის (ტრადუქტოლოგია - თეორიული და პრაქტიკული თარგმანის თეორია) თვალსაზრისით, არამედ საგაზეთო პოლიტიკური სტატიების სათაურების და ზოგადად, პოლიტიკური მასალის თარგმნის პრაგმატიკის, დიდაქტიკისა და ტერმინოლოგიის კუთხით. ნაშრომში განხილული საგაზეთო სტატიების თარგმნის სტრატეგია, მთარგმნელებს დაეხმარება თარგმნის მეთოდოლოგიასთან დაკავშირებული პრობლემების გადაჭრაში (<https://ka.glosbe.com>).

გაზეთი წარმოადგენს ინფორმირებისა და მკითხველის დარწმუნების ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებას, რომელიც გათვლილია ფართო და ამასთან, არაერთგვაროვან აუდიტორიაზე, ამიტომ, საჭიროა ინფორმაციის სწორად ორგანიზება. თავის მხრივ, საგაზეთო სტატიების მთარგმნელებმა ამოსავალი ტექსტის ინფორმაციული შინაარსი უნდა გაითვალისწინონ და შესაბამისი მთარგმნელობითი სტრატეგია აირჩიონ.

მთარგმნელისათვის აუცილებელია საგაზეთო სტილის ნიუანსების საფუძვლიანი და სიღრმისეული ცოდნა, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ეს ფაქტორი იძენს ჟურნალ-გაზეთების სტატიების და მათი სათაურების თარგმნისას. სათაური დისკურსის სპეციფიკური ტიპია. მისი თარგმნა მთარგმნელის მხრიდან მთელი რიგი გადაწყვეტილებების მიღებას მოითხოვს. თარგმნის პროცესში მნიშვნელოვანია სათარგმნი თემის სოციო-პოლიტიკური, სოციო-კულტურული რეალობისა და კონტექსტის გათვალისწინება, რომელიც უზრუნველყოფს მკითხველის მიერ ინფორმაციის ადეკვატურად აღიქვას. სათაურების თარგმნა, მხოლოდ მისი შემადგენელი ლექსიკური ერთეულების

სხვა ენაზე გადატანას არ გულისხმობს. მთარგმნელს მის განსახორციელებლად გარკვეული უნარ - ჩვევები უნდა ჰქონდეს. ჩვენთვის სათაურის თარგმნის ანალიზს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ჰქონდა იმპლიციტური ხერხების უხვად გამოყენების გამო.

საგაზეთო-პუბლიცისტური ტექსტები დიდი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. განსაკუთრებით შეკუმშული, საქმიანი და მშრალია საინფორმაციო ხასიათის სტატიებითა და შეტყობინებებით. მსგავსი შეტყობინებების თარგმნისას, სიზუსტე ძირითადად წინადადების სინტაქსური გარდაქმნების, სტრუქტურული ცვლილებებისა და ლექსიკურ - კონტექსტუალური ეკვივალენტების გამოყენებით მიიღწევა, რადგან ეს ცვლილებები გამოწვეულია სათარგმნი ენის ნორმებისა და საგაზეთო სტილის ნორმების დაცვის აუცილებლობით.

საგაზეთო სტილის სათაური უნდა იყოს მოკლე, ლაკონური და შინაარსობრივი, ამასთან, მან გარკვეული ემოციური გავლენა უნდა მოახდინოს მკითხველზე. სათაურის ფუნქცია მკითხველის ყურადღების მიქცევაა და ამიტომ, ძალიან ხშირად, ის სრულად ვერ გადმოსცემს სტილის შინაარსს. ამ ფუნქციას, ძირითადად ასრულებს ქვესათაური, რომელიც რამდენიმე სტრიქონის საშუალებით სტილის მოკლე შინაარსს იძლევა.

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

მთარგმნელმა უნდა მოძებნოს ისეთი ეკვივალენტი, რომელიც გასაგებს გახდის სათარგმნი ტექსტის არსს მათთვის, ვისაც მხოლოდ თარგმანის იმედი აქვთ (სელესკოვიჩი, ლედერერი 2008:41).

პრაგმატულად განპირობებული გარდაქმნები აუცილებელია იდიომატური გამოთქმების თარგმნისას და რეალიების თარგმნისას. ამ შემთხვევაში მთარგმნელისთვის არ არის არსებითი წყარო და სამიზნე ენებს

შორის სემანტიკური თუ სინტაქსური ეკვივალენტობის შენარჩუნება. მისი მიზანია თარგმანში ორიგინალის იდენტური კომუნიკაციური ეფექტის მიღწევა. ტექსტის ადაპტაციის დროს მთარგმნელს უწევს იმპლიციტურად წარმოდგენილი ფონური ცოდნის ექსპლიციტურში გარდაქმნა. ეს ინფორმაცია მოიცავს ისტორიულ ფაქტებს, მატერიალური კულტურის მიღწევებს, ეთნოგრაფიულ და ფოლკლორულ ცნებებს და ა.შ. ყველაფერი ეს რეალიების სახელითაა ცნობილი თარგმანის თეორიაში. მთარგმნელები ხშირად მიმართავენ პრაგმატულ ადაპტაციას საკუთარი სახელების, გეოგრაფიული სახელების, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო რეალიების თარგმნისას. ამისათვის ტექსტში შეაქვთ დამატებითი კომენტარები და განმარტებები, ან განმარტავენ სქოლიოში.

მაგალითად:

TBC Bank has created an interesting product that allows consumers be able to buy home at Lisi Veranda.

აღნიშნული წინადადება შემდეგნაირად არის გადათარგმნილი, თიბისი ბანკმა შეიმუშავა ძალიან საინტერესო პროდუქტი, რომელიც შესაძლებლობას იძლევა ლისის ვერანდაზე ბინის შეძენა მომხმარებლისათვის ხელმისაწვდომი გახდეს (closer 2015/2/7:29).

ლისი ვერანდა- ეს არის სრულიად ახალი, ეკოლოგიურად სუფა დასახლების კონცეფცია, მრავალფუნქციური, რეკრეაციული ზონითა და თანამედროვე დახვეწილი არქიტექტურით. რაც მთავარია კომპლექსის ყველა შენობა თანამედროვე, ენერგო-ეფექტური მშენებლობის პრინციპებით არის აშენებული.

სახელწოდება ლისი ვერანდა მთარგმნელს აქვს ახსნილი პირდაპირ ტექსტში, ანუ ტექსტის ადაპტაციის დროს მთარგმნელმა იმპლიციტური ინფორმაცია ექსპლიციტურში გარდაქმნა.

ზოგიერთ შემთხვევაში კი დამატებითი ინფორმაციის მოპოვება ხდება ტექსტში სპეც-დანართით. საკუთრივ ტექსტში ამხსნელი ელემენტი შეიძლება მოსდევდეს რეალიას, ან უსწრებდეს მას.

მაგალითად:

1.სტრატეგიული კომუნიკაცია და საზოგადოებრივი დისკურსი.

აღნიშნული სათაურის მოსდევს ამხსნელი ელემენტი - ანტი სილანპაა.

ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციის სრულყოფის ცენტრი.

Strategic Communications and the Need for Social Narratives.

Dr. Antti Sillanpaa.

NATO Strategic Communications Centre of Excellence (საქართველოს ევროპული გზა. N7 12/2015 გვ.48).

2.საქართველოში სათხილამურო ტურიზმი ვითარდება.

გიორგი ჩიგოვაძე - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ხელმძღვანელი.

Georgia's Ski Tourism Continues to Grow.

Giorgi Chigovadze – Head of the Georgian National Administration (საქართველოს ევროპული გზა. N7 12/2015 გვ.24).

ე. ბრეუსი აღნიშნავს, რომ უკანასკნელი ხერხი ერთგვარად ამზადებს მკითხველს უცხო სიტყვის გაგებისთვის, ამარტივებს რეალიის აღქმას (ბრეუსი 2003:115), ზოგიერთ შემთხვევაში ორიგინალის პრაგმატული პოტენციალი შეიძლება დაიკარგოს თარგმანში ან დაიკარგოს რამდენიმე დეტალი იმის გამო, რომ თარგმანის რეცეპტორისათვის უცნობი რეალიაა შემოტანილი.

კომუნიკაციური ქვეტექსტის საფუძველს, როგორც უკვე განვიხილეთ, მეტყველების ჟანრობრივი და სიტუაციური ნორმები ქმნიან. ქვეტექსტი, ანუ იმპლიკაცია ურთიერთობისას საუბრის ქვაკუთხედაა. აქედან გამომდინარე, კონვერსაციული ანუ საუბრის იმპლიკაციის ცნება, ჩვენი აზრით, პრაგმატიკის უმთავრესი და უმნიშვნელოვანესი საკითხია.

ენის ცოდნა თარგმნის აუცილებელი პირობაა, თუმცა, მთარგმნელის ფუნქცია ენობრივი ანალიზი არაა. როგორც მ. ლედერერი აღნიშნავდა,

მთარგმნელი უნდა შეეცადოს მეორე ენაში მოახდინოს აზრის ხელახალი გამოხატვა. იმისათვის, რომ უზრუნველყოს შინაარსის გადმოცემა, მთარგმნელმა უნდა განსაზღვროს მისი კვლევის ობიექტი, ტექსტის მნიშვნელობა და ავტორის მიერ გამოხატული აზრი (სელესკოვიჩი, ლედერერი 2008:30).

ზოგადი კულტურისა და განათლების მნიშვნელობა ხშირად დაკნინებულია თარგმანში. თუმცა, როგორც პროფესიონალების, ასევე არაპროფესიონალების მიერ შესრულებული თარგმანები ცხადყოფს, რომ კარგი ენობრივი ცოდნა, თუკი მას არ ახლავს სათანადო ექსტრალინგვისტური ცოდნა, შესაძლოა არასწორი თარგმანის მიზეზი გახდეს. თარგმნის პროცესი გულისხმობს სათარგმნ ენაზე ისეთივე ტექსტის შექმნას, რომელიც შესძლებს მასზე დაკისრებული ფუნქციის შესრულებას (ჟილი 2005:13).

თუკი მოცემულია თანამდებობის პირების საკუთარი სახელები, მთარგმნელი ვალდებულია, მიუთითოს ამ პიროვნებების თანამდებობა, იმ შემთხვევაშიც კი, თუკი ეს ორიგინალში მითითებული არაა, რომლის საფუძველზე სათარგმნი ენის მკითხველმა მოახერხოს კონტექსტში ორიენტირება. გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს სათარგმნი ენის მკითხველისათვის ნაცნობი თანამდებობის პირები (პირველ შემთხვევაში იმპლიციტი ექსპლიციტში გადადის, მეორეში კი იმპლიციტი - იმპლიციტად რჩება).

თანამედროვე ადამიანი ტექსტების სამყაროში ცხოვრობს და მოღვაწეობს, ამიტომ ტექსტური ინფორმაციის აღქმაზე დიდ წილად არის დამოკიდებული მისი პროფესიული წარმატებები და საზოგადოებრივი პოზიცია. ტექსტების მოცულობის შეზღუდვის გამო და ენობრივი ეკონომიის კანონიდან გამომდინარე ინფორმაციის ნაწილი გადმოიცემა იმპლიციტური ხერხებით, რომლის გაშიფვრა აუცილებელი ფაქტორია. ადამიანი გარკვეული ეროვნულ-კულტურული ერთობლიობის წევრია და სოციალიზაციის პროცესის შედეგად ის ისრუტავს სხვადასხვა კონცეპტებს, კულტურულ პრეცედენტებს,

ერისათვის დამახასიათებელ წეს - ჩვეულებებს და სხვა. ამიტომ ყველა ერის ფონური მარაგი დიდ წილად განსხვავებულია: საკაცობრიო და რეგიონალური მნიშვნელობის ერთეულების გარდა ფონურ მარაგში შედის ეროვნულ-კულტურული მნიშვნელობების ერთეულები, რომლის თარგმნა დიდ პრობლემას წარმოადგენს და განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს ექსპლიციტისა და იმპლიციტის მიმართ.

ერის მრავალსაუკუნოვანი განვითარების მანძილზე მიმდინარეობს მსოფლიო სურათის ფორმირება და ერის ეთნო - მენტალური ხასიათის ჩამოყალიბება. თვით ობიექტური სამყაროს კონცეპტუალიზაციის საფუძველზე, საკაცობრიო უნივერსალური კატეგორიების გარდა ეროვნული ეთნომენტალური სპეციფიკაა ჩაქსოვილი, რომელიც ფიქსირდება ხალხის კულტურულ მეხსიერებაში სპეციალური ენობრივი მარკერების მეშვეობით, ანუ ყველაფერს რასაც განიცდის ერი მისი ისტორიის განმავლობაში მეტ-ნაკლებად გამოხატულია ენობრივი სტრუქტურის სხვადასხვა დონეზე. ვინაიდან ექსპლიციტური და იმპლიციტური მარაგის შეფარდება და მათი ვერბალური გამოხატვა იცვლება თარგმნის პროცესში, ეს პრობლემა ყველაზე მწვავედ დგას პუბლიცისტურ დისკურსში.

აქედან გამომდინარეობს ჩვენი ნაშრომის აქტუალობა. კვლევის თეორიული მნიშვნელობა გამოიხატება მედიატექსტებში ფონური ცოდნის ენობრივი რეპრეზენტაციის შესწავლისა და თარგმანში მათი გადმოცემის ხერხების დაზუსტება და კლასიფიკაციაში.

3.2 აბრევიატურის თარგმნის თავისებურებანი

იმ მოვლენის აღსანიშნავად, რომელსაც შემოკლებას ვეძახით, ინგლისურ ენაში ტერმინთა დიდი ნაირსახეობა არსებობს. ესენია: abbreviation, abecedism, acronym, alphabetic word, anagram, blend, contraction, curtailment, elliptical word, incomplete compound, initialism, logogram, protogram, shortening, stum-word, trunc-word და ა.შ.

აღსანიშნავია, რომ შემოკლებული სიტყვები, აბრევიატურები და აკრონიმები უხსოვარი დროიდან არსებობენ. წყაროების მიხედვით, პირველი გრაფიკული აბრევიაცია შეიქმნა უფრო ადრე, ვიდრე დამწერლობა, რადგან მანამდე არსებობდა წერის იდეოგრაფიული სისტემა.

აი, რას წერს ივანე ჯავახიშვილი სიტყვების შემოკლებით დაწერასთან დაკავშირებით: „ძველად, როცა მწიგნობრობა განვითარდა და დამწერნიც დახელოვდნენ, სისწრაფის გულისთვისაც და საწერი მასალის სიძვირის

გამოც სიტყვათა სრული წერის მაგიერ მთელი მარცვლების გამოტოვებით შემოკლებული წერა შემოიღეს. ამ წესით დაწერილ სიტყვას ზევითგან განსაკუთრებულ ნიშანს უკეთებდნ ხოლმე, რაც მკითხველისთვის იმის მაჩვენებელი და დამამტკიცებელი უნდა ყოფილიყო, რომ წაკითხვის დროს ეს ასონაკლები სიტყვა უნდა სრულად აღედგინა. ასოს ან მარცვალის ნაკლებობის ნიშანს „პატივი“ და „ქარაგმა“ ეწოდებოდა (8)“. როგორც ვიცით, ქარაგმა არის პატარა, ოდნავ გაღუნული (~) ან სწორი ხაზი იმ სიტყვის თავზე, რომელიც ძველ ხელნაწერებსა თუ წარწერებში შემოკლებულად არის დაწერილი. მაგ: ქ~ე (ქრისტე); რ~ნ (რომელმან); ვ~ა (ვითარცა) და ა.შ (ჯავახიშვილი 1979:251).

შემოკლების სპეციალურ ტერმინოლოგიურ ლექსიკასთან დაკავშირებით, მკვეთრად გამოიყოფა კაცობრიობის განვითარების შემდეგი პერიოდები: ძველი რომი და საბერძნეთი, აღორძინების ეპოქა და XX საუკუნე.

ძველ რომში განვითარება ჰპოვა გრაფიკულმა შემოკლებამ. ამის ნიმუშად შეგვიძლია მოვიყვანოთ აბრევიატურა: *SPQR - Senatus Populusque Romanus*, რაც ნიშნავს: „რომის სენატი და ხალხი“.

აღორძინების ეპოქაში დაიწყო მეცნიერების განვითარება, ხშირი იყო რევოლუციებიც, რამაც განაპირობა ახალი ტერმინებისა და სიტყვების წარმოშობა, რაც ხშირად ცალკეული სიტყვებისა თუ ფრაზების შემოკლებით იქმნებოდა. ამ პერიოდის მაგალითისთვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ აღორძინების ეპოქის უდიდესი დრამატურგის, უ. შექსპირის პიესა „ჰამლეტი“, სადაც დანიის პრინცი *Gilbert*-ის ნაცვლად მოიხსენიებს მის შემოკლებულ ვარიანტს *Gilb* (ჯავახიშვილი 1979:251).

როგორც მკვლევრები აღნიშნავენ, სხვა ენებშიც შემოკლებასთან დაკავშირებული ტერმინები ასევე მრავლად მოიპოვება. თუმცა ყველა მოყვანილი ტერმინი ენაში მიმდინარე დაახლოებით ერთსა და იმავე პროცესზე მიუთითებს, ისინი მაინც განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან შინაარსით.

ხშირად ერთი და იგივე ტერმინი სხვადასხვა მეცნიერის მიერ სხვადასხვა მნიშვნელობით არის გამოყენებული. შემოკლებული სიტყვა (ძირულთან) შედარებით მოკლეა, მეტწილად ერთმნიშვნელოვანი, აქვს ფართო სინტაქსური ფუნქცია. ამიტომ სიტყვაწარმოების ეს ხერხი მეტად ხელსაყრელია (ხარიტონჩიკი, 1992:90-191).

აბრევიატურები ფონური ინფორმაციის იმპლიციტურ ხერხს წარმოადგენენ და ხშირად გამოიყენება ინგლისურ და რუსულ ენებში, ქართული ენისათვის ისინი ნაკლებად დამახასიათებელია, ამიტომ თარგმნისას უფრო ხშირად გხვდება შემთხვევები, როდესაც წყარო ენის (ამ შემთხვევაში - ინგლისური ან რუსული) აბრევიატურა გადმოიცემა სამიზნე ენაში (ჩვენ შემთხვევაში - ქართულ ენაში) სრული ნომინაციით.

საკმაოდ იშვიათია შემთხვევები, როდესაც უცხოენოვანი აბრევიატურა იმდენად გავრცელებულია, რომ ქართულ ენაში გადმოდის შესაბამი ფონეტიკური ფორმით (მაგალითად - *NATO* - ნატო).

რაც შეეხება საპირისპირო მიმართების თარგმანს (ქართული ენიდან ინგლისურზე) - ქართული აბრევიატურები იმდენად უცნობია უცხო კულტურული სივრცისთვის, რომ ძირითადად აბრევიატურა იკარგება თარგმანში, გამოიყენება ლექსიკური ტრანსფორმაცია - გენერალიზაცია.

მაგალითად:

თსუ სტუდენტების წარმატება

Success of Georgian Students (http://online.tsu.edu.ge/ge/main_news/15275/).

აღნიშნულ მაგალითში მთარგმნელმა *თსუ-ს* ნაცვლად გამოიყენა *Georgian*.

შემოკლება არის ზეპირი ან წერილობითი დისკურსის ერთეული, რომელიც შექმნილია ცალკეული სიტყვების ნაწილებისაგან. შემოკლების წარმოებაში შეიძლება მონაწილეობდეს ცალკეული ასო (ბგერები) ან ასოთა ჯგუფი. შემოკლებასთან დაკავშირებული სპეციალური ლიტერატურის შესწავლის შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ შემოკლებული სიტყვების წარმოშობა დაკავშირებულია ისეთ მნიშვნელოვან ძვრებთან

საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, როგორცაა ომები, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესი, ძირეული სოციალური ძვრები, კომპიუტერიზაცია, ინფორმაციის წყაროს ზრდა და მისი გადაცემის აუცილებლობა, მისწრაფება დროისა და ადგილის მინიმალიზაციისაკენ.

თანამედროვე ლინგვისტიკაში არსებული თვალსაზრისები შემოკლების განსხვავებულ ეტიმოლოგიასა და ინტერპრეტაციას გვთავაზობენ. ი.ვ. არნოლდი ამტკიცებს, რომ ინგლისურ ენაში შემოკლება უკავშირდება ნასესხები სიტყვების ასიმილაციას, რომლის შედეგადაც ნასესხები სიტყვები დაუახლოვდნენ ინგლისურს ამ უკანასკნელისათვის დამახასიათებელი ერთმარცვლოვანების თვალსაზრისით (არნოლდი 1986:176). ზოგი მეცნიერი შემოკლებას მიიჩნევს „მინიმალური ძალისხმევის პრინციპად“ ან „სამეტყველო საშუალების ეკონომიის კანონად“ (ზიფი 1949:117).

კ. ლევკოვსკაია თვლის, რომ აბრევიაციის წარმოშობა განაპირობა:

1. სწრაფად წერის მოთხოვნამ, რომელმაც მისი საზოგადოებრიობის მნიშვნელობის გაზრდა გამოიწვია;

2. წერის დროს საწერი ქაღალდის (სივრცის) ეკონომიამ;

3. შემოკლებული და სიმბოლიზებული ჩაწერა გამოიწვია ისეთი მეცნიერებების განვითარებამ, როგორებიცაა მათემატიკა, ქიმია, ასტრონომია (ლევკოვსკაია 1956:178, 194-195).

დ. ი. ალექსეევი ეწინააღმდეგება აზრს, თითქოს შემოკლება ქაღალდის ან დროის ეკონომიის მიზნით წარმოიშვა. ეკონომია, მისი აზრით, არ არის გადამწყვეტი ფაქტორი ამ პროცესში, თუმცა იგი ერთ-ერთი მიზეზთაგანია.

აბრევიაცია, ავტორის აზრით, ენაში დამკვიდრდა იმიტომ, რომ მან საშუალება მოგვცა გვეხმარა სრულმნიშვნელოვანი სიტყვა იქ, სადაც მანამდე მხოლოდ მისი აღწერა იყო შესაძლებელი (ალექსეევი 1962:8). საინტერესოა ის ფაქტიც, რომ ეს ეხება მხოლოდ შემოკლებული ჩაწერის სისტემას და არა წაკითხვის სისტემას. ამ შემთხვევაში შემოკლების ბოროტად გამოყენებას ენაცვლება სიმბოლოები, პირობითი ნიშნები.

ვ. ბორისოვის თანახმად, შემოკლებად შეიძლება ჩაითვალოს ენაში მიმდინარე ნებისმიერი პროცესი, რომლის შედეგადაც რომელიმე ძირეული ერთეული კარგავს მისი შემადგენელი ნაწილებიდან ერთ კომპონენტს და გადაიქცევა შემოკლებულ ერთეულად (ბორისოვი 1972:155). შემოკლების ეს განსაზღვრება არ გვეჩვენება სრულყოფილად, რადგან იგი არ გვიჩვენებს, თუ რა უნდა ვიგულისხმოთ ძირეულ ერთეულში ან რომელი ნაწილი შეიძლება დაკარგოს მან, რომ გადაიქცეს შემოკლებულ სიტყვად.

შემოკლების და კერძოდ, აბრევიაციის რაობის დადგენა მხოლოდ ამ და სხვა კითხვებზე პასუხის გაცემით შეიძლება. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ შემოკლებული სიტყვის არსებობა ერთმნიშვნელოვნად მიგვანიშნებს მისი უფრო სრული პროტოტიპის არსებობაზე. მათი ურთიერთობა კი შემდგომი კვლევის საგანია. უნდა აღინიშნოს, რომ შემოკლებას არ ექვემდებარება მეტყველების ყველა ნაწილი. მაგალითად, როგორც ჩვენს მიერ გამოკვლეული მასალა გვიჩვენებს, ნაცვალსახელებისაგან, რიცხვითი სახელებისა და შორისდებულებებისაგან ნაწარმოები შემოკლებები თითქმის არ ფიქსირდება. გამონაკლისებს წარმოადგენენ ნაცვალსახელების *you - u* და *your - yor /ur* შემოკლება.

თანამედროვე ინგლისურ ენაში იშვიათია ასევე ზმნების შემოკლება. ისეთი ზმნები, როგორებიცაა *to do, to occur, to tax, to perm, to phone*, მიღებულია არსებითი სახელებისაგან კონვერსიის გზით. რაც შეეხება ზმნებს *to pend, to mend, to lend*, ისინი წარმოიშვნენ სიტყვების შეკვეცით, კერძოდ, აპოკოპიის შედეგად. საინტერესოა ისედაც მოკლე ზმნის - *to be* -ს მოკვეცა ინიციალურ აბრევიატურამდე - *B (b)*, რომლის ხმარებასაც ძირითადად თინეიჯერებში ვხვდებით. გასული საუკუნის 80-90 -იან წლებში ძალზე მცირე რაოდენობით ხდებოდა შემოკლებული ზედსართავების წარმოება, რაც აშკარად არ ითქმის დღევანდელ ზედსართავ სახელებზე, რომელთა უმრავლესობას ვღებულობთ შემოკლებულ სიტყვაზე სუფიქსის დართვით. მათგან ბევრს სასკოლო სლენგის იერი აქვს (დიქსონი 1999:36).

მაგ: dilly < delightful, imposs < impossible, comfy < comfortabe, grumpies < grown-up mature people, sippys < senior independent pioneers, droppies < disillusioned, relatively ordinary professionals preferring independent employment situations

შემოკლებული სიტყვა შეიძლება ძახილის წინადადების ფუნქციასაც ასრულებდეს.

მაგ: shun! < attention!

შემოკლების არსებული ტიპებიდან დღესდღეობით ძირითადად მიგვაჩნია შემდეგი: აბრევიაცია, აკრონიმია, მოკვეცა და შეზრდა. ეს ტიპები იყოფა გრაფიკულ (ანუ ისეთებად, რომლებიც წერის დროს გამოიყენება) და ლექსიკურ ერთეულებად.

როგორც ჯავახიშვილი აღნიშნავს გრაფიკული აბრევიაცია შეიქმნა XX საკუნეში, ლექსიკური აბრევიაცია (ლექსიკური აბრევიაცია პირველად ჰ. პაულიმ, კ. ბრუგმანმა, კ. სუნდენმა და ჰ. კელმანმა გამოიყენეს თავიანთ ნაშრომებში). ისინი, ცხადია, თანაარსებობენ ენის ლექსიკაში. გრაფიკულ აბრევიაციად ითვლება შემოკლება, რომელიც ინფორმაციას გადმოგვცემს ნიშნების (ბგერითი და არაბგერითი) საშუალებით.

მათი პრინციპული სხვადასხვაობის მიუხედავად, შესაძლებელია გრაფიკული შემოკლებებისა და პირობითი ნიშნების (ფორმულების) ერთ ჯგუფში გაერთიანება ერთობლივი მიმოხილვის მიზნით. ყოველივე ეს გვაძლევს საშუალებას, გამოვავლინოთ გრაფიკული შემოკლების სპეციფიკა და მისი პირობით ნიშნებში გადასვლის კანონიერება სიმბოლიზაციის შედეგად სპეციფიკურობის დაკარგვით (ჯავახიშვილი 1979:251).

ლექსიკური შემოკლება ენის ნაწილად უნდა მივიჩნიოთ. ასეთი ტიპის შემოკლების დროს სიტყვაში ნაწილები ისე უნდა შევკვეცოთ, რომ ძირეული სიტყვის ამოცნობა არ გაგვიჭირდეს. არსებობს ლექსიკური შემოკლების სხვადასხვაგვარი კლასიფიკაცია მისი სტრუქტურის მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე. მაგალითად, სინტაქსურს მიეკუთვნება ისეთი შემოკლება, როგორცაა. მაგ:

battleship ← line – of – battle-ship (http://www.abbreviations.com).

მორფოლოგიური შემოკლება იყოფა შემდეგ ტიპებად: ინიციალური შემოკლება ანუ აბრევიაცია. (*WWW - world wide web,*); აკრონიმია (*JIT - Just-in time,*); მოკვეცა (*Govt - government*) და შერეული ტიპის შემოკლება (მოკვეცისა და ინიციალური აბრევიაციის ელემენტების შერწყმით) ანუ შეზრდა (*Narcodollars – narcotics + dollars*). ყოველი ახალი სიტყვა მოკლდება ამ კლასიფიკაციის საფუძველზე (<https://english.stackexchange.com/questions/121629/how-do-you-abbreviate-government>).

ქართულ ენას სხვა ენებთან (რუსული, ინგლისრი, გერმანული და სხვა) შედარებით უფრო ნაკლებად ახასიათებს აბრევიაციის პროცესი, ეს უფრო ართულების თარგმანის პროცესს. მით უმეტეს თუ ეს ეხება საქმიან სფეროს.

მოცემული მასალების განხილვამ დაგვარწმუნა, რომ შემოკლებას, მისი წარმოშობის დასაწყისიდან დღემდე არ შეუცვლია წარმოების ბაზა, განსხვავებულია მხოლოდ განვითარების ესა თუ ის ეტაპი და ფუნქციონირების სფერო.

სიტყვა ნებისმიერი ტიპის შემოკლებაში შეიძლება მონაწილეობდეს, იქნება ის მხოლოდ უბრალო შემოკლება თუ ტექსტის აბრევიატურული კომპონენტი, მაგრამ ყოველი აბრევიაციის მიზანი მხოლოდ სიტყვის შემოკლება როდია.

მაგალითად:

1. ინიციალურ აბრევიაციაში სიტყვა ტექსტის ნომინალური ერთეულია და შემოკლების მიზანია ტექსტში განსაზღვრული მნიშვნელობის მქონე ლექსიკის გრაფიკული დაყოფა. სიტყვის ინიციალურ აბრევიაციაში სტრიქონი არის ხელნაწერის გრაფიკული ერთეული. შემოკლების მიზანია სტრიქონის მოცულობის გაზრდა, რითაც ხდება დროისა და სივრცის თანადროული ეკონომია;

2. წერტილოვან აბრევიაციაში სიტყვა-ფორმა, როგორც ტიპოგრაფიული წერის გრაფიკული ერთეული. შემოკლების მიზანია

ტექსტში განმეორებადი სიტყვების რაციონალური გადაცემა (შესაბამისი კონტექსტის დროს);

3. ლექსიკურ აბრევიაციაში - ნომინაციური სიტყვათშეთანხმება, როგორც ენის ერთეული (ალექსევი 1962:136). შემოკლების მიზანი ხომ დიდი დასახელების მქონე კონტექსტისათვის ერთსიტყვიანი სახელწოდების მორგებაა.

ჯერ კიდევ შუა საუკუნეებში ამოკლებდნენ ადამიანის სახელებსა და გვარებს, ცალკეულ სიტყვებსა თუ წარწერებს. მათ მხოლოდ სიმბოლური დატვირთვა ჰქონდათ და არა ტექსტური. ასეთი ტიპის შემოკლებები ინგლისში ჯერ კიდევ XII-XIII საუკუნეებში გვხვდება. ამ პერიოდის შემდგომ გავრცელებული შემოკლების შემდეგი ტიპია ინიციალური აბრევიაცია. ეს იგივე ინიციალურ-ანტროპონიმული აბრევიაციაა ნივთზე, რომელზედაც დამზადების შემდეგ აწერდნენ, ამოკვეთდნენ და ამოტვიფრავდნენ ხოლმე აბრევიატურებს მათი იდენტიფიკაციის ან საკუთრების აღნიშვნის მიზნით. ინიციალურმა ანტროპონიმმა მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში ჰპოვა განვითარება. სახელების ინიციალები ფართოდ გამოიყენებოდა მარკებზე, მონეტებზე, ფაიფურისა და თიხისაგან დამზადებულ ნაწარმზე ადამიანის სახელების, მეფეებისა თუ მმართველების, ქალაქების აღსანიშნავად. ანტროპონიმების შემოკლებული ჩაწერა XVIII საუკუნის ინგლისში ყველაზე შესამჩნევი მოვლენაა. მანამდე სახელების შემოკლებას მხოლოდ რუსეთში ვხვდებოდით. კრიპტონიმები - ესაა ფსევდონიმები, რომლებიც შექმნილია ინიციალური ან სხვაგვარი შემოკლებით. მაგ:

GBS - *George Bernard Shaw* ([http:// www. todayinliterature. com/stories.asp?Event_Date=11/2/1950](http://www.todayinliterature.com/stories.asp?Event_Date=11/2/1950));

JFK - *John Fitzgerald "Jack" Kennedy* ([https://www. pinterest. Com /pin/ 73253931411065702](https://www.pinterest.com/pin/73253931411065702));

დარგობრივი აბრევიატურებიდან აღსანიშნავია მათემატიკური, ქიმიური და გეოგრაფიული აბრევიატურები. ამ მეცნიერების

განვითარებასთან ერთად ვითარდება შემოკლებები და სიმბოლოები აღნიშნულ სფეროებში. ველა მათემატიკური ნიშანი, სიმბოლო, აბრევიაციასთან დამოკიდების თვალსაზრისით, სამ რიგად იყოფა:

1. არაასობრივი წარმოშობის იდეოგრაფიული ნიშნები და სიმბოლოები;

2. იდეოგრაფიული ნიშნები, რომლებიც ასოებთან და აბრევიატურებთან

ერთად აღმოცენდნენ;

3. აბრევიატურული (ან არააბრევიატურული) წარმოშობის ასობრივი სიმბოლიკა.

არაასობრივ ნიშნებს მიეკუთვნება არაბული ციფრები: 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; პიქტოგრაფიული წარმოშობის რომაული ციფრები: I, V, X;

იდეოგრაფიული წარმოშობის მოქმედების ნიშნები: +, -, ×, ÷ ; გეომეტრიული, ე.წ. იკონური ნიშნები: <, Δ და ა.შ. მიუხედავად ამ სიმბოლოების მცირე რაოდენობისა, ისინი მათემატიკაში მაინც დამკვიდრდნენ.

აბრევიატურული წარმოშობისაა შემდეგი იდეოგრაფიული ნიშნებიც: ° - გრადუსი; % - პროცენტი (სიტყვიდან *cento*); - *integrali* (*S* - სიტყვიდან *summa*); √ - ფესვი (*r* - სიტყვიდან *radix*) (გაბესკირია:1983).

მესამე ჯგუფს თავად ასობრივი ნიშნები შეადგენენ. ისინი მრავალრიცხოვანი, პროდუქტიული და ძირითადად, ლათინური და ბერძნული ასოებია (გაბესკირია :1983).

მაგალითად:

$M = 1000 < mille; C = 100 < centum; log = lg <$

$logarithmos; f(x) < functio; sin < sinus; cos < cos$

$inus; tg < tangens; I < imaginare; lim < limes$

(<http://www.abbreviations.com/M>).

შემოკლების ლექსიკალიზაცია, ისევე როგორც სიტყვაწარმოების სხვა ხერხები, არ არღვევენ ანტონიმias. ენაში შექმნილი ლექსემები, უნდა

აღნიშნოს, უკიდევანოა. ზღვარი აქვს მხოლოდ აქტიურად ფუნქციონირებადი სიტყვების მარაგს. ამ ზღვარს კი ადამიანის მახსოვრობის შესაძლებლობა განსაზღვრავს. როგორც ვიცით, ლექსიკალიზაციის დროს შემოკლებულ ერთეულებს საკუთარი წარმოთქმა უმუშავდებათ, რაც გრაფიკულ აბრევიატურებს არ ახასიათებს. ისინი, ასე ვთქვათ, „იშიფრებიან“ და ძირითადად მხედველობითი აღქმისთვის არსებობენ. მაგალითად:

P.O. იკითხება, როგორც Post Office (<https://www.thefreedictionary.com/Po>).

აბრევიატურულ სიტყვებს კი სპეციფიკური გამოთქმა აქვთ. ლექსიკალიზაციის დროს გრაფიკული შემოკლება წყვეტს „გაშიფვრას“ და იკითხება ასო - ასო (ასოების შემადგენლობის მიხედვით), მაგრამ ყოველი გრაფიკული აბრევიაცია არ “იშიფრება”, რომლის ორი მიზეზია:

1. როდესაც გაშიფვრა არ გვინდა რაიმე საიდუმლოს გამჟღავნების მიზნით;

2. როდესაც გრაფიკული შემოკლება იმდენად ნაცნობი და საყოველთაოა,

რომ ესა თუ ის ავტორი საჭიროდ არ მიიჩნევს მის გაშიფვრას.

თანამედროვე ინიციალური აბრევიატურების უმეტესობა სიტყვის სახით წარმოითქმება ისე, რომ აბრევიატურებისათვის დამახასიათებელ განვითარების ეტაპებს არ გადის. მათ წარმოვთქვამთ, როგორც სიტყვას, მახვილით თუ მის გარეშე (გაბესკირია:1983).

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ აბრევიატურების წარმოთქმის დროს ორგვარი გამოვლინება აქვს:

ა) ისტორიული, როდესაც ენაში გრაფიკული შემოკლებების წარმოება ხდებოდა;

ბ) თანამედროვე, როდესაც აბრევიატურების შემქმნელებმა უკვე იციან, თუ რა სურთ და აწარმოებენ პირდაპირ აბრევიატურულ სიტყვას, კითხულობენ მას ასო -ასო ისე, რომ მომავალში არ დასჭირდეს ხმოვანების შეცვლა თუ დახვეწა.

ფ. გოგიჩაიშვილი თავის ნაწერებში აღნიშნავს, რომ საინტერესო იქნება თვალი გადავავლოთ შემოკლების, კერძოდ XX საუკუნის აბრევიაციის განვითარების ეტაპებს ინგლისურ ენაში, შესაბამისად გამოყოფს აბრევიაციის განვითარების ეტაპებს:

1. 10 – 20 - იანი წლები - მასიური სხვადასხვაობა, მარცვლოვანი აბრევიაცია;

2. 30 - იანი წლები - აბრევიატურული სიტყვაწარმოების შედარებითი სტაბილიზაცია;

3. 40 - იანი წლები - ინიციალური შემოკლების, ინიციალურ-ციფრული აბრევიაციის განვითარება;

4. 50 – 60 - იანი წლები - აბრევიაციის ყველა ტიპის მკვეთრი რეგლამენტაცია და მათი `გრამატიზაცია~, აკრონიმების წარმოშობა;

5. 70 - 80-იანი წლები - `აკრონიმანია~, სხვა ენებიდან აბრევიატურების შემოღება და ენაში დამკვიდრება-გამყარება;

6. 90 - იანი წლებიდან დღემდე - სრული თავისუფლება აბრევიაციის, აკრონიმის, მოკვეცილი და შენაზარდი სიტყვების წარმოების პროცესში. როგორც ვხედავთ, ყოველი ეტაპი განსაკუთრებული თავისებურებებით, სპეციფიკურობით ხასიათდება (გოგიჩაიშვილი:1974).

როგორც ლინგვისტები აღნიშნავენ, შემოკლების ერთ-ერთი ტიპი, აბრევიაცია, კარგად ესადაგება წერით დისკურსს. იგი, ერთი მხრივ, მოკლეა, მეორე მხრივ კი ტექსტში სხვა ფონზე ადვილად გამოიკვეთება (სიმპსონი:1994. ეიტო:2005).

მაგალითად:

ATB < Advanced Technology Bomber;

PR < Public Relations;

DTP < Desktop Publishing;

Ec < European Community;

4WD < Four Wheel Drive;

AOL < America OnLine;

GMLA < Great minds Think Alike;
Four F-er < fat, fortyish, flatulent female patient;
M&A < Mergers and Acquisitions;
PSDR < Public Sector Debt Repayment;
PWA < a Person With Aids;
TTYL < Talk To You Later;
CML < Compute Meaning of Life;
DPMI < Declare Programmer Mentally Incompetent;
GQ < Good Quality da aseve Gentlemen Quarterly;
SLD < Social and Liberal Democrats;
TPA < Tissue Plasmogen Activator;
XST < Experimental Stealth Technology
([http:// www. abbreviations. com/](http://www.abbreviations.com/) CM);

აბრევიატურები - ესაა სიტყვები, რომლებიც წარმოებულნი არიან სიტყვების საწყისი ასოების თანმიმდევრული წყობით. განსაკუთრებით დიდი როდენობით გაჩნდნენ ისინი XX საუკუნის დასაწყისში, ბევრი შეიქმნა I და II მსოფლიო ომის დროსაც. მაგალითად:

BBC - British Broadcasting Corporation;
UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural
Organization (ბორტნიჩუკი 1988:166).

ახალი სიტყვების წარმოების ეს ხერხი დღესაც ძალზე პროდუქტიულია. კ. ბარნჰარტის ლექსიკონში (ბარნჰარტი 1973:23) რეგისტრირებულია ამ ტიპის უამრავი, იმ დროისათვის ახალი ლექსიკური ერთეული, რაც ძირითადად სამეცნიერო - ტექნიკური ტერმინები და საზოგადოებრივი, სახელმწიფო და პოლიტიკური ორგანიზაციების დასახელებებია. ლექსიკონში აღნიშნულია, რომ აბრევიატურები გამოიყენება გაცილებით უფრო ხშირად, ვიდრე მათი სრულმნიშვნელოვანი ეკვივალენტები (ბარნჰარტი 1973:35).

მაგალითად, მეცნიერები უცვლელად ხმარობენ აბრევიატურას

DNA, ნაცვლად მისი სრული დასახელებისა *deoxyribonucleic acid*, ისევე, როგორც *CIA - Central Intelligence Agency*, *FBI - Federal Bureau of Investigation* (<http://www.abbreviations.com>).

ჩვეულებრივ, როდესაც აბრევიატურა პირველად არის გამოყენებული, მას თან ახლავს მისი სრულმნიშვნელოვანი ტერმინი ან დასახელება.

მაგალითად:

eez - exclusive economic zone, *TM - transcendental meditation*

(<http://www.abbreviations.com/EEZ>).

შემდეგ კი ხმარებაში შედის მხოლოდ აბრევიატურა.

აბრევიაციის მნიშვნელობა ადვილი გამოსაცნობია, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ჩვეულებრივ ჩაწერის სისწრაფე ბევრად ჩამორჩება მეტყველების სისწრაფეს; შემოკლებული ჩაწერის დროს კი უფრო შესაძლებელია ტექსტის ძირითადი შინაარსის სწრაფად ფიქსირება (გონაძე, ძაგნიძე 1981:9).

არსებობს აბრევიატურების შემდეგი ტიპები:

ა) ასობრივი (რომელიც იკითხება ანბანური წესით),

მაგ: *MP - member of parliament*;

ICC - International Criminal Court;

ბ) ბგერითი (იკითხება, როგორც ჩვეულებრივი ინგლისური სიტყვა),

მაგ: *R a n d - Research and Development*

(<http://www.abbreviations.com/M%20P>).

გ) ამას გარდა, გამოიყოფა ინიციალურ-მარცვლოვანი შემოკლება, რომელიც, როგორც დასახელებაში ჩანს, შეიცავს ინიციალური და მარცვლოვანი შემოკლების ნიშნებს (პირველი კომპონენტი /ასო ანბანური წესით იკითხება, დანარჩენი კი - როგორც ცალკეული სიტყვა).

მაგ: *Nylon - New York + London*;

V - Day - Victory day.

საინტერესოა, თუ როგორი ერთეულები წარმოიქმნება აბრევიაციის დროს? ცხადია ისეთები, რომლებიც სტრუქტურულად განსხვავდებიან ძირეული ერთეულებისაგან. გამოყოფენ აბრევიაციის სამ ხერხს:

1. მორფემული აბრევიაცია.

Ddc - dideoxycytidine;

thnx - thanks;

Ltd - limited;

2. ინიციალური აბრევიაცია

E - Ecstasy;

Q - quarter desk;

PR - Public Relations;

3. კომბინირებული აბრევიაცია

*MDMA - Methylenedio - xymetha -
phetamine;*

Univac - Universal automatic computer;

INMARSAT - International MARitime SATellite;

Interpol - International Criminal Police Organization (<http://www.abbreviations.com/I%20N%20M%20A%20R%20S%20A%20T>).

მორფემული აბრევიაციის შედეგად ვლენულობთ სიტყვის ნაწილებს ან ე.წ. „ნატეხებს“. მორფემული აბრევიაცია ძირითადად რთული სიტყვების შემოკლების დროს გამოიყენება, რომლის დროსაც სიტყვების ამოსაცნობად, რამდენიმე ძირეულ მორფემას ვტოვებთ. ინიციალური აბრევიაციის დროს სრული ფორმის ამოსაცნობი ელემენტი არ რჩება, რადგანაც თავდაპირველი სიტყვა მაქსიმალურად არის შეკვეცილი და სახეშეცვლილი.

კომბინირებული აბრევიაცია ძალიან ჰგავს მორფემულს, მაგრამ აქ სიტყვების ამოსაცნობად უფრო მეტი რაოდენობის მორფემაა დატოვებული. ჩვენს მიერ ჩატარებული ანალიზის შედეგად დადგინდა, რომ აბრევიატურების არსებული ტიპებიდან ჭარბობს ინიციალური აბრევიატურები.

მაგალითად:

AGM < Annual General Meeting

N/A – Not Applicable

PPP – Power Point presentation

pto - please turn over

CEO - Chief Executive Officer (<http://www.abbreviations.com/> /I% 20N% 20M% 20A% 20R%20S%20A%20T).

საერთოდ, მორფემული და კომბინირებული აბრევიატურები უფრო მეტად იხმარება სასაუბრო ენაში, ხოლო ინიციალური - სამეცნიერო ლიტერატურაში, თუმცა, მათი ხმარების სფეროები მკვეთრად გამიჯნული არაა. შეგვიძლია, ინიციალური აბრევიაცია სასაუბრო ენაშიც გამოვიყენოთ და პირიქით (ბორისოვი 1972:137).

აბრევიატურები ძირითადად შედგებიან სიტყვის საწყისი და ბოლო ასოებისაგან, მაგრამ შეიძლება ამ პროცესში ჩართული იყოს სიტყვის შუა ნაწილიც. იმის მიხედვით, თუ სიტყვის რომელი ნაწილი იკვეცება და რომელი რჩება, გამოყოფენ აბრევიაციის შემდეგ ტიპებს:

1. ერთსიტყვიანი ტერმინის საწყისი ასო:

N - nuclear;

H - heroin;

2. რამდენიმე სიტყვისაგან შემდგარი ტერმინის საწყისი ასოები:

ATV - all

terrain vehicle, TNTL - Trying not to laugh;

3. რთულ სიტყვიანი ტერმინის ელემენტების საწყისი ასოები:

Bldg - building;

4. ტერმინის პირველი ნაწილი:

schem - schematic;

5. რამდენიმესიტყვიანი ტერმინის ელემენტების საწყისი ნაწილები:

raddef - radiological defense;

6. ხმოვნებისა და ზოგიერთი თანხმოვნის გამოტოვება:

witz - winterize;

gdmrning - goodmorning (;

7. ასოს გამოყენება ჩვეულებრივი პრეფიქსის ან სიტყვის პირველი ნაწილის მაგივრად:

xmas - Christmas;

8. ტერმინის საწყისი და ბოლო ნაწილები:

avn - aviation ([http://www.abbreviations.com/I% 20N% 20M% 20A% 20R% 20S% 20A%20T](http://www.abbreviations.com/I%20N%20M%20A%20R%20S%20A%20T));

აბრევიაციის ასეთი განმარტება აერთიანებს იმ მოვლენებს, რომლებსაც სხვა ლინგვისტები ერთმანეთისაგან მიჯნავენ და საშუალებას გვაძლევს შევიმუშავოთ აბრევიატურების სრული კლასიფიკაცია, რომელიც ითვალისწინებს თავდაპირველი ლექსიკური ერთეულის „კვალს“ წარმოქმნილ შემოკლებულ სიტყვაში, აბრევიატურებისა და ამოსავალი სიტყვის ურთიერთობასა და ა.შ.

ზ.ა. ხარიტონჩიკმა თავის ნაშრომში ჩამოყალიბა შემდეგი პარამეტრები, რომლებსაც ყველაზე დიდი წვლილი მიუძღვით შემოკლებული ერთეულის სემანტიკის გაფორმებაში. ეს პარამეტრებია:

1. ამოსავალი ერთეულის ტიპი (სიტყვა, შესიტყვება, სიტყვათა ჯგუფი); ამოსავალ ერთეულში შემადგენელ ელემენტთა რაოდენობა, მათი თანმიმდევრობა და შესაბამისობა სინტაქსურ ნორმებთან;

2. მიღებული აბრევიატურული ნიშნის ტიპი (ინიციალი; მარცვალი; სიტყვა; მიღებულ შემოკლებულ ერთეულში შენარჩუნებულ კომპონენტთა რაოდენობა და მათი შეფარდება ამოსავალ შესიტყვებაში შემავალი სრულმნიშვნელოვანი სიტყვების რაოდენობასთან);

3. ადგილი, რომელიც აბრევიატურების კომპონენტებს უჭირავთ ძირეულ ერთეულში - საწყისი, ბოლო, შუა; საწყისი და ბოლო;

4. აბრევიატურების ფონეტიკური და გრაფიკული გაფორმების თავისებურებები;

5. აბრევიატურების შემადგენლობაში ისეთი ელემენტების არსებობა, რომლებიც არ შეინიშნებიან ძირეულ სიტყვაში ან შესიტყვებაში (მაგალითად, რომელიმე აფიქსი);

6. რთულ აბრევიატურებში სიტყვათა ფრაგმენტების შეერთების ხერხი - მირთვა, სიტყვათა ნაწილების ჩაშენება (ხარიტონჩიკი 1992:191,199).

ა.ნ. ელდიშევის მიერ გამოყოფილი შემდეგი პარამეტრები დაედო საფუძვლად შემოკლების სტრუქტურულ კლასიფიკაციას, რომელშიც მეცნიერი სამ ძირითად სტრუქტურულ ტიპს გამოყოფს:

1. რთულმარცვლოვანი შემოკლება, რომლის შემადგენლობაში შედიან არა მხოლოდ სიტყვების რედუცირებული ნაწილები (ბგერის დასუსტება ან მისი სრული დაკარგვა) არანაკლებ ორფონემიანი მარცვლისა, არამედ სრულმნიშვნელოვანი სიტყვებიც;

2. მარცვლოვანი შემოკლება, რომლის შემადგენლობაში შედის ერთი სიტყვის ნაწილი ან ნაწილები, ხაზოვანი მიზიდულობის არაუმცირეს ორფონემიანი მარცვლისა;

3. ინიციალური შემოკლება, რომლის შემადგენლობაში აუცილებლად შედიან სიტყვის ან შემოკლებული შესიტყვების საწყისი ასოები, ბგერები (ინიციალები) (ელდიშევი 1985:16-18).

ზ.ა. ხარიტონჩიკმა და ა.ნ. ელდიშევმა შემოკლების ახალი კლასიფიკაცია ჩამოაყალიბეს, სადაც შემოკლების ყველა ტიპი გაერთიანებულია ერთ მთლიან სისტემაში. დღესდღეობით უფრო გავრცელებულია შემოკლების ტრადიციული კლასიფიკაცია აბრევიატურებად, აკრონიმებად და ა.შ., როგორც ი.ვ. არნოლდმა, რ.ს. გინზბურგმა და ვ. ზაბოტკინამ შემოგვთავაზეს.

აბრევიაცია ბევრ პრობლემას ქმნის სიტყვაწარმოების პროცესის კვლევის დროს. ბორისოვი იზიარებს დ.ი. ალექსეევის აზრს იმის შესახებ, რომ, სიტყვაწარმოების აბრევიატურული ხერხი არის ყველაზე სუბიექტური მათ შორის, რაც კი ენაში შეიძლება არსებობდეს. ამას თან ერთვის აბრევიაციის თანამდევნი ბევრი თავისებურება: შეცდომები, მრავალმნიშვნელოვნება და

შემთხვევითობა, სუსტი ნაციონალური ფონი, რეგლამენტაცია და ა.შ (ბორისოვი 1972:72-73).

თანამედროვე ლინგვისტურ ლიტერატურაში არც თუ იშვიათად ჩნდება აზრი იმის თაობაზე, რომ აბრევიატურა სიტყვის არამუდმივი და არამყარი კატეგორიაა. თუ ეს ასეა, მაშინ რატომ იქმნება აბრევიატურები, თუ ისინი არამდგრადი და ეფემერულია? როგორც ვხედავთ, ფაქტები სხვა რამეს ამტკიცებენ: სიტყვების ხმარებიდან გამოსვლა და არქაიზმებად ქცევა რთული პროცესია, მაგრამ აღსანიშნავია, რომ ამ საშიშროების წინაშე მხოლოდ აბრევიატურები კი არა, ჩვეულებრივი სიტყვებიც დგანან. არქაიზაციის მიზეზი ყველა სიტყვისთვის ერთია. ამ მოვლენას ძირითადად ენობრივ ფაქტორებს მიაწერენ, გარკვეული რეალიების ამოვარდნას, ხოლო თუ ეს რეალიები ენაში ნარჩუნდებიან, მათი აბრევიატურული თუ არააბრევიატურული დასახელებებიც თანაარსებობენ. რაც შეეხება აბრევიატურების ე.წ. `სიცოცხლის ასაკს,` ენაში დაახლოებით, საშუალოდ 50-60 წელია, რაც ძირითადად დამოკიდებულია თავად სიტყვების სტრუქტურაზე (ალექსეევი 1962:175).

აბრევიაცია მისაღებია როგორც სასაუბრო ენის, ასევე ჟურნალ-გაზეთების ენისთვისაც. საქმე იქამდეც კი მიდის, რომ აბრევიაციას წერილობით და ზეპირ ტექსტში უფრო ხშირად მიმართავენ, ვიდრე ტერმინებს სრული ფორმებით. მაგალითად, ჩვენთვის უფრო მისაღებია *MTV*, ვიდრე *Music Television*. ამ უკანასკნელის გაგონებისას მსმენელი შეიძლება ვერც კი მიხვდეს რაზეა საუბარი, მაშინ, როდესაც *MTV*-ს ხსენება ეჭვს არ ტოვებს, რომ მთქმელს მხედველობაში აქვს ტელევიზიის პოპულარული არხი (<http://www.abbreviations.com/MTV>).

ასევე გავრცელებულია იმ აბრევიატურების გამოყენების მაღალი მოთხოვნილება, რომლებიც სრულმნიშვნელოვანი ტერმინების ნაცვლად არიან გამოყენებულნი, დასახელების შერქმევის დროს საჭიროებს სიფრთხილეს იმისათვის, რომ თავიდან იქნეს აცილებული გაუგებრობა ან გაურკვეველობა. მაგალითად, იმის გამო, რომ აბრევიატურა *FBI* < *Federal Bureau of Inv*

e s t i g a t i o n (გამოძიების ფედერალური ბიურო) ემთხვეოდა სხვა დასახელების მქონე იგივე აბრევიატურას *FBI < the Federation of British Industry* (ბრიტანული ინდუსტრიის ფედერაცია), ეს უკანასკნელი იძულებული გახდა დასახელება შეეცვალა და გადაკეთდა კონფედერაციად - *CBI < the Confederation of British Industry* (<http://www.abbreviations.com/MTV>).

30-40 -იან წლებში აბრევიატურებს აღიქვამდნენ ენის ლექსიკური ერთეულის ნაწილად და მათი ინგლისური ენიდან განდევნის პროცესიც კი დაიწყო. ეს განაპირობა აბრევიაციის ჯეროვნად შეუფასებლობამ. მაგალითად: ცნობილია, რომ შემოკლების (გრაფიკულისა და ლექსიკურის) ორთოგრაფია არ იყო შემუშავებული. ამის გამო, პრესასა თუ ლინგვისტურ ლიტერატურაში დღესაც კი იბეჭდება რეკომენდაციები და პროგნოზები შემოკლებული სიტყვების მართლწერისა და წარმოთქმის შესახებ.

საყურადღებოა ისიც, რომ აბრევიატურების შემოკლებული ჩაწერის დროს სასვენი ნიშნებს თითქმის აღარ ხმარობენ, რისი დაფიქსირებაც ჩვენს ხელთ არსებულ ლექსიკონებშიც არ გაგვჭირვებია (http://www.nplg.gov.ge/civil/statiebi/wignebi/qartul_enis_marTlwera/qartul_enis_marTlwera_tavi-13.htm).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, აბრევიაცია ნაკლებად არის დამახასიათებელი ქართული ენისათვის, სწორედ ამიტომ აბრევიატურების თარგმნა განსაკუთრებულ პრობლემას წარმოადგენს ინგლისური ენიდან ქართულ ენაზე თარგმნის პროცესში, კერძოდ კი ხშირია აბრევიატურების გამოყენება მასობრივი კომუნიკაციასა და კერძოდ საქმიან ქალაქებში.

რაც შეეხება საპირისპირო მიმართების თარგმანს (ქართული ენიდან ინგლისურზე) - ქართული აბრევიატურები იმდენად უცნობია უცხო კულტურული სივრცისთვის, რომ ძირითადად აბრევიატურა იკარგება თარგმანში. მაგ:

თსუ სტუდენტები გამოგონებას დუბაიში წარადგენენ

Georgian Students at DP (Dubai Port World) Worlds Dubai

Mall Exhibition (<http://online.tsu.edu.ge/ge/science/10664/?p=3>).

ამ შემთხვევაში გამოიყენება ლექსიკური ტრანსფორმაცია - გენერალიზაცია. *ოსუ* - ს ნაცვლად - *Georgia* და ა.შ.

ქართულ ენაში არსებობს რიგი შემთხვევები, როცა აბრევიატურა გადმოტანილია შინაარსობრივად. მაგ:

ა) *A LITTLE ABOUT THE NEW DEPUTY CEOs*

აბრევიატურა *CEOs* ქართული შესატყვისი არ მოეძებნება, და მთარგმნელს შემდეგნაირად აქვს გადმოტანილი

ცოტა რამ ახალ ვიცეპრეზიდენტებზე.

CEO - Chief Executive Officer (ნომერი 2014/4/5 closer:14).

ბ) *PUM units up to 300 specialists, experts managers, entrepreneurs, and consultants from various fields, who have been supporting the development of entrepreneurship in different countries, including Georgia.*

PUM - სხვადასხვა დარგის სამასამდე სპეციალისტს, ექსპერტს, მენეჯერს, მეწარმეს და კონსულტანტს აერთიანებს, რომელთაც უკვე 30 წელზე მეტია ხელს უწყობს მეწარმეობის განვითარებას სხვადასხვა ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოშიც (CLOSER:2014/4/5).

მოცემული აბრევიატურა მთარგმნელს პირდაპირ აქვს გადმოტანილი მისი ორიგინალური ფორმით. აღნიშნული ტერმინი გადმოცემული ინფორმაცია იმპლიციტია და საჭიროებს ახსნასა და განმარტებას.

ახუ *PUM - Programma Uitzending Manager*. ქართულში შეესაბამება შემდეგი ახსნა - მენეჯერის მართვის პროგრამა, რომელიც ნიდერლანდების მთავრობის მიერ დაფინანსებული პროექტია, რომელიც მეწარმეებისათვის

ტექნიკურ და საკონსულტაციო დახმარებას უზრუნველყოფს
(<http://www.abbreviations.com>) .

ზოგჯერ მედია-ტექსტები საკმაოდ გაჟღენთილია უცხოური
აბრევიატურებით. მაგალითად:

Within the Georgian energy efficiency program (GEEP) the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) has allocated a total of 35 million US dollars as aid for the Georgian population to provide maximum benefits for consumers investing in energy-efficient machinery ,saving money and energy. Another international supporter of the project was BP(British Petroleum), which together with its partners allocated 1 million US dollars as an energy credit line in the oil and gas sector (closer: 2014/4/5:68).

საქართველოში ენერგოეფექტურობის განვითარების პროგრამის ფარგლებში, ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკმა საქართველოს მოსახლეობის დასახმარებლად ჯამურად 35 მილიონი აშშ დოლარის საკრედიტო ხაზი გამოყო, რათა მომხმარებელს ენერგოეფექტურ მოწყობილობებში ინვესტიციების განხორციელებით მაქსიმალური სარგებელი მიეღოთ, დაეზოგათ თანხები და ენერგია. პროექტის კიდევ ერთი საერთაშორისო მხარდამჭერი იყო BP, რომელმაც ნავთობისა და გაზის სფეროში თავის პარტნიორებთან ერთად ენერგოეფექტური კრედიტების სუბსიდირებისთვის 1 მილიონი ამერიკული დოლარი გამოყო.

სტატიაში მოცემული აბრევიატურები მთარგმნელმა შემდეგნაირად
გადმოსცა:

1. *GEEP - Georgian Energy Efficiency Program- საქართველოს
ენერგოეფექტურობის განვითარების პროგრამა*

2. EBRD - European Bank for Reconstruction and development-ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი.

3. 35 US dollars - United States - 35 მილიონი აშშ დოლარი.

4. BP- British Petroleum- ბრიტანეთის ნავთობისა და გაზის სფერო.

"Ice Bucket Challenge" is the name of a charity campaign which was launched by the ALS association in the U.S and which brought the whole world together under one idea (ნომერი 2014/4/5 closer:70).

"Ice Bucket Challenge" ასე ქვია საქველმოქმედო აქციას, რომელიც ALS ასოციაციამ ცოტა ხნის წინ, ამერიკის სეერთეზულ შტატებში დაიწყო და მთელი მსოფლიო ერთი იდეის გარშემო გააერთიანა.

ALS – Amyotrophic Lateral Sclerosis - ამიოტროფიული ლატერალური სკლეროზი.

დასკვნის სახით შეიძლება ვთქვათ, რომ არსებობს აბრევიატურები, რომლებიც არ საჭიროებს ახსნას. საკმაოდ იშვიათია შემთხვევები, როდესაც უცხოენოვანი აბრევიატურა იმდენად გავრცელებულია, რომ გადმოდის ქართულ ენაში შესაბამისი ფონეტიკური ფორმით, მაგალითად:

1) NATO North Atlantic Treaty Organization - ნატო ;

2) FBI - Federal Bureau of Investigation;

3)NGO - Non Governmental Organization (<http://www.abbreviations.com>);

არსებობს აბრევიატურის სახეები, რომლებიც თარგმნისას არ საჭიროებს ახსნას.

მაგალითად:

1) 6 Reasons Why You Should Watch Artarea TV.

6 მიზეზი, თუ რატომ უნდა უყუროთ არტარეა TV- ს (closer 2014/4/5:28).

მთარგმნელს *TV* გადმოტანილი აქვს იგივე მნიშვნელობით *TV* (TV –Television).

(<http://www.abbreviations.com>).

2) *SMS service for legal entities - სმს სერვისი იურიდიული პირებისათვის. (Sms- short message service).*

3) *სალამოს მასპინძელი თიბისი ბანკის ვიპ სამსახური იყო.*

THE HOST OF THE EVENING WAS TBC BANK VIP SERVICE

VIP - a very important person, ვიპ - ძალიან მნიშვნელოვანი ადამიანი.

(closer 1/1:58)

4) *Ana Gedenidze. 30 years old, HR Manager*

ანა გედენიძე , 30 წლის , HR მენეჯერი.

HR - აბრევიატურაა, რომელიც შემოდის ქართულ სივრცეში და შესაბამისად მთარგმნელმა არ ჩათვალა საჭიროდ მისი ახსნა-განმარტება.

HR- HUMAN RESOURCES (<http://www.abbreviations.com>).

5) *U.F.O-ს ბოლო გამოშვების სტუმარი ქართველი რეჟისორი და მხატვარი სალომე მაჩაიძეა, რომელიც გადაცემის ავტორმა , გიორგი მასურაძემ მინი ფილმის გმირად აქცია.*

The guest of the latest edition of U.F.O . was Georgian film director and painter, Salome Machaidze. George Maisuradze portrayed her as a hero of mini film.

მოცემულ მაგალითში აბრევიატურა *U.E.O*, რომელიც მთარგმნელს გადმოტანილი აქვს პირდაპირ და არ აქვს ახსნილი, იმპლიციტური

ინფორმაციას შეიცავს. ეს არის ბრიტანული ტელევიზიის ერთ ერთი პროგრამა, რომელიც გადმოსცემს მნიშვნელოვან ისტორიულსა და მეცნიერულ მოვლენებს. მისი განმარტება კი შემდეგში მდგომარეობს:

U.F.O- Unidentified Flying Object - გამოუცნობი მფრინავი საგანი

(closer :2015/2/7.29)

მოყვანილმა და გაანალიზებულმა მაგალითებმა გვაძლევს უფლებას გამოვეყოთ აბრევიატურების 3 ტიპი:

1. აბრევიატურა რომელიც არ საჭიროებს ახსნას

მაგალითად:

NATO - North Atlantic Treaty Organization;

NGO - Non Governmental Organization;

FBI - Federal Bureau of Investigation;

CNN - Cable News Network;

BBC - British Broadcasting Corporation და სხვა);

2. ნაკლებად ნაცნობი, რომელიც თარგმანის პროცესში მთარგმნელის გადასაწყვეტია თარგმნოს თუ არა.

მაგალითად:

HR - Human Resources;

ltd – Limited;

ALS - Advanced Life Support, და სხვა;

3. ნაკლებად ცნობილი, რომელიც ქმნის პრობლემას თარგმნის დროს და საჭიროებს ახსნას, განსაკუთრებით კი ზეპირ თარგმანში.

მაგალითად:

PUM - Programma Uitzending Managers;

FTSE - Full Time Student Equivalent;

AZ- Arizona და სხვა.

მთარგმნელმა თარგმნისას უნდა გაითვალისწინოს აუდიტორია ვისთვისაც თარგმნის, შესაბამისად მას უნდა ქონდეს ინფორმაცია აღნიშნულ მასალასთან დაკავშირებით, რადგან მოახდინოს იმპლიციტური ინფორმაციის ექსპლიციტირება.

ამგვარად, შეიძლება დავასკვნად, რომ აბრევიატურები ფონური ინფორმაციის იმპლიციტურ ხერხს წარმოადგენენ და ხშირად გამოიყენება ინგლისურ და რუსულ ენებში, ქართული ენისათვის ისინი ნაკლებად დამახასიათებელია, ამიტომ თარგმნისას უფრო ხშირად გხვდება შემთხვევები, როდესაც წყარო ენის (ამ შემთხვევაში - ინგლისური) აბრევიატურა გადმოიცემა სამიზნე ენაში (ჩვენ შემთხვევაში - ქართულ ენაში) სრული ნომინაციით.

3.3. მედიატექსტების სათაურის თარგმნის პრობლემები

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მთარგმნელობითი ეკვივალენტობის მიღწევა მთარგმნელისაგან მოითხოვს ე.წ. მთარგმნელობითი ტრანსფორმაციების განხორციელებას, რომლის მიზანია ნათარგმნი ტექსტი სრულად გადმოსცემდეს ამოსავალ ტექსტში მოცემულ ინფორმაციას. მთარგმნელი უნდა ცდილობდეს ორიგინალის თავისებურების შენარჩუნებას სათარგმნის ნორმების მკაცრი დაცვით. ამასთან, არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ის, რაც მისაღები და დამახასიათებელია ერთი ენისათვის, შეიძლება მიუღებელი აღმოჩნდეს მეორე ენისათვის. სათაური ტექსტის ძლიერ ნიშნებს მიეკუთვნება და გამოხატავს ამ ტექსტის მთავარ იდეას და აზრს, ხშირ შემთხვევაში სათაური წარმოგვიდგება როგორც ტექსტის შეკუმშული ვარიანტი. ვინაიდან პატარა მოცულობის სათაურში ძალიან ღრმა შინაარსია ჩაქსოვილი, მასში შემავალი ენობრივი ერთეულებს განსაკუთრებული დატვირთვა გააჩნია, რაც სიძნელეებს ქმნის თარგმნის პროცესში. მითუმეტეს, თუ გავითვალისწინებთ, რომ პუბლიცისტურ ტექსტებში ინფორმაციული ფუნქციის გარდა მკვეთრად იზრდება სათაურის ზემოქმედებითი ფუნქცია და პოტენციალური მკითხველების მოზიდვის ფუნქცია. თარგმნის ხარისხი ფასდება ორგვარად: ერთი მხრივ, თარგმანი – როგორც ავტონომიური ტექსტი და, მეორე მხრივ, მისი ურთიერთობა ორიგინალთან, რასაც, როგორც წესი, “ორიგინალისადმი ერთგულებას” უწოდებენ. თარგმნის დროს მნიშვნელოვანია გათვალისწინებული იქნეს ტექსტის სტატუსი ამოსავალ კულტურაში და მისი გავლენა თარგმნის პროცესზე (კონსტიტუციისა და ლიტერატურული ნაწარმოების თარგმნისას, მთარგმნელი ერთნაირ სტრატეგიას ვერ გამოიყენებს). იმ ფაქტორებს შორის, რომლებიც გავლენას ახდენენ სათაურის თარგმანზე, გ. მომპარი გამოყოფს მოვლენისა და კითხვის მომენტებს, კომუნიკაციის საშუალებას (ჟურნალი, გაზეთი), მედიის ორიენტაციას (იდეოლოგიური და პოლიტიკური პრინციპები), ჟურნალისტურ და კულტურულ ტრადიციებს, ჟურნალისტურ ჟანრსა და რუბრიკას. სათაურების თარგმნისას აუცილებელი ხდება ლექსიკურ - გრამატიკული და

სტილისტური ტრანსფორმაციების განხორციელება. საგაზეთო სტატიები, რომელთა მიზანია ინფორმირება, ახსნა და მკითხველის დარწმუნება, იქნება ეს თარგმანი თუ ორიგინალი, გასაგები უნდა იყოს, უნდა იცავდეს შესაბამისი რეგისტრის ლინგვისტურ ნორმებს, რაც, თავისთავად, დამატებითი სიტყვების გამოყენებასა და გრამატიკული სტრუქტურის ცვლილებას გულისხმობს, რომ ის აზრი, რომელიც მოკლედ არის ჩამოყალიბებული ფრანგულ ენაზე, სრულყოფილად იქნას გადმოცემული ქართულში და, პირიქით. კ. ნორდი აღნიშნავდა, რომ სათაურების თარგმნის პირველ ეტაპზე აუცილებელია მოხდეს თარგმანის სკოპოსის, ანუ მიზნის ანალიზი). ორიგინალის ტექსტის სათაურები იშვიათად ითარგმნება სიტყვასიტყვით. როგორც წესი, მთარგმნელის არჩევანს განაპირობებს ის კომუნიკაციური რეალობა, რომელშიც ტექსტი უნდა ითარგმნოს (ჟილი 2005:55).

თარგმანში უამრავი სირთულე არსებობს, რომელთა გადაწყვეტა, ზოგიერთ შემთხვევაში, მთარგმნელისგან მოითხოვს შემოქმედებით სვლას. ეს პრობლემები არსებობს როგორც ლექსიკურ დონეზე, ასევე სინტაქსურ პლანში. იქიდან გამომდინარე, რომ ლექსიკურ დონეზე არჩევანი ხშირად სუბიექტურია, ლექსიკა წარმოადგენს კრეატიულობის განსაკუთრებულ სფეროს (ბრეუსი 2003:97).

ორიგინალის ტექსტის აზრის გადმოსაცემად ლექსიკური ერთეულების სწორად შერჩევა, თარგმანის ერთ-ერთ ყველაზე რთულ პრობლემას წარმოადგენს. ამ ამოცანის სირთულე განპირობებულია სიტყვის კომპლექსური ბუნებით, მისი მრავალმხრივობითა და სემანტიკური სიმდიდრით. სიტყვა, როგორც ლექსიკური ერთეული, ორ ენაში ყოველთვის არ ემთხვევა ერთმანეთს. მთარგმნელის ამოცანაა ამოსავალი ტექსტის ადექვატური თარგმანის განსახორციელება, თარგმანი ადექვატურად უნდა გადმოსცემდეს ინფორმაციას, ჰქონდეს იგივე სტილისტური შეფერილობა და იგივე ეფექტი მოახდინოს მკითხველზე.

მაგალითად:

KOLGA TBILISI PHOTO

Alexander Kotorashvili's personal exhibition

ქოლგა თბილისი ფოტო - ალექსანდრე კოტორაშვილის პერსონალური გამოფენა.

„ქოლგა თბილისი ფოტოს“ ფარგლებში თიბისი გალერეაში ცნობილი ფოტოგრაფის, ქართული სპორტის მემკვიდრის - ალექსანდრე კოტორაშვილის ფოტოექსპოზიცია, სახელწოდებით „ქართული სპორტის ისტორია 1963-2003“ მოეწყო (closer 2/7: 65).

ამდენად, ქვეტექსტი იმპლიციტური „დამატებაა“ ენობრივი მნიშვნელობისა. ეს არა მარტო დამატებითი ინფორმაციაა კომუნიკაციური აქტის შესახებ, რის შედეგადაც თავად შეტყობინება წარმოიშვა. პირველ რიგში, ეს არის დამატებითი ინფორმაცია ადრესანტის მიერ მიღებული სოციალური როლის შესახებ, რომელიც მან ადრესატისაგან მიიღო, ადრესანტის სტატუსის შესახებ და აგრეთვე სიტუაციური ჩარჩოს დანარჩენი პარამეტრების შესახებ, რომელიც სრულად უცნობი ან ნაკლებად ნაცნობია ადრესატის მიერ (უფრო ზუსტად, როგორ აფასებს ადრესანტი ამ პარამეტრებს).

კომუნიკაციური ქვეტექსტის საფუძველს, როგორც უკვე განვიხილეთ, მეტყველების ჟანრობრივი და სიტუაციური ნორმები ქმნიან. ქვეტექსტი, ანუ იმპლიკაცია ურთიერთობისას საუბრის ქვაკუთხედიანია. აქედან გამომდინარე, კონვერსაციული ანუ საუბრის იმპლიკაციის ცნება პრაგმატიკის უმთავრესი და უმნიშვნელოვანესი საკითხია.

მაშასადამე, სათაური ტექსტის ძლიერ ნიშანს მიეკუთვნება და გამოხატავს ამ ტექსტის მთავარ იდეას და აზრს, ხშირ შემთხვევაში სათაური წარმოგვიდგება როგორც ტექსტის შეკუმშული ვარიანტი. ვინაიდან პატარა მოცულობის სათაურში ძალიან ღრმა შინაარსია ჩაქსოვილი, მასში შემავალი ენობრივი ერთეულებს განსაკუთრებული დატვირთვა გააჩნია, რაც სიძნელეებს ქმნის თარგმნის პროცესში. მითუმეტეს, თუ გავითვალისწინებთ,

რომ პუბლიცისტურ ტექსტებში ინფორმაციული ფუნქციის გარდა მკვეთრად იზრდება სათაურის ზემოქმედებით ფუნქცია და პოტენციალური მკითხველების მოზიდვის ფუნქცია.

საგაზეთო სათაურების თარგმნის პრობლემა ნაკლებად არის შესწავლილი ქართულ პუბლიცისტკაში, არადა, სწორედ სათაური წარმოადგენს იმ ელემენტს, რომელიც თავდაპირველად იქცევს მკითხველის ყურადღებას, რომელიც აერთიანებს ინფორმირებისა და ზემოქმედების ფუნქციას და მთარგმნელისაგან აზრის ნათლად გამოხატვას მოითხოვს.

ემპირიული მასალის ანალიზის შედეგად ჩვენ დავადგინეთ, რომ იმპლიციტური და ექსპლიციტური ინფორმაციის თანაფარდობა, რომელიც დიდ წილად დამოკიდებულია წყარო ენისა და სამიზნე ენის მატარებლების ფონური მარაგის სიახლოვეზე, იცვლება თარგმნის პროცესში შემდეგნაირად:

1. წყარო ენაში იმპლიციტურად მოცემული ინფორმაცია თარგმნისას რჩება იმპლიციტად (21%). მაგ:

ა) Victory Day - 9 May;

ბ) 9 მაისი- ფაშიზმზე გამარჯვების დღე (1945);

გ) ლეგენდა “ამირანზე”;

დ) ბერიკაობა (<http://www.ick.ge/rubrics/society/18111-i.html>).

2. იმპლიციტი გარდაიქმნება ექსპლიციტად (ეს შემთხვევები ნათარგმნი მაგალითების 74 % წარმოადგენენ). მაგ:

ა) *Oni Muzeum Holds the Largest Collection of Unique bucklets*

უნიკალური ბალთების ყველაზე დიდ კოლექციას ონის მუზეუმი ფლობს.

ბ) *შემდეგ სეზონზე მუცოში ტურიზმი უკვე უსაფრთხო იქნება*

Mutso will already be safe for Tourism next year.

მუცო დუშეთის რაინში მდინარე არდოტის მარჯვენა ნაპირზე, შატლიდან 12 კმ-ში მდებარეობს. ციხე-ქალაქი, რომელიც გვიანი შუა საუკუნეებით თარიღდება უძველესია.. იგი შედგება 25 ციხე-სახლისა და 5 საბრძოლო კოშკისაგა.

გ) *ექსპერტები ქართველ ბიზნესმენებს სასარგებლო რჩევებს აძლევენ.*

Experts Provide Useful Advice for Businessmen.

წელს თიბისი ბანკმა თავის მსესხებელ კლიენტებს PUM-ის კონკურსში მონაწილეობის მისაღებად განსაკუთრებული პირობები შესთავაზა - დაეხმარა მათ განცხადების კვალიფიციურად მომზადებასა და ტექნიკური მხარდაჭერის აუცილებლობის დასაბუთებაში (closer. 2014:4/5).

დ) არ დაგავიწყდეთ „21 დღის“ პრინციპი! ივარჯიშეთ შემოსავლის სწორად განაწილებაში!

Remember the Principle of 21 days! Train in Managing your Income.

თიბისი ბანკის გენერალური დირექტორი აღნიშნულ სტატიაში რჩევას აძლევს მომხმარებელს და აღნიშნავს, რომ უნდა დავახარისხოთ ხარჯები დანიშნულების მიხედვით და მოვათავსოთ სხვადასხვა კალათაში, დაარქვით კონკრეტული სახელი. დასვით შეკითხვა პირველ ხარჯთან შედარებით ნაკლებ სტრესს რომელი ხარჯი იწვევს? ამ პრინციპით თუ გააგრძელებთ ფიქრს და მოქმედებას ჩათვალეთ, რომ თქვენ უკვე:

- 1) გაანალიზეთ თქვენი ხარჯები;
- 2) გაანალიზეთ თითოეულ ხარჯთან დაკავშირებული ემოცია;
- 3) შეადგინეთ ხარჯების სია;
- 4) და ბოლოს თქვენ მომავალში შეძლებთ რაციონალურად გადაანაწილოთ თქვენი ხარჯები (closer 2014:4/5. გვ.40).

ე) უზარმაზარი ახალი პროექტი საქართველოში „გალიფ ოზთურქისაგან“.
Grand New project in Georgia by Galir Ozturk.

გალიფ ოზთურქისაგან - ბიზნესმენი, რომელიც ეწვია საქართველოს პრემიერმინისტრ გიორგი კვირიკაშვილს და თურქულ ბაზარ „ემპორიუმ ბაზარის“ შესახებ ესაუბრა, რომლის მშენებლობასაც ბათუმში გეგმავს (მეტრო :2016.N1.5).

4.ექსპლიციტი გარდაიქმნება იმპლიციტად (იშვიათი შემთხვევებია, ძირითადად გხვდება შიდაენობრივ და არა ენათშორის თარგმანში).

მაგალითად:

ა) ჰიპერპლაზია - (ბერძნ. *hyper* ზედმეტი, *κάρβι*, *plasis* წარმოქმნა) - უჯრედთა რაოდენობის მომატება მათი ინტენსიური გამრავლების შედეგად. უჯრედების, უჯრედშიდა სტრუქტურების, უჯრედშორისი ბოჭკოვანი წარმონაქმნების რაოდენობის გაზრდა, შესაბამისი ორგანოს ფუნქციის გაძლიერების (მაგ., ქალის ძუძუ ორსულობის პერიოდში) ან ქსოვილის პათოლოგიური ზრდის ხარჯზე;

ბ) ლაბირინთიტი - შიგნითა ყურის ანთეზა;

გ) ნანომელია (*nanomelia*; *наномелия*; *nanomelia*) (ბერძნ. *nanos* ჯუჯა, *melos* კიდური) - მოკლე კიდურების განვითარება;

დ) იატროგენია (ბერძნ. *iatros* ექიმი, *genes* წარმოშობილი) - 1. სხვადასხვა სამკურნალო პრეპარატით ან რადიო-თერაპიით გამოწვეული პათოლოგიური რეაქციები. 2. ექიმის ან სამედიცინო პერსონალის მიერ დაუკვირვებლად გამოთქმული აზრის შედეგად ავადმყოფში განვითარებული ფსიქოგენური რეაქცია;

ე) დაკრიომა (ბერძნ. *dakryon* ცრემლი, *oma* სიმსივნე) - 1. საცრემლე აპარატის სიმსივნე. 2. საცრემლე გზების დახშობის შედეგად წარმოქმნილი კისტა (<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=13&t=3023>);

ჩვენი კვლევის ფოკუსში იყო სწორედ ექსპლიციტური და იმპლიციტური ინფორმაციის შეფარდების მეორე ტიპი, რომელიც საჭიროებს თარგმნისას პრაგმატულ ადაპტაციას.

ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდების კვლევამ სხვადასხვა ტექსტებში ცხადყო, რომ ეს შეფარდება იცვლება სხვადასხვა ტიპის დისკურსში, ვინაიდან ორიენტირებულია და განპირობებულია ადრესანტისა და ადრესატის ფონური მარაგის სიახლოვეზე. ჩვენს მიერ შემუშავებულ იერარქიის საფუძველზე დავადგინეთ და ავღნიშნეთ იმპლიციტისა და ექსპლიციტის შეფარდება სხვადასხვა ტიპის ტექსტებში, კერძოდ დიდაქტიკური ტექსტებში ჭარბობს ექსპლიციტი, ინფორმაციულ ტექსტში კი მისი შეფარდება უმნიშვნელოდ იცვლება, სამეცნიერო ტექსტებში კიდევ უფრო

მეტად იზრდება იმპლიციტი და მის შესაძლო მაქსიმუმს აღწევს პროფესიულ ტექსტებში, რაც აიხსნება კომუნიკანტების ფონური მარაგის დიდი სიახლოვით (მსგავსი განათლება, სფერო, საკვლევი თემა და ა.შ.). ამადროულად გასთვალისწინებელია, რომ აღნიშნული შეფარდება არ უნდა გადაცილდეს ეგრეთ წოდებულ „გაგების ზღვარს“.

მედია ტექსტებში გამოიყენება იმპლიციტური ხერხების ფართო სპექტრი (გამოტოვებები, შედარებები, პრეცედენტული სახელები, პრეცედენტული სიტუაცია და სხვა.) ჩვენ განსაკუთრებულად ავლნიშნეთ აბრევიატურები და სათაურები მთარგმნელობით ჭრილში. კვლევის შედეგად, კი გამოიკეთა ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდების შემდეგნაირი ცვლილება წყარო და სამიზნე ტექსტებში:

1. ექსპლიციტი რჩება ექსპლიციტად და იმპლიციტი იმპლიციტად.
2. იმპლიციტი გადადის ექსპლიციტად, რაც ყველაზე ხშირი შემთხვევაა ენათშორის თარგმანში.
3. ექსპლიციტი გადადის იმპლიციტში, რომელიც იშვიათია. ასეთი სახის შეფარდება ფიქსირდება შიდა ენობრივ თარგმნიში.

დასკვნა

ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად მივიღეთ შემდეგი დასკვნები:

ცნობილი მეცნიერების თეორიული ნაშრომების მიმოხილვამ ცხადყო, რომ ფონური ცოდნა ექსტრალინგვისტური ცოდნის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს, რომელიც კარგად არის ცნობილი საზოგადოების ყველა/ან/უმრავლესი წევრებისთვის. როგორც მხატვრის მიერ შექმნილ სურათზე პირველ პლანზე გამოსახული პიროვნებებისა და მოვლენების აღქმა შესაძლებელია მხოლოდ უკანა პლანზე მოცემული ფონთან ერთობლიობაში, ასევე ტექსტში ექსპლიციტურად გამოხატული ინფორმაცია უშუალოდ დაკავშირებულია იმპლიციტური ხერხებით გადმოცემულ ფონურ ინფორმაციასთან. ფონური ცოდნა ხშირ შემთხვევაში იმპლიციტური ხერხებით არის გამოხატული, რაც გარკვეულ სიძნელეს წარმოადგენს ტექსტის აღქმისა და თარგმნის დროს.

მთარგმნელობითი საქმიანობისთვის ძალიან ღირებულია ფონური ცოდნის კლასიფიკაცია (ჰარტი ვინოგრადოვი, ვლახოვი), კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია სხვადასხვა ტიპის რეალიების თარგმნის პრაქტიკული გამოცდილება რომელიც გაგვიზიარეს ვლახოვმა და ფლორინმა. რეალიები წარმოადგენენ ფონური ცოდნის უმნიშვნელოვანეს მარაგს და არიან ეროვნული-კულტურული და ისტორიული კოლორიტის შემცველი ერთეულები.

ჩვენს მიერ გაანალიზებულმა ემპირიულმა მასალამ ცხადყო, რომ ვ.ვინოგრადოვის და სხვა მეცნიერებების მიერ გამოყოფილი ფონური ინფორმაციის ორ ჯგუფს შორის (ხანგრძლივი და მოკლევადიანი ფონური ინფორმაცია) შეიძლება გამოვყოთ გარდამავალი ჯგუფი:

ა) ხანგრძლივი მყარი ფონური ინფორმაცია (*სამგორი, დავით აღმაშენებელი, ნაცარქექია, თამადაობა და სხვ.*);

ბ) ხანგრძლივი არამყარი ფონური ინფორმაცია (*კოლმეურნეობები, საბჭოთა წყობა, კომუნალური ბინა და სხვ.*);

გ) მოკლევადიანი ფონური ინფორმაცია (*შაბათის შოუ, რესტორნების დასახელებები, პოპულარული მაღაზიები და სხვ.*)

ფონური ინფორმაციის მეორე ტიპის გამოყოფა განპირობებულია საბჭოური პერიოდის რეალიების არსებობით.

მეორე თავში ჩვენ გავანალიზებთ იმპლიციტისა და ექსპლიციტის რაობა და ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვის ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხების შეფარდება განსხვავებული ტექსტის ტიპებში. თარგმნის პროცესში ადექვატური სამიზნე ტექსტის შექმნისას, მთარგმნელმა მაქსიმალური სიზუსტით უნდა გადმოსცეს ორიგინალური ტექსტის შინაარსი, ფორმა და ემოციური ფონი, რაც განსხვავებულ მიდგომებს მოითხოვს მხატვრული და ინფორმაციული ტექსტების თარგმნის დროს. მედიატექსტები უნიკალურ ფორმას წარმოადგენენ და უხვად გამოიყენება საზოგადოებაში. მათი პირველი ფუნქცია ინფორმაციულობაა და ამავდროულად დიდი რაოდენობით გამოიყენება ხატოვანი საშუალებები რაც ართულებს მათ თარგმნის, მით უმეტეს თუ გავითვალისწინებთ, რომ ერთი მხრივ მასობრივ მკითხველზე გათვლილი, მეორე მხრივ კი ოპერატიული პასუხი საზოგადოებაში შექმნილი მნიშვნელოვანი სიახლეების შესახებ. აღნიშნული თავისებური ხასიათით, კი განპირობებულია ექსპლიციტის და იმპლიციტის შეფარდება.

ექსპლიციტური ნიშნავს ლინგვისტიკაში „ღიას, გაშლილს, მარკირებულს“, იმპლიციტური კი - „ფარულს, შეკუმშულს, ნავარაუდებს“. აქედან გამომდინარე - ექსპლიციტური ინფორმაცია ტექსტში გამოყენებული ენობრივი ნიშნების ერთობლიობით გამოხატულ ინფორმაციას ნიშნავს. ექსპლიციტური ინფორმაცია უშუალოდ ეყრდნობა სიტყვების იმ მნიშვნელობებს, რომლებიც ლექსიკონშია დაფიქსირებული, ამიტომ ნებისმიერი რეციპიენტისთვის (ვინც კი ამ ენაზე წერა/კითხვა იცის) გასაგებია. ექსპლიციტური ინფორმაციის აღქმა არ მოითხოვს დამატებითი შინაარსობრივ გარდაქმნებს. იმპლიციტური ინფორმაცია კი ადამიანის ცნობიერებისა და ქვეცნობიერების მუშაობის შედეგია, ის ფუნქციონირებს ენასა და

მეტყველებაში და იმ მნიშვნელობებს გამოხატავს, რომლებიც უშუალოდ სამეტყველო სიტუაციიდან ხდება გასაგები. იმპლიციტური ინფორმაცია ლექსიკონებში არ არის დაფიქსირებული, მაგრამ აღიქმება ადრესატის ფონურ მარაგზე ორიენტირებული ტექსტების ინტერპრეტირების შედეგად.

ჩვენ ვიზიარებთ იმპლიციტური ინფორმაციის გამოხატვის ხერხების ფართო მნიშვნელობას და მივაკუთვნით მათ ტექსტში გამოყენებულ საშუალებების ფართო სპექტრს:

1) პირველ რიგში ინფორმაციის ჩაკეცვის მიზნებს ემსახურება უამრავი ერთეულები, რომლებიც ენობრივი ეკონომიის კანონის უშუალო მარკერებია და დიდი მოცულობის ინფორმაციის შემცვლელელები არიან:

- ა) ტერმინები და პროფესიონალიზმები;
- ბ) აბრევიატურები;

2) იმპლიციტური ინფორმაციის დიდი ნაწილი გადმოიცემა მეტაფორული ხერხებით (ამ შემთხვევაში ჩვენ ვგებულობთ მეტაფორას როგორც ნებისმიერ ხატოვან საშუალებას):

- 3) ტექსტის ძლიერი ნიშნები (ლუკინის თეორიის მიხედვით):
- ა) ტექსტის სათაური;
 - ბ) ტექსტის საკვანძო სიტყვები;

4) ნებისმიერი ტექსტური რემინისენციები (პრეცედენტული სახელები, გამონათქვამები; პრეცედენტული ტექსტები).

მედია - ტექსტები წარმოადგენენ ტექსტების ისეთ სახეობას, რომლებზედაც დღესდღეობით ყველაზე დიდი მოთხოვნაა, ვინაიდან ისინი ასრულებენ საზოგადოების სოციალურ დაკვეთას და ახდენენ უმნიშვნელოვანესი ენობრივი ფუნქციების რეალიზაციას. მედია-ტექსტი წარმოადგენს პოლიფუნქციურ წარმონაქმნს, რომლის ძირითადი ფუნქციებია: ინფორმირების ფუნქცია, იდეოლოგიური ფუნქცია და ზემოქმედების ფუნქცია, რომელიც გამოვლინდება ადრესატის ჩართვით მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების პროდუქციაში. მედია-ტექსტების მნიშვნელოვან ნიშანს წარმოადგენს სათაური, რომელიც აგრეთვე

მრავალფუნქციონალური და მისი ლაკონურობის გამო გაჯერებულია ფონური ინფორმაციით, რაც თავის მხრივ, ართულებს მის თარგმანს.

მედია ტექსტების თავისებურებით განპირობებულია მათში იმპლიციტური ხერხების საკმაოდ დიდი ხვედრით წილი. ვინაიდან მედია-ტექსტები მასობრივ აუდიტორიაზე არიან ორიენტირებული, მათში გამოყენებული ექსპლიციტური და იმპლიციტური ხერხების შეფარდება არ უნდა აღემატებოდეს ეგრეთ წოდებულ „გაგების ზღვარს“. საგაზეთ სტატიები ოპერატიულად რეაგირებენ საზოგადოებაში მომხდარ ყველა სიახლეზე, ამიტომ მედია ტექსტებში ხშირად არის გააქტიურებული მოკლევადიანი ფონური ინფორმაცია. ამავდროულად, ვინაიდან მედია-ტექსტები კოლექტიურ აზროვნების ფორმირების სერიოზული ხერხია, მათში აუცილებელია ეროვნული ფასეულობები და სამყაროს ენობრივ სურათში შემავალი კონცეპტუალური ცნებები. ამიტომ ინფორმაციის გამოხატვის იმპლიციტურ ხერხებს დიდი ხვედრითი წილი უკავია მედია-ტექსტებში და ეს თავისთავად იწვევს განსაკუთრებულ პრობლემებს თარგმნისას, როდესაც ახალი მკითხველისთვის არის გადასათარგმნი არა მარტო ტექსტში მოცემული, არამედ ნავარაუდები ინფორმაცია.

ჩვენი კვლევის ფოკუსში იყო აბრევიატურებისა და სათაურების იმპლიციტური ხერხების პოტენციალი.

აბრევიატურების კვლევამ ცხადყო, რომ ისინი ხშირად გამოიყენებიან ინგლისურ და რუსულ ენებში, ქართული ენისათვის, კი ნაკლებად დამახასიათებელია, ამიტომ თარგმნისას უფრო ხშირად გვხვდება შემთხვევები, როდესაც წყარო ენის (ამ შემთხვევაში - ინგლისური) აბრევიატურა გადმოიცემა სამიზნე ენაში (ჩვენ შემთხვევაში - ქართულ ენაში) სრული ნომუნაციით.

საკმაოდ იშვიათია შემთხვევები, როდესაც უცხოენოვანი აბრევიატურა იმდენად გავრცელებულია, რომ ქართულ ენაში გადმოდის შესაბამი ფონეტიკურით (მაგალითად: *NATO* - ნატო). რაც შეეხება საპირისპირო მიმართების თარგმანს (ქართული ენიდან ინგლისურზე) - ქართული

აბრევიატურები იმდენად უცნობია უცხო კულტურული სივრცისთვის, რომ ძირითადად აბრევიატურა იკარგება თარგმანში, გამოიყენება ლექსიკური ტრანსფორმაცია - გენერალიზაცია (*თსუ სტუდენტები - The Georgian Students*).

სათაური ტექსტის ძლიერ ნიშნებს მიეკუთვნება და გამოხატავს ამ ტექსტის მთავარ იდეას და აზრს, ხშირ შემთხვევაში სათაური წარმოგვიდგება როგორც ტექსტის შეკუმშული ვარიანტი. ვინაიდან პატარა მოცულობის სათაურში ძალიან დრმა შინაარსია ჩაქსოვილი, მასში შემავალი ენობრივი ერთეულებს განსაკუთრებული დატვირთვა გააჩნია, რაც სიძნელეებს ქმნის თარგმნის პროცესში. მითუმეტეს, თუ გავითვალისწინებთ, რომ პუბლიცისტურ ტექსტებში, ინფორმაციული ფუნქციის გარდა მკვეთრად იზრდება სათაურის ზემოქმედებითი ფუნქცია და პოტენციალური მკითხველების მოზიდვის ფუნქცია. საგაზეთო სათაურების თარგმნის პრობლემა ნაკლებად არის შესწავლილი ქართულ პუბლიცისტკაში, რომელიც თავდაპირველად იქცევს მკითხველის ყურადღებას, აერთიანებს ინფორმირებისა და ზემოქმედების ფუნქციას და მთარგმნელისაგან აზრის ნათლად გამოხატვას მოითხოვს.

ემპირიული მასალის ანალიზის შედეგად ჩვენ დავადგინეთ, რომ იმპლიციტური და ექსპლიციტური ინფორმაციის თანაფარდობა, რომელიც დიდ წილად დამოკიდებულია წყარო ენისა და სამიზნე ენის მატარებლების ფონური მარაგის სიახლოვეზე, იცვლება თარგმნის პროცესში შემდეგნაირად:

1. წყარო ენაში იმპლიციტურად მოცემული ინფორმაცია თარგმნისას რჩება იმპლიციტად (ეს შემთხვევები ნათარგმნი მაგალითების 21% წარმოადგენს), რაც განპირობებულია ან წყარო და სამიზნე ენებისა და კულტურის სიახლოვით, ან აღნიშნული მოვლენის საკაცობრიო მნიშვნელობით.

2. იმპლიციტი გარდაიქმნება ექსპლიციტად (ეს შემთხვევები ნათარგმნი მაგალითების 74 % წარმოადგენენ), რაც ძირითადად ენათშორისი თარგმნის

დროს ფიქსირდება (განსხვავებული ენობრივი სისტემებისა და კულტურის შემთხვევაში).

3.ექსპლიციტი გარდაიქმნება იმპლიციტად (ეს შემთხვევა ნათარგმნი მაგალითების 2% წარმოადგენს) - ეს იშვიათ შემთხვევები, ძირითადად გხვდება შიდაენობრივ თარგმანში ტექსტის კომპრესიის დროს (მაგალითად. რეფერირების დროს).

ჩვენი კვლევის ფოკუსში იყო სწორედ ექსპლიციტური და იმპლიციტური ინფორმაციის შეფარდების მეორე ტიპი, რომელიც საჭიროებს თარგმნისას პრაგმატულ ადაპტაციას, რომელიც ნაკლებად არის შესწავლილი ქართულ კულტურულ სივრცეში.

ბიბლიოგრაფია

1. ანდერსენი, 2001 : Andersen G. „Pragmatic Markers and Sociolinguistic Variation“. USA.
2. ალექსევი, 1962 : Алексеев Д.И.-Стилистические особенности буквенных аббревиатур и слово-сокращенных слов.
3. არუტიხოვა, 1985:Арутюнова, Н.Д. Падучева, Е.В.. Истоки, проблемы и категории прагматики. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.
4. არუტიხოვა, 1976:Арутюнова, О.С.. Предложение и его смысл. Москва: Наука, 130. Бархударов, Л.С. 1975. Язык и перевод. Москва: Международные отношения
5. არნოლდი , 1986 : Арнольд И.В., The English Word.
6. არჩვაძე, 1999 : მ. არჩვაძე . „The phonetics of English“. თბილისი.
7. არჩიბალდი 2004 : Archibald, J. „La Localisation : problématique de la formation. Montréal : Linguattech. The USA.
8. ბაკარაძე, 2009 : ბაკარაძე . „ინგლისური ენის ლექსიკის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები“. თბილისი.
9. ბალიაშვილი, 1999 : ე.ბალიაშვილი. „საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ზოგიერთი ლინგვისტური თავისებურება“. თბილისი.
10. ბარტი, 2003:Барт Р. „Система Моды. Статьи по семиотике культуры“. Москва.
11. ბერნი, 2009:Berns R. “English as lingua franca and English in Europe” World English, Vol. 28, No. 2.
12. ბარნჰარტი, 1973:Barnhart C.L., Steinmeitz S., Barnhart R.K. - A Dictionary of new English. 1963-1972, London.
13. ბარნჰარტი, 1990 :Third Barnhart Dictionary of New English.

14. ბეიკერი, 2010: *Колин Бейкер*. “ბილინგვური განათლებისა და ბილინგვიზმის საფუძვლები”. თბილისი.
15. ბარხუდაროვი, 1975: Бархударов, Л.С. *Язык и перевод*. Москва: Международные отношения
16. ბორისოვი, 1972: Борисов В.В. - Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках, М., Воен-издат.
17. ბორტნიჩუკი, 1988 : Бортничук Е.Н., Василенко И.В., Пастушенко Л.П. - Словообразование в современном Английском языке.
18. ბრეუსი, 2003: Бреус, Е.В. УРАО. „Теория и практика перевода с английского на русский“. Москва.
19. გაბესკირია, 1983: გაბესკირია.ს - ინგლისურ-ქართული მათემატიკური ლექსიკონი.თბ.
20. გალპერინი 1976: Гальперин И.Р. „О принципах семантического анализа стилистически маркированных отрезков текста // Принципы и методы семантических исследований“. Москва.
21. გალობერი, 2009: გალობერი ქ. მარღანია მ. „ნეოლოგიზმებისა და ნასესხობების ფუნქციური თავისებურებანი; კულტურათმორისი კომუნიკაციები “. N 6-7. თბ.
22. გამყრელიძე, 2003: გამყრელიძე თ, კვიციანი ზ, შადური ი, შენგელია ნ. „თეორიული ენათმეცნიერების კურსი“. თბილისი.
23. გვენცაძე, 1986: Гвенцадзе М. А. Коммуникативная лингвистика и типология текста, Тбилиси.
24. გოგიჩაიშვილი, 1976: გოგიჩაიშვილი.ფ. ხელოსნობა საქართველოში. თბილისი: თბ. უნ-ტის გამომცემლობა.
25. გონაძე, ძაგნიძე 1981: გინაძე. გ., ძაგნიძე.ძ. - შემოკლებული ჩაწერის სისტემა
26. გრაისი, 1965: Grice, H. P. „*Meaning*:. Doubleday & Co..“. New York
27. დეიკი, 1989: Дейк, Дейк Ван, „Язык, познание, коммуникация.“ Москва;

28. დიქსონი, 1999: Dickson P. - The Authoritative Topic-by-topic Dictionary of American Lingoes From All walks of Life.
29. ეიტო, 1990: Ayto J. - The Longman Register of New Words. Русский язык. Москва.
30. ელდიშევი, 1985: Елдышев А.Н.- Строение и мотивирование сокращенных слов, автореферат.
31. ენუქიძე, 1987: ენუქიძე ლ. „ძირითადი სინტაქსური თეორიები თანამედროვე საზღვარგარეთულ ენათმეცნიერებაში“. თბილისი.
32. ერლი, 2005: Erll, Astrid "Literatur als Medium kollektiven Gedachtnisses". Erll Astrid/Nunning Ansgar (Hgg.) Unter Mitarb. Von Birk Hanne/Neumann Brigit. Gedachtniskonzepte der Literaturwissenschaft. Berlin/ New York.
33. ვაშაკიძე, 2009: ვაშაკიძე ია. „ტერმინთმემოქმედების პრინციპები XIX საუკუნის II ნახევრის საქართველოში. კავკასიოლოგიური სერია, VIII“. თბილისი.
34. ვაშაკიძე, 2005: ვაშაკიძე ვ. „ინგლისური საკუთარი სახელები“ თბ.
35. ვერეტენიკოვა, 2007: Веретенникова. „Отраслевой перевод в современном бтехнологическом мире“ Москва.
36. ვერეშაგინი, 1990: Верещагин, Е.М. Костомаров, В.Г. „Русский язык Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного“. Москва.
37. ვინი, დარბელნი, 1977: Vinay, J.P. Darbenlet, J. Stylistique comparée du français et de l'anglais. Paris: Didier Erudition.
38. ვინოგრადოვი, 1996: Виноградов, В. С. Наука „Язык газеты в аспекте культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения“. Москва.
39. ვლახოვი, 1986: Влахов, С. Флорин С.. *Непереводимое в переводе*. Москва :
40. ზაქრაძე, 2006: ზაქრაძე თ. „სარეკლამო დისკურსის სოციალურ-კულტურული საიდუმლოებანი“. თბ.

41. ზიპფი, 1935:Zipf G.K. - The psycho-biology of language: An introduction to dynamic philology. Boston: Houghton-Mifflin.
42. ზიპფი, 1949:Zipf G.K. - Human Behaviour and Principle of the Least Effort, Cambridge.
43. თენიშვილი, 2010:თენიშვილი ა. „ტექნიკური ტექსტი ლინგვისტური მახასიათებლები, თარგმნის პრობლემები“; თბ.
44. ივესი, 2010:Ives Peter. „Cosmopolitanism and Global English: Language Politics in Globalisation Debates“. Political Studies. Cambridge.
45. კირვალიძე, 2008:ნ. კირვალიძე „გრამატიკის თანამედროვე თეორიები. თბილისი: ილ. ჭავჭავაძის სახ. უნივერსიტეტის გამომცემლობა.
46. კოტეტიშვილი, 2004:კოტეტიშვილი ვახუშტი "აღმოსავლურ დასავლური დივანი". თბ.
47. კარასიკ 1992:Карасик, В.И „Язык социального статуса“. Москва: Волгоград.
48. კარპოვა, 2009:Karpova Olga, Kartashkova. „Faina Lexicology and terminology: a worldwide outlook“. Cambridge Scholars.
49. კოსტომაროვი, 1980:Костомаров В.Г Верещагин Е.М „Лингво-страноведческая теория слова“. Москва.;
50. კომისაროვი, 1990:Комиссаров В.Н. „Теория перевода“ (лингвистические аспекты). Москва.
51. კრიუკოვი, 1988:Крюков, А.Н.. Фоновые знания и языковая коммуникация // Этнопсихолингвистика. Москва: Наука
52. კრისტალი, 2002:Crystal David. „ English in the New World. Babilonia“. Cambridge .
53. კრისტალი, 2003:Crystal David. „language and the Internet“. "A linguistic revolution?". Cambridge.
54. ლეზანიძე, 1998:გურამ ლეზანიძე. „ანთროპოცენტრიზმი და კომუნიკაციური ლინგვისტიკა“. თბილისი.

55. ლეხანიძე, 1997:გურამ ლეხანიძე , „ენა და კულტურა“. ლექციები ენათმეცნიერების შესავალსა და ზოგად ენათმეცნიერებაში. თბილისი.
56. ლედერერი, 2006:Marianne Lederer. „თარგმანი - ინტერპრეტაციული მოდელი“. თბილისი.
57. ლადარია , 2002:ლადარია ნ.“ სოციოლინგვისტიკა “.თბ.
58. ლეხანიძე, 2009:ლეხანიძე გ. "წახნაგი" ფილოლოგიურ კვლევათა წელიდწლეული 1. თბ.
59. ლევკოვსკაია, 1956:Левковская К. - Лексикология немецкого языка, 1956
60. ლომთაძე, 2010:ლომთაძე თამარ. „თანამედროვე ქართული სოციოლექტები“. თბ.
61. ლომთაძე, 2012:ლომთაძე თ. „რუსიციზმებისა და ანგლიციზმების დამკვიდრების ტენდენციები ქართულში“. სამეცნიერო შრომების კრებული. ტ IV. თბ
62. მასლოვი 2001 : Маслова В.“ Лингвокультурология“ Москва.
63. მჭედლიშვილი, 1984:ი. მჭედლიშვილი. „ჟურნალ-გაზეთების წარმოება და გაფორმება“. თბილისი.
64. მაღალურაძე, 2013:მაღალურაძე თ. „თანამედროვე მასკომუნიკაციური თეორიები და კონცეფციები“ თბ.
65. მანია, 2006:მანია ე. „ენობრივი კოდირებისა და სტანდარტიზაციის წყაროები მასმედიის ენაში “.ინტელექტი, N 3(26).
66. მარღანია, 2005:მარღანია მ. „შეფასების კატეგორიის რეალიზაცია ბრიტანულ და ქართულ პრესაში“.თბ.
67. მელიქიშვილი, 1999:მელიქიშვილი დ. „ძველი ქართული ფილოსოფიურ-თეოლოგიური ტერმინოლოგია“; თბ.
68. მერაბიშვილი, 2011:მერაბიშვილი თამარ. "სამეტყველო აქტების თეორია უახლოეს ლინგვისტიკაში". კულტურათმშორისი კომუნიკაციები "N 15.
69. მინასოვა, 2009 :Тер-Минасова. С. Г „Глобальный английский: Чем это угрожает англоязычным народам“?

70. მურვანიძე, 2012:მურვანიძე მ. „კიბერ სიბერცე და ქართველი ნეტიზენების" თბ. N3.
71. ნადარაია, 2003:ნადარაია ო. "გლობალიზაციის მაკროეკონომიკური ინდექსი". თბილისი ახალი აზრი. N 8 (14)
72. ნაიდა , 1975:Nida, E.. Language Structure and Translation. Stanford : Stanford University Press.
73. ნიორაძე, 2012:ნიორაძე ნ. „ახალგაზრდული ჟარგონის ტერმინოლოგიური შინაარსის გააზრებანი ლინგვისტიკაში“. "განათლება" თბ. N 3;
74. ნაიდა 1975:Nida, E „Language Structure and Translation“. Stanford : Stanford University Press.
75. ნიუმარკი, 1973:Newmark, P. Twenty-three restricted rules of translation, London,
76. ნიუმარკი , 1982:Newemark, P.. Approaches to translation. Oxford-New York : Pergamon.
77. ოსტინი, 1962 : Austin, J.L. „*Quand dire, c'est faire*. Paris “. Seuil.
78. ოსტინი, 1973 :Austin J.L „How to do things with words “. Oxford UP, New York;
79. პოლუიანოვა, 2001:Полуянова, Л. Н. „Лингвостилистические особенности текста басни: На материале англоязычной литературной басни.
80. პაკირი , 2009:Pakir Anne. „English as a lingua franca: analyzing reserch frameworks in international English, world English, and ELF World Englishes“ New York.
81. რებერი, 1967 : Reber, A.S. „Implicit learning of artificial grammars J. Verbal Learn“. Verbal Behav. 6, 855–863 . Oxford.
82. როჯერი, 1961:Roger W., The Craft and Context of Translation. Austin: U Texas Press.

83. რუზი, 1996:Руччи, М.. *Перевод – письменный и устный: языковая компетенция и психологические процессы // Актуальные проблемы преподавания перевода и иностранных языков в лингвистическом вузе*. Сб. науч. тр / Моск. гос. лингв. ун-т
84. სადიკოვი, 1984:Садиков Садиков А. В., Проблема перевода советских реалий в ее прагматическом аспекте // Тетради переводчика. Вып. 21, Москва.
85. საყვარელიძე, 2001:საყვარელიძე ნ. „ თარგმნის თეორიის საკითხები“. თბილისი.
86. სელესკოვიჩი, 2001:Danica Selescovitch “თარგმნის ხელოვნება და სწავლების მეთოდი”. თბილისი.
87. სეგარი 1994:Segar, C.A. Implicit Learning Psychol. Bull. The USA.
88. სმითი, 2008: სმითი ენტონი დ. ნაციონალური იდენტობა თბილისი.
89. სიმპსონი, ეიტო, 2005:Simpson J., Simpson J. A, Aytó John - The Oxford Dictionary of Modern Slang.
90. სურგულაძე, 2003:სურგულაძე ი. იბერი.ე. „მასობრივი კომუნიკაცია თბილისი.
91. ტაბიძე, 2003:ტაბიძე მ. „ენობრივი სიტუაცია საქართველოში და ქართული ენის ფუნქციონირების საკითხები“. (დისერტაცია) თბ.
92. ტაველიძე, 2010:ტაველიძე თ. „ქართული მწერლობა“ დეკემბერი N12. თბილისი.
93. ტაბანაკოვა 2007:Табанакова Вера Дмитриевна „*ПРОЛЕГОМЭНЫ К ДЕНОТАТИВНОЙ МОДЕЛИ ПЕРЕВОДА КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕРМИНОВ*“. Екатеринбург .
94. ტომახოვი, 1988:Томахин, Г.Д.. *Реалии-американизмы: Пособие по страноведению*. Москва: Высшая школа.
95. ფანჯიკიძე , 2002:ფანჯიკიძე დ. „ენა თარგმანი მკითხველი“. თბილისი.
96. ფეოდოროვი, 1953:Федоров, А.В. Введении в теорию перевода. Москва: литература на иностранных языках.

97. ფეოდოროვი, 1983: Федоров, А.В. Основы общей теории перевода. Москва: Высшая школа.
98. ფილიპსონი 2008:Phillipson Robert. „Lingua franca or lingua frankensteinia? English in European integration and globalisation“ World Englishes.
99. ფურცელაძე, 2000:ფურცელაძე.ვ. „ტექსტი როგორც ენობრივი მოღვაწეობის წერილობითი“. თბილისი.
100. ფოჩხუა, 1974 : ფოჩხუა ბ. ქართული ენის ლექსიკოლოგია“ თბ.
101. ფორმანოვსკაია 2007:Формановская Н.И. „Комуникативная категория адресации и адресат“. Москва.
102. ფრენჩი 1998:Frensch, P.A. “One concept, multiple meanings: on how to define the concept of implicit learning, in Handbook of Implicit Learning” (Stadler, M.A. and Frensch, P.A., eds.), pp. 47–104, Sage Publications. Oxford
103. ფოლი, 2007 : Joseph A. Foley „English as a Global Language“. New York. Course in Modern English Lexicology“. Second edition. Moscow;
104. ღამბაშიძე, 1986 : ღამბაშიძე რ. „ქართული სამეცნიერო ტერმინოლოგია და მისი შედგენის ძირითადი პრინციპები“. "მეცნიერება" თბ.
105. ღლონტი, 1988:ღლონტი ალ. „ქართული ლექსიკოლოგიის საფუძვლები“. მესამე გამოცემა . გამომცემლობა "განათლება".თბ.
106. ჟილი , 2005:Gile, D. Regards sur la recherche en interprétation de conférence. Lille : Presses Universitaires de Lille
107. შელია, 2009:შელია მ. „ნეოლოგიზმების პრობლემა თანამედროვე ინგლისურში და მათი გავლენა ქართული მასმედიის ენაზე. თბ.
108. ჩენდლერი, 2007 : Chandler D. „The Basics Semiotics “. NY.
109. ჩომსკი, 1965:Chomsky N. (1965). Aspects of the Theory of Syntax. Cambridge, Mass.: MIT Press.
110. წიბახაშვილი, 2000:წიბახაშვილი გ. „თარგმანის თეორიისა და პრაქტიკის საკითხები“ . თბ.

111. ხახუტაშვილი, 2012:ხახუტაშვილი ე. „მასობრივი ინფორმაცია და საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირება“. "განათლება" (საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი) თბ. N 3.
112. ხარიტონჩიკი, 1992:Харитончик В.А. - Лексикология Английского Языка.§4.
113. ჯაში, 2003 : მარინა ჯაში. “თარგმნის ტექნიკა”. თბილისი.
114. ჯავახისვილი, 1951: ქართული ენის ისტორია, თბ.
115. ჯობავა, 2012:ჯობავა ი. „ინგლისური ბარბარიზმების გავლენა ქართული ენის განვითარებაში "სამეცნიერო შრომების კრებული" ტ IV.
116. ჟინკინი, 1965:Жинкин Н. Психологические особенности спонтанной речи. Иностранные языки в школе, 5 12-21.1965
117. ჰარტი , 1998 : Chris Hart. „Doing a Literature rewiev“. The UK.

გამოყენებული ინტერნეტრესურსები

1. timeanddate.com .<https://www.timeanddate.com/holidays/uk/halloween>.
2. ტაბულა, 2015: <http://www.tabula.ge/ge/verbatim/97356-zurab-gurielidze-kvelaferi-chemi-bralia>.
3. ww.cs-eke. Clan.su. <http://cs-eke.clan.su/news/heloueni/2009-12-22-17>.
4. The free dictionary. <http://www.thefreedictionary.com/explicit>).
5. Georgian Journal. 2014- “TBILISOBA’ 2014 – HISTORICAL AUTUMN FESTIVAL “(<https://www.georgianjournal.ge/discover-georgia/28627-tbilisoba-2014-historical-autumn-festival.html>).
6. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. 2017. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/19798>.
7. საქართველოს სახალხო დამცველი. 2014. - (<http://www.ombudsman.ge/ge/specializirebuli-centrebi/bavshvis-uflebata-dacvis-centri/siaxleebi-ch/1-ivnisi-bavshvta-dacvis-saertashoriso-dgea>. Page).
8. თაიმ ენდ დეით. timeanddate.com. 2017 - Independence Day in the United States . <https://www.timeanddate.com/holidays/us/independence-day>.
9. Hews.ge. 2013 - <http://news.ge/ge/news/story/45022-khachidze-parlamentshi-yoveldghe-tu-chokha-akhalukhit-viaret-dzalian-sasatsilo-gamovchndebit>.
10. BBC NEWS , 2014 -<http://www.bbc.com/news/uk-scotland-highlands-islands-25638723>.
11. THE TIMES OF ISRAEL. 2017- AFP. <https://www.timesofisrael.com/trump-china-doing-nothing-on-north-korea>.
12. (<http://mastsavlebeli.ge/uploads/resursebi/maia%20firCxaZe.pdf>).

12. SERIOUS EATS . 2015 - [BENJAMIN KEMPER](#). "The 10 Dishes That Will Make You Fall in Love With Georgian Food". <http://www.seriousseats.com/2015/10/introduction-to-georgian-food-must-try-dishes.html>.
13. MASWAVLEBELI.GE. მაია ფირჩხაძე - (<http://mastsavlebeli.ge/uploads/resursebi/maia%20firCxaZe.pdf>).
14. [ТерраКИД](#). 2012 - [Шифр](#) "Пляшущие человечки". <http://www.terrakid.ru/master-classes/opyty-i-eksperimenty-svoimi-rukami/763-shifr-plyashushchie-cheloveчки>.
15. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. 2017 - „თუ სტუდენტები გამოგონებას დუბაიში წარადგენენ“.(<http://online.tsu.edu.ge/ge/science/10664/?p=3>)
16. Acronym Finder - [https://www.acronymfinder.com/Deep-and-Comprehensive-Free-Trade-Agreement-\(DCFTA\).html](https://www.acronymfinder.com/Deep-and-Comprehensive-Free-Trade-Agreement-(DCFTA).html).
17. med.ge - <http://www.med.ge/index.php/articles/cardiology/394-2014-04-18-10-15-30>).
18. ეროვნული ბიბლიოთეკა. 2007 - <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2>.

გამოყენებული ჟურნალები

1. Closer 2014/3 - ხელოვნება, კულტურა და ფინანსები. ცირა გვასალია. „თიბისი ბანკი ენერგოეფექტურ ინიციატივებს პერმანენტულად უჭერს მხარს“. გვ. 23N03.
2. Closer 2014/3 - ხელოვნება, კულტურა და ფინანსები. ირინკა ალიაშვილი. „საბა ფოკუსში“. გვ.56. N04.
3. Closer 2014/3- ხელოვნება, კულტურა და ფინანსები. დავით ყანჩაშვილი. „ქართული ბიზნესის ევროპული მომავალი“. გვ.26. N04.
4. Closer 2014/3- დავით ყანჩაშვილი. „გამოიყენეთ ახალი ბიზნესშესაძლებლობები, თიბისი ბანკი დაგეხმარებათ“. გვ.27. ხელოვნება, კულტურა და ფინანსები N4.
5. Closer 2014/3. დავით ყანჩაშვილი. ხელოვნება, კულტურა და ფინანსები „სასარგებლო რჩევები თქვენი ბიზნესისათვის“. გვ.40. N4.
6. Closer 2015 /1 (6) - თქვენი სახლის ძიებისას. ირინა ალიაშვილი. „ყოველთვის, UK BRIDGE-იდან საზღვარგარეთ განათლების მისაღებად 30-მდე მსურველი მიემგზავრება“. გვ.48. N7.
7. Closer 2014/ 4 (5) - უფრო ახლოს ისტორიასთან. თეონა ჯაფარიძე. „უნიკალური ბალთების ყველაზე დიდ კოლექციას ონის მუზეუმი ფლობს“ გვ.09. N5 .
8. Closer 2014/ 4 (5) - უფრო ახლოს ისტორიასთან. თეონა ჯაფარიძე. „მუცო აკონტროლებდა კავკასიის ქვეყნების დამაკავშირებელი გზას და საქართველოს საზღვრებს“. გვ.57.N5.

9. Closer 2015 /1 (1) - ჯაზი- საუბრის მუსიკა. დავით დათუნაშვილი. „არტ-ვილა გარიყულა“. გვ.33. N1.
10. Closer 2015 /1 (1) - ჯაზი- საუბრის მუსიკა. ქეთევან მაღალაშვილი. „7 ნაბიჯი წარმატებისკენ“. გვ.51.N1
11. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „მიმართვა“. გვ.09.
12. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „უვიზო მიმოსვლის რეჟიმი“. გვ.13.
13. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „საქართველოს გზა ევროპული თავისუფლებისაკენ“. გვ.16.
14. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „ევროპული სამეზობლო პოლიტიკა: საფრთხეები და შესაძლებლობები“. გვ.18
15. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „საავტორო ნუფლებები საქართველოში“ გვ. 28.
16. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „ საქართველო განუხრელად მიიწევს წინ ევროინტეგრაციის გზაზე“. გვ. 10.
17. საქართველოს ევროპული გზა, 2015. N7. „საქართველოში სათხილამურო ტურიზმი ვითარდება“. გვ.22.