

ԿԱՐՄԻՔ

Սոնա Արայի Գուլյանի

«Տուրիզմի դիսկուրսի լեզվական և արտալեզվական առանձնահատկությունները անգլալեզու կայքերում» թեմայով

Ժ.02.07 «Ռոմանագերմանական լեզուներ» մասնագիտությամբ բանասիրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության մասին

Ժամանակակից գլոբալ քաղաքական, տնտեսական և մշակութային զարգացումների հարացույցում զարգանում և փոփոխվում են դիսկուրսի ավանդական տարատեսակները և ի հայտ են գալիս նորերը: Այս առումով բացառություն չէ տուրիզմի ոլորտը, որը բուռն զարգացում է ապրել 20-րդ դարի վերջին և 21-րդ դարի սկզբին, ինչն էլ խթանել է դրա նոր ձևերի առաջացումը: Բնական է, որ այս երևույթները պետք է իրենց արտացոլումը գտնեն լեզվում, որն անընդհատ փոփոխությունների է ենթարկվում և հետազոտության նոր նյութ ապահովում լեզվական ուսումնասիրությունների համար:

Հաշվի առնելով այն փաստը, որ Հայաստանի՝ որպես տուրիստական բրենդի ձևավորումը դեռևս ընթացքի մեջ է, կարևոր է միջազգային լեզվով՝ անգլերենով կայքերի ճիշտ ձևավորումը և մատուցումը: Այս ոլորտում դեռևս շատ աշխատանք կա անելու, և դրան ուղղված լեզվական հետազոտությունները գովելի են և արդիական:

Սոնա Արայի Գուլյանի «Տուրիզմի դիսկուրսի լեզվական և արտալեզվական առանձնահատկությունները անգլալեզու կայքերում» թեմայով Ժ.02.07 «Ռոմանագերմանական լեզուներ» մասնագիտությամբ բանասիրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ներկայացված ատենախոսությունը տուրիստական անգլալեզու կայքերի համապարփակ հետազոտություն է, քանի որ այն ընդգրկում է տվյալ դիսկուրսի մի շարք դրսևորումների (գովազդ, ակնարկ, ուղեցույց և այլն) բազմաշերտ՝ լեզվական և արտալեզվական առանձնահատկությունների և դրանց փոխհարաբերության ուսումնասիրություն:

Ներկայացված հետազոտության առարկան է Մեծ Բրիտանիան և Հայաստանը ներկայացնող առևտրային և ոչ առևտրային կայքերի տեքստային և պատկերային

նյութը: Աշխատանքի նպատակն է վերլուծել տուրիստական խոսույթի տարբեր դրսևորումներում ներլեզվական և արտալեզվական տարբերի միասնությունն ու փոխազդեցությունը, ինչպես նաև տվյալ դիսկուրսի ժանրային տարատեսակների ոճագործառութային առանձնահատկությունները:

Վերոնշյալ նպատակին հասնելու համար առաջադրվել են մի շարք խնդիրներ, որոնք ներկայացված են ատենախոսության երեք գլուխներում: Առաջին գլխում անդրադարձ է կատարվում տուրիզմի դիսկուրսի քննության տեսական դրույթներին և վերլուծության մեթոդաբանությանը: Երկրորդ գլխում քննարկվում են տուրիզմի դիսկուրսին բնորոշ լեզվաոճական միջոցները, տուրիստական կայքերի որոնողական հիմնաբառերը և ներկայացվում Հայաստանը և Մեծ Բրիտանիան ներկայացնող գովազդային ուղեցույցներից կազմված կորպուսների համեմատական վերլուծության արդյունքները: Երրորդ գլխում ամփոփված են լեզվական և պատկերային գովազդների և կարծիք-ակնարկների բազմաշերտ՝ լեզվաոճական, պատկերային և գործառութային հայեցակերպերից վերլուծության արդյունքները:

Հետազոտության արդյունքները պատշաճ կերպով արտացոլված են եզրակացության մեջ:

Ինչպես արդեն նշվել է, ատենախոսության շրջանակում կատարվել է համալիր ուսումնասիրություն՝ լեզվական և պատկերային նյութի լեզվաոճական, նշանագիտական և կորպուսային վերլուծություն, ինչը թույլ է տալիս կատարել հիմնավորված եզրահանգումներ: Հատկապես անհրաժեշտ է նշել իրականացված կորպուսային վերլուծության կարևորությունը, ինչը պայմանավորում է ոչ միայն հետազոտության նորույթը, այլև գործնական արժեքը, քանի որ դրա հիման վրա հնարավոր է ստեղծել գործիքակազմ՝ բարելավելու Հայաստանի մասին անգլալեզու կայքերը՝ համապատասխանեցնելով միջազգային չափանիշներին, ինչպես նաև օգտագործել դրանք տուրիզմի մասնագիտական լեզվի դասավանդման և ուսումնական նյութերի մշակման գործընթացում:

Հետազոտությունը հիմնված է բազմաձևավալ նյութի վրա, կատարված է մանրակրկիտ և բազմակողմանի վերլուծություն, սակայն բնական է, որ աշխատանքը զերծ չէ որոշ թերություններից, որոնք շտկելու դեպքում այն կշահեր:

1) Նախ և առաջ նշենք, որ աշխատանքը շարադրված է ակադեմիական գրագրության պատշաճ ոճով: Այնուամենայնիվ, դրանում տեղ են գտել մի շարք օտարալեզու բառեր, որոնք կիրառությունը նպատակահարմար չէ հայերեն տարբերակների առկայության դեպքում. Օրինակ՝ «դիսկուրսիվ ֆորմացիա» բառակապակցության

(«Ըստ Միշել ֆուկոյի դիսկուրսի տեսության՝ գոյություն ունեն «դիսկուրսիվ ֆորմացիաներ.....» (էջ 14)), իմաստը կարելի էր փոխանցել «դիսկուրսի ձևեր կամ տեսակներ» արտահայտությամբ, վիզուալ (էջեր 24; 125)՝ - տեսողական, մոնոպոլիզացում (էջ 39)՝ - մենաշնորհացում, ռեակցիա (էջ 105)՝ - արձագանք, վիզուալ ակտ (էջ 174)՝ - տեսողական ակտ, ոչ ֆորմալ լեզու (էջեր 120, 132)՝ - ոչ պաշտոնական, դարձվածքի դեֆորմացիա (էջ 132)՝ - դարձվածքի փոխակերպում:

Textual metafunction տերմինը (էջ 103) մի պարբերությունում ներկայացված է որպես «տեքստային վերգործառույթ», հաջորդ պարբերությունում՝ «համատեքստային վերգործառույթ»: Ճիշտ կլիներ *existential* բառը/էջ 161/ թարգմանել ոչ թե *գոյություն ունեցող*, այլ *գոյութենական*:

2) Կարծում ենք բացատրության կարիք ունեն մի շարք ձևակերպումներ: Այսպես՝ ատենախոսը կիրառում է «իմաստային և վերնշանային մակարդակի լեզվական միջոցներ» (էջեր 19; 40) արտահայտությունը, որը բացատրության կարիք ունի, քանի որ ներկայացված վերլուծությունից հասկանալի չէ, թե որն է «վերնշանային մակարդակի լեզվական միավորը»,

կամ՝ հասարակական լեզվական պնդում արտահայտությունը հետևյալ նախադասության մեջ «.... Մինչդեռ դիսկուրսն արտահայտում է որևէ թեմայի վերաբերող հասարակական լեզվական պնդումների ձևով...» (էջ 17):

«...տվյալ մեթոդը թույլ է տալիս տուրիզմի դիսկուրսին պատկանող լեզվական դրսևորումներում ուսումնասիրել և իմաստավորել վայրերին, տարածքներին, իրերին, ինչպես նաև անձանց վերաբերող շարույթային հարաբերակցություններ, որն էլ իր հերթին կարող է ելակետային լինել պատկերային այս կամ այն դրսևորման ձևավորման համար» (էջ 19) նախադասության մեջ, ըստ երևույթին, ատենախոսը ի նկատի ունի «շարույթային հարաբերություններ», թեև դարձյալ բացատրության կարիք ունի «անձանց վերաբերող շարույթային հարաբերություն» ձևակերպումը:

3) Ատենախոսության առաջին գլխում (էջ 31) քննարկելով վավերականության հայեցակերպը՝ ատենախոսը գրում է, որ, Բրիտանիային վերաբերող օրինակներում այն արտահայտվում է բրիտանական ինքնության և մշակույթի մաս կազմող, բրիտանականության կարևոր խորհրդանիշեր հանդիսացող հետևյալ բառակապակցությունների միջոցով՝ *real tennis, an authentic lunch, authentic experiences, original Tudor tennis, traditional tennis, magnificent historic buildings*, սակայն կարծում ենք, որ այստեղ ոչ թե բառակապակցություններն են դեր խաղում, այլ *authentic, original, traditional* ածականները:

4) Ատենախոսության երկրորդ գլխի երրորդ ենթագլխում, որտեղ ատենախոսը ներկայացնում է կորպուսային վերլուծության արդյունքները, Հայաստանին վերաբերող նյութում հիմնաբառերի շարքում է ընդգրկել նաև *till* նախդիրը, և *c., cc.* հապավումները, որոնք ունեն օգտագործման բարձր հաճախականություն, սակայն, կարծում ենք չեն կարող հիմնաբառ համարվել, ավելին հետագայում *c. (century)* հապավումը ընդգրկված է հանգուցային արտահայտությունների շարքում (*19th c., 13th c.*):

5) Ատենախոսության երրորդ գլխի երկրորդ ենթախմբում, որը վերնագրված է «Լեզվականը և արտալեզվականը որպես տուրիստական բրենդի ձևավորման գործոն գովազդներում» (էջեր 111- 146) ներկայացված է տուրիստական գովազդների բավականին մանրակրկիտ և հետաքրքիր վերլուծություն նախ դրանց լեզվական և պատկերային փոխհարաբերությունների, ապա ոճագործառական տեսանկյուններից: Պետք է նշել, որ 119-էջում ատենախոսը անդրադարձ է կատարում գովազդներում հումորի դերին, սակայն նա քննարկում է օրինակներ, որոնք հարց ու պատասխան ձևաչափով ընթացող տուրիստական ֆորումներից են, այնուհետև խոսում է կարծիք-ակնարկների առանձնահատկություններից, որոնք մանրամասն ներկայացված են հաջորդ ենթագլխում: Կարծում ենք, որ 119-124 էջերում զետեղված նյութը ընդհատում է գովազդների վերլուծության տրամաբանական շարադրանքը և ճիշտ կլիներ այն ընդգրկել հաջորդ ենթագլխում՝ «Լեզվականը և արտալեզվականը որպես տուրիստական բրենդի ձևավորման գործոն կարծիք-ակնարկներում»:

6) Երրորդ գլխի երրորդ ենթախմբում Horscheck մականունով օգտատերի կարծիք-ակնարկի լեզվական գործառույթները քննարկելուց հետո, ատենախոսը քննարկում է նաև դրա պատասխան-արձագանքների գործառույթները՝ հուզական, տեղեկատվական, խոսքարկման գործառույթներ: Կարծում ենք, որ եթե ակնարկից հետո գրված արձագանքն ունի, օրինակ, հուզական գործառույթ, ուրեմն հենց ակնարկն էլ ունի այդ գործառույթը, քանի որ հասցետիրոջ մոտ արթնացրել է նման արձագանք: Ճիշտ կլիներ այս փաստը մատնանշել վերլուծության մեջ:

Կարծում ենք աշխատանքը մեծապես կշահեր, եթե ատենախոսը կոնկրետ օրինակների վրա ցույց տար, թե ինչպես կարելի է բարելավել Հայաստանի մասին անգլերեն տեքստերի լեզուն՝ հիմնվելով կատարված կորպուսային և լեզվաոճական վերլուծության արդյունքների վրա, սակայն հասկանալի է, որ դա չէր մտնում ատենախոսության առջև դրված խնդիրների մեջ: Կարող ենք պարզապես առաջարկել, որ ատենախոսը հետագայում աշխատի նման գործիք ստեղծելու ուղղությամբ՝ հիմնվելով իր կատարած վերլուծության վրա:

Ինչպես կարելի է տեսնել վերը նշվածից, դիտողությունները հայեցակարգային չեն, կասկածի տակ չեն դնում հետազոտության արժեքը, գիտականությունը և կատարված եզրահանգումները:

Ատենախոսության սեղմագրում արտացոլված են ատենախոսության մեջ ներկայացված վերլուծության արդյունքերը և եզրակացությունները, իսկ ատենախոսության հիմնական դրույթները համապատասխանաբար արտացոլված են հրապարակումներում:

Այսպիսով, կարելի է եզրակացնել, որ Սոնա Արայի Գուլյանը արժանի է իր հայցած քանասիրական գիտությունների թեկնածուի աստիճանին և միջնորդում ենք Երևանի պետական համալսարանում գործող Օտար լեզուների 009 մասնագիտական խորհրդին նրան շնորհելու այդ աստիճանը:

Գրախոս՝ Վ.Բրյուսովի անվան պետական համալսարանի Լեզվաբանության և հաղորդակցման տեսության ամբիոնի վարիչ, Բ.Գ.Թ., դոցենտ Լիլիթ Բադայան

Հաստատում եմ Լ.Բադայանի ստորագրությունը:

ԲՊՀ-ի գիտքարտուղար՝ Հ.Փիլավջյան

