

# ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

## Արուսյակ Հենրիկի Իվանյան

### ՏՐԱՆՍԵՐՄԻՆՈԼՈԳԻԱՅԻ ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄԸ

### ԳՈՐԾԱՐԱՐ ԱՆԳԼԵՐԵՆՈՒՄ

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

ՄԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ – 2024

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայաստանի եվրոպական համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝ Բ.Գ.Պ., պրոֆեսոր Լուսինե Արմենի Հարությունյան

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝ Բ.Գ.Պ., պրոֆեսոր Աննա Տարիելի Կնյազյան  
Բ.Գ.Պ., դոցենտ Քրիստինե Մուրադի Հարությունյան

Առաջատար կազմակերպություն՝ Երևանի Խ. Աբովյանի անվան պետական մանկավարժական համալսարան

Ատենախոսության պաշտպանությունը կայանալու է 2024թ. մայիսի 29-ին՝ ժամը 11:00-ին, ՀՀ ԲՈԿ-ի՝ Երևանի պետական համալսարանում գործող 009 «Օտար լեզուներ» մասնագիտական խորհրդի նիստում (հասցե՝ Երևան, Ալեք Մանուկյան 1):

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ԵՊՀ գրադարանում:

Մեղմագիրն առաքված է 23.04.2024թ.

Մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար,  
Բ.Գ.Պ., պրոֆեսոր՝



Գայանե Հարությունի Մուրադյան

Ժամանակակից աշխարհում տերմինաբանության զարգացման դերն առաջնային է, քանի որ այն պայմանավորված է գիտական տարբեր ապարատների զարգացման և կատարելագործման գործընթացներով: Ինչպես հայտնի է, տերմինաբանությունը գիտական հատուկ լեզվին պատկանող տերմինների ամբողջություն է:

Սույն ատենախոսության մեջ հետազոտության **ուղորտը** գործարար անգլերենի տերմինաբանությունն է, իսկ հետազոտության **առարկան**՝ տրանստերմինոլոգիան: Աշխատանքում դիտարկվել է մոտ 339 տրանստերմին, որոնց զգալի մասը հանգամանակից ուսումնասիրության է ենթարկվել: Նյութի ընտրությունը կատարելիս հաշվի են առնվել այն տրանստերմինները, որոնք համապատասխանում են մեր հետազոտության մեջ արծարծվող հիմնախնդիրներին: Ատենախոսության **ուսումնասիրության նյութ** են ծառայել բազմաթիվ հեղինակավոր բառարաններ, մասնագիտական գրականություն, հոդվածներ և համացանցը:

Հետազոտության հիմնական **նպատակն** է ուսումնասիրել տրանստերմինոլոգիայի գործընթացը և վեր հանել վերջինիս առանձնահատկությունները գործարար անգլերենում: Հույժ կարևոր է լայնածավալ հետազոտություն իրականացնել ու բացահայտել, թե ինչպես են տերմինները փոխանցվում մի համակարգից մեկ այլ համակարգ և հարմարվում այնտեղ: Հետազոտության ընդհանուր նպատակով պայմանավորված՝ առաջադրվել են հետևյալ **խնդիրները**.

- ուսումնասիրել տրանստերմինոլոգիան՝ որպես լեզվաբանական գործընթաց և դրա դրսևորումը գործարար անգլերենում,
- ուսումնասիրել և հայտնաբերել առանձին տերմիններ, որոնք, փոխանցվելով գիտական մի ապարատից մյուսը, մասնակիորեն կամ ամբողջովին փոխում են իրենց իմաստը, ինչպես նաև վեր հանել վերջիններիս կառուցվածքային առանձնահատկությունները տեքստային և բառարանային հետազոտության միջոցով,
- դասակարգել և վերլուծել գործարար անգլերենի առանձին ճյուղերում առկա տրանստերմինները՝ դրանք դիտարկելով ոչ թե որպես գիտական ապարատը խեղաթյուրող գործառույթ, այլ հակառակը՝ հարստացնող միջոց,
- վեր հանել տրանստերմինների փոխանցման ժամանակագրական և ծագումնաբանական տվյալները: Տրանստերմինների ծագումնաբանական ուսումնասիրությունը հնարավորություն կընձեռի բացահայտել դրանց՝ մի գիտությունից մեկ այլ գիտություն փոխանցման և հարմարեցման իրական պատկերը:
- հետազոտել արտակա (explicit) և ներակա (implicit) տրանստերմինոլոգիան և բացահայտել, թե իմաստաբանական ինչ փոփոխությունների է ենթարկվում տերմինը,
- պարզել, թե ինչու է տվյալ տերմինը քիչ գործածական դառնում իր իսկ գիտական համակարգում և փոխանցվելով գիտական այլ կամ հարակից գիտական համակարգ՝ դառնում ավելի կիրառելի:

Հետազոտության **արդիականությունը** բխում է «տրանստերմինոլոգիա» հասկացության՝ որպես նոր բառիմաստի ստեղծման երևույթին նվիրված ուսումնասիրությունների սակավ քանակից, ինչպես նաև այդ ոլորտում կարևոր դեր ունեցող լեզվամիավորների համակարգման և դրանց իմաստաբանական վերափոխումների նկարագրման անհրաժեշտությունից:

Կարելի է ասել, որ հայ լեզվաբանության համատեքստում տրանստերմինոլոգիան՝ որպես լեզվաբանական երևույթ, գրեթե ուսումնասիրված չէ: Տրանստերմինոլոգիան հարակից և ոչ հարակից գիտական ասպարեզները հարստացնում է նոր տերմինաբանությամբ ու հասկացությային համակարգերով: Արտակա և ներակա տրանստերմինոլոգիայի արդյունքում որպես գիտակարգ հարստանում է գործարար անգլերենը: Տարբեր գիտակարգերից ներթափանցում են տերմիններ և հարմարվում գործարար անգլերենում՝ կրելով իմաստների մասնակի կամ ամբողջական փոփոխություն: Տեղի է ունենում նաև կառուցվածքային փոփոխություն, որի արդյունքում տերմինի իմաստը լայնանում կամ նեղանում է: Տերմինների ծագումնաբանական և իմաստաբանական վերլուծությունը հիմնովին կրում է հանրալեզվաբանական բնույթ, քանի որ տարածամանակյա և համաժամանակյա անցումներն իրականացվում են հանրային որոշակի շերտերում:

Ատենախոսության գիտական **նորույթը** պայմանավորված է տրանստերմինոլոգիայի ընդգրկուն նյութի հիման վրա փոխաբերականացման միջոցով գործարար անգլերենում տրանստերմինների ուսումնասիրությամբ, փոխաբերականացման արդյունքում ձևավորված տրանստերմինների իմաստաբանական, ճանաչողական, կառուցվածքային և ծագումնաբանական վերլուծությամբ և դասակարգմամբ, կենդանուն արտահայտող, գունային և բնագիտական տրանստերմինների խոսքիմասային պատկանելության, բառակազմական միջոցների և լեզվագործաբանական առանձնահատկությունների վերհանմամբ:

Աշխատանքի **տեսական արժեքը** պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ հետազոտության արդյունքները կնպաստեն «տրանստերմինոլոգիա» երևույթի մասին ամբողջական պատկերացում կազմելուն, վերջինիս առանձին տեսակների առանձնահատկությունները հասկանալուն, ինչպես նաև ընդհանուր տերմինաբանության տեսության զարգացման օրինաչափությունները սահմանելուն:

**Հետազոտության կիրառական արժեքը** պայմանավորված է այն իրողությամբ, որ վերջինիս ուսումնասիրության նյութերն ու եզրակացությունները կարող են կիրառվել իմաստաբանության, բառարանագիտության, ընդհանուր և պատմական տերմինաբանության հատուկ դասընթացներ և սեմինարներ մշակելիս, ինչպես նաև գործարար անգլերենի դասընթացների համար նախատեսված ուսումնական նյութեր պատրաստելիս: Հետազոտության արդյունքները կարող են կիրառվել նաև բառարանագրական պրակտիկայում: «Տրանստերմինոլոգիա» երևույթի ուսումնասիրությունը գործարար անգլերենում թույլ կտա գործարար անգլերեն ուսումնասիրող մասնագետներին, կառավարիչներին, ֆինանսական, բանկային, հաշվապահական, շուկայաբանության, առհասարակ գործարար ոլորտում

աշխատող մասնագետներին ճիշտ ընկալել նոր տերմինների փոխանցման պատճառները, տիրապետել ծագումնաբանական և իմաստաբանական առանձնահատկություններին և դրանք օգտագործել ի շահ իրենց մասնագիտական և գործարար նպատակների իրականացման:

Հետազոտությունն իրականացվել է մի շարք **մեթոդների կիրառմամբ**, ինչպիսիք են՝ ծագումնաբանական, իմաստաբանական, հասկացութային, կառուցվածքային, հանրալեզվաբանական, քանակական վերլուծության և գիտափորձի մեթոդները: Վերջինս իրականացնելու նպատակով կիրառվել են որակական այնպիսի մեթոդներ, ինչպիսիք են հարցաշարերը, հարցազրույցը և դիտարկումը:

«Տրանստերմինոլոգիա» թեմայի ուսումնասիրության **գիտական հիմք** են հանդիսացել մի շարք հեղինակավոր լեզվաբանների արժեքավոր աշխատանքները՝ Ա. Տելեգուզ և Ա. Ֆոմին<sup>1</sup>, Գ. Իսմաիլով<sup>2</sup>, Գ. Վասուլչենկո<sup>3</sup>, Ն. Գորբունովա<sup>4</sup>, Մ. Մալամախա<sup>5</sup>, Վ. Լեյչիկ<sup>6</sup>, Տ. Ռիժենկովա<sup>7</sup>, Ա. Բուժենիևով<sup>8</sup>, Մ. Ռուսակովա<sup>9</sup>, Ե. Մալցեվա<sup>10</sup>:

**Հետազոտության նյութի փորձաքննությունը.** Ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլվել են գիտական հինգ հոդվածներում: Աշխատանքում

---

<sup>1</sup> Teleguz A. A., Fomin A. G. Transterminologization in the aerology and ventilation term system // Journal of Siberian federal university // Humanities and social sciences, Serbia, 2015, 12, p. 2960-2969.

<sup>2</sup> Ismailov M. G. Transterminologization in the Uzbek language // Journal of the Association-Institute for English Language and American Studies, Anglisticum, Tetovo, North Macedonia, 2016, vol. 5, issue 5, p. 8-16.

<sup>3</sup> Vasuchenko G. Business English terminology semantic name-giving // Journal of philology // Alfred Nobel University, Dnepropetrovsk, 2011, № 1 (1), p. 164-169.

<sup>4</sup> Горбунова Н. Н. Современная англоязычная терминосистема сферы менеджмента: структурно-семантическая и когнитивно-фреймовая характеристика // Автореф. дис. канд. филол. наук, Пятигорск, 2014, 247 с.

<sup>5</sup> Salamakha M. Ya. Secondary nomination as the way of English environmental term-formation // Science and education a new dimension, Philology, Budapest, 2017, v (32) 122, p. 70-73.

<sup>6</sup> Лейчик В. М. Терминоведение: Предмет, методы, структура // Книжный дом «Либроком», Москва, 2009, 255 с.

<sup>7</sup> Рыженкова Т. В. Специфика процесса транстерминологизации в отраслевой терминосистеме: на материале русской и английской терминологии правоведения // Автореф. дис. канд. филол. наук, 2001, 187 с.

<sup>8</sup> Буженинов А. Э. Транстерминологизация как тип терминологической номинации (на материале подъязыка гомеопатии) // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии // изд., АНС «Сибак», РФ, г. Екатеринбург, 2014, 6 (37), с. 56-63.

<sup>9</sup> Русакова М. М. К вопросу о формировании терминологии области наностоматологии и наномедицины // Вестник Челябинского государственного университета // Филология, искусствоведение, вып. 2015, №15 (370), с. 78-81.

<sup>10</sup> Мальцева Е. И. Процессы транстерминологизации в лингвистике и искусствоведении // Гуманитарные науки, вып., Вестник МГЛУ, 2020, №2 (831), с.107-118.

կիրառվող մոտեցումները քննարկվել են Հայաստանի եվրոպական համալսարանի կիրառական լեզվաբանության ամբիոնի նիստերում:

Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլխից, եզրակացությունից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածներից: Ներածության մեջ հիմնավորվում են ուսումնասիրության արդիականությունն ու գիտական նորույթը, ձևակերպվում են նպատակներն ու խնդիրները, նշվում են կիրառված մեթոդներն ու կառուցվածքը:

**Առաջին գլխում՝** «Գործարար անգլերենի տերմինաբանության բնորոշ գծերը», ներկայացվում է, թե ինչ է տերմինաբանությունը, հատկապես գործարար անգլերենի տերմինաբանությունը: Նկարագրվում են տերմինը որպես տնտեսական գործոն, և դրան առնչվող արդի խնդիրները: Առաջին գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլխից:

Առաջին ենթագլխում («Գործարար անգլերենը որպես տնտեսական խոսույթի մաս») ուսումնասիրվում են գործարար անգլերենի տերմինաբանության տարբերույթ հարցեր: Որպես համընդհանուր լեզվական ընթացակարգ գործարար անգլերենը պետք է ընդունելի լինի և հարմարեցվի գործարար աշխարհում կատարվող ժամանակակից պահանջներին: Հարմարվել ասելով նկատի ունենք լեզվակիրներին, որոնք անգլերենի իրենց իմացությամբ և վարքային առանձնահատկություններով պետք է հարմարվեն ոչ լեզվակիրներին՝ ընկերության շահերը պաշտպանելու համար: Լեզվական նորմերի կիրառման այսպիսի կարողությունն ապահովում է աշխատանքային ջերմ մթնոլորտն ու էթիկան, զարգացնում է թիմային աշխատանքը և համընդհանուր նպատակին հասնելու գիտակցումը:

3. Դանիուշինան<sup>11</sup> իր աշխատանքում ընդգծում է, որ գործարար անգլերենը կիրառական լեզվաբանության մաս է: Կիրառական լեզվաբանությունը զբաղվում է լեզվի ուսումնասիրության և դասավանդման հիմնախնդիրներով, այսինքն՝ թե ինչպես են մարդիկ սովորում լեզուներ և արդյունավետ հաղորդակցվում: 1960-1980 թթ. կիրառական լեզվաբանության ոլորտում ստեղծվեց անգլերենի դասավանդման կարևոր մի ճյուղ՝ «Անգլերենը հատուկ նպատակների համար (ESP)»<sup>12</sup> գիտակարգը, որը նոր լույս սփռեց մասնագիտական անգլերենի ուսումնասիրության վրա:

Այդ ժամանակաշրջանում ակնհայտ էր, որ ընդհանուր անգլերենի ուսուցումը չի բավարարում ուսանողների և գործատուների պահանջները: Հետևաբար, խնդրի լուծման համար շատ լեզվաբաններ և հետազոտողներ սկսեցին ուսումնասիրել լեզվի գործառման առանձնահատկությունները հանրային այնպիսի համակարգերում, ինչպիսիք են ակադեմիական, բժշկական կամ գործարար կազմակերպությունները: Գործարար անգլերենը «Անգլերենը հատուկ նպատակների համար» մոտեցման ենթաճյուղ է: Գործարար անգլերենը, ի տարբերություն անգլերենը հատուկ նպատակների համար գիտաճյուղի, ունի կրթական ավելի ընդարձակ նպատակներ՝ ոլորտի մասնագետներին թույլ տալ հասկանալ և տիրապետել գործարար

<sup>11</sup> Daniushina Y. V. Business linguistics and business discourse // Calidoscopio, University of Vale do Rio dos Sinos, Brasil, 2010, vol. 8, num. 3, p. 241-247.

<sup>12</sup> English for Specific Purposes, Elsevier, 2001, Volume 20, Issue 3, p. 249-266.

միջավայրին և պայմաններին վերաբերող հիմնախնդիրներին, ծանոթանալ գործարար աշխարհին և այլն, մինչդեռ անգլերենը հատուկ նպատակների համար գիտաճյուղը ուսումնասիրում է անգլերենը քիմիայի, բժշկության, զբոսաշրջության կամ այլ համատեքստերում:

Դ. Էվանսի<sup>13</sup> մոտեցմամբ գործարար անգլերենը բաժանվում է երկու խմբի՝ անգլերեն ընդհանուր գործարար նպատակների համար (English for general business purposes) և անգլերեն հատուկ գործարար նպատակների համար (English for special business purposes):

Տ. Պիերինի<sup>14</sup> տարբերակում է «գործարար խոսույթ» և «տնտեսական խոսույթ» եզրույթները: Տնտեսական խոսույթը գիտատեխնիկական այն լեզուն է, որը հիմնականում օգտագործվում է համալսարաններում և հետազոտություններում ներմասնագիտական և միջմասնագիտական հաղորդակցության նպատակներով:

Բսկ գործարար խոսույթը, ինելով գիտական լեզվի գործնական արդյունք, կիրառվում է մասնագետների և ոչ մասնագետների կողմից՝ միջազգային և միջմշակութային փոխներգործությունն ապահովելու նպատակով:

Երկրորդ ենթադիվում («Տերմինաբանության ընդհանուր նկարագիրը») դիտարկվում են «տերմինաբանություն» և «տերմին» հասկացությունները:

Մ. Կաբրեն<sup>15</sup> կարծում է, որ տերմինաբանությունը՝ որպես անընդհատ փոփոխվող և զարգացող օղակ, կախված է հասարակական, քաղաքական և տնտեսական զարգացման չափանիշներից: Որպես այդպիսին՝ այն նույնպես դառնում է հասարակական պահանջների ջատագովը: Տերմինաբանությունը, տեղեկատվություն մատակարարելով գիտությանը, առաջին հերթին կառուցում է գիտելիք գիտության ներսում, որն էլ նրա զարգացման նախապայմանն է: Գիտելիքն այն ուժն է, որը մարդկանց մղում է հաղորդակցության, առանց որի անհնար է դառնում հասարակական, տնտեսական, քաղաքական և մշակութային անցուղարձը ամբողջ աշխարհում: Գիտելիքը մշտակայուն է, մինևույն ժամանակ, դարի պահանջներից էլնելով, փոփոխական: Այն իրականում ապահովում է հասարակությունների և համայնքների միջև հաղորդակցությունը, քանի որ կախված է հասարակության իրական պահանջներից: Տերմինաբանության նկատմամբ հետաքրքրությունն առաջացել է դեռևս վաղ ժամանակներից, որտեղ ուսումնասիրության օբյեկտը տերմինն է՝ իր ծագումնաբանական, իմաստաբանական, կառուցվածքային և գործաբանական հատկանիշներով:

---

<sup>13</sup> Dudley-Evans T., John M. J. S. Developments in English for specific purposes: a multi-disciplinary approach // Cambridge university press, UK, 1998, 301 p.

<sup>14</sup> Pierini F. Definition and main features of Business English with a special regard to differences with the language of economics // Institutional research information system - AIR institutional research // University of Genova, Italy, 2015, 01, p. 109-119.

<sup>15</sup> Cabré M. T. C. Terminology, theory, methods and applications // John Benjamins, Barcelona, 1999, 248 p.

Ե. Գոլովանովայի<sup>16</sup> պնդմամբ տերմինաբանությունն ուսումնասիրվում է ոչ միայն լեզվաբանության և զուտ տերմինաբանության, այլև տեղեկատվական տեսության, տրամաբանության, փիլիսոփայության, ճանաչողական և գործաբանական ոլորտները:

Լեզվաբան Ջ. Սագերը<sup>17</sup> տարբերակում է տերմինի ձևավորման երկու տեսակ՝ առաջնային և երկրորդային: Առաջնային տերմինի ձևավորումն ուղեկցվում է նոր հասկացության ձևավորմամբ, որը միալեզու է: Այն կարող է լինել ժամանակավոր, պայմանական կամ վերջնական: Երկրորդային տերմինի ձևավորումը տեղի է ունենում, երբ առկա հասկացության համար երևան է գալիս նոր տերմին: Վերջինիս ձևավորման նախադրյալներն իրականացվում են երկու տարբեր իրավիճակներում՝ միալեզու տերմինաբանության վերանայման, այն է՝ փաստաթղթեր կազմելու համար, և լեզվական հանրությունում նոր գիտելիքի փոխանցման նպատակով:

Ջ. Համբլեյի<sup>18</sup> տեսության համաձայն, կառուցվածքային դիտանկյունից էլնելով, տերմինները բաժանվում են պարզ, բարդ և տերմինաբանական արտահայտությունների:

Պարզ տերմինները միաբաղադրիչ են, իսկ բարդ տերմինները՝ բազմաբաղադրիչ: Տերմինային արտահայտությունները կարող են լինել բայական, ածականական, նախդրային, մեծամասամբ՝ գոյականական հիմքով:

Երրորդ ենթադասում («Հասկացության փոխաբերության առանձնահատկությունները գործարար տերմինաբանության մեջ») նկարագրվում են հասկացության փոխաբերության առանձնահատկությունները: Գիտական տերմինաբանությունը ստեղծվում է գիտնականների և նեղ մասնագետների կողմից: Դրա նպատակն է կապ սահմանել նշանի, հասկացության և առարկայի միջև:

Ջ. Լակոֆի և Մ. Ջոնսոնի<sup>19</sup> տեսությունների համաձայն սովորական հասկացության համակարգը փոխաբերական բնույթ ունի: Սագերը կարծում է, որ փոխաբերական հասկացությունները վերաբերում են բոլոր գիտաճյուղերին:

Տարբերակվում ենք գոյական, ածական և բայական հիմքերով հասկացություններ, որոնք կրում են համապատասխան իմաստներ: Փոխաբերական հասկացությունը լայնորեն տարածված է գործարար անգլերենում և որպես հարաբերական հասկացություն ներառում է լեզվաբանական, գործաբանական և ճանաչողական չափանիշներ: Լեզվաբաններ Ջ. Չարթերիս-Բլեքը, Տ. Էննիսն<sup>20</sup> ու Ե.

---

<sup>16</sup> Голованова Е. И. Когнитивно-историческое терминоведение: предмет, проблематика, инструментарий // Вопросы когнитивной лингвистики, РФ, 2008, №2 (015), с. 51-54.

<sup>17</sup> Sager J. C. A practical course in terminology processing // John Benjamins pub. company, Amsterdam/Philadelphia, 1990, 276 p

<sup>18</sup> Humbley J. Dubuc, Robert (1997): Terminology: A Practical Approach // Meta: Translators' Journal //Adapted by Elaine Kennedy, Quebec, Linguatex, 1999, 44 (2), p. 376-378.

<sup>19</sup> Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by // The University of Chicago press, 1981, 260 p.

<sup>20</sup> Charteris-Black J., Ennis T. A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting // The New York Times <https://www.nytimes.com/2007/11/11/business/11dilbert.html>



Ջենդրիչը<sup>21</sup> հակված են կարևորելու ուսումնասիրության գործարանական ուղղվածությանը մեկնաբանելով, որ փոխաբերությունները միշտ օգտագործվում են հաղորդակցման հատուկ համատեքստում: Գործարար հաղորդակցության մեջ փոխաբերությունների միջոցով արտացոլվում է մտածելակերպը: Փոխաբերությունները լեզվին հաղորդում են բազմազանություն, պատկերացում, համեմունք և գույն: Գործնականում փոխաբերությունների միջոցով արտահայտվում են տեսակետներ, թույլ և ուժեղ զգացմունքներ:

Այսպիսով վերը քննարկված դիտարկումները թույլ են տալիս եզրակացնել, որ գործարար անզլերենը լի է փոխաբերական, փոխանվանական հասկացություններով, որոնք ոչ միայն ձևավորում են նոր տերմիններ և հասկացություններ, լեզվական կադապարներ, այլև արտահայտում են գործարար աշխարհին վերաբերող տարբեր ընթացակարգեր:

**Երկրորդ գլուխը՝** «Տրանստերմինոլոգիան՝ որպես լեզվական երևույթ», բաղկացած է երեք ենթագլխից:

Առաջին ենթագլխում («Տրանստերմինոլոգիան՝ որպես տերմինի ձևավորման աղբյուր») նկարագրվում է տրանստերմինոլոգիան՝ որպես լեզվական երևույթ: Տ. Ռիժենկովան<sup>22</sup> կարծում է, որ տրանստերմինոլոգիան տերմինաբանական այն երևույթն է, որի արդյունքում մի գիտական ասպարեզից մյուս գիտական ասպարեզ են թափանցում տերմիններ և հարմարվում նոր ոլորտին: Երևույթի հետազոտությունը առաջնահերթ է այն առումով, որ այն ամփոփապես առնչվում է իմաստաբանական փոխանցմանը, ինչպես նաև նոր հասկացությունների ձևավորմանը և արտահայտմանը, որի միջոցով հարստանում է գիտական ասպարատը: Այն տեղ է գտել բոլոր գիտաճյուղերում՝ իրավաբանական, տնտեսագիտական, բժշկական, երկրաբանական, ֆինանսական և այլն:

Ս. Տելեգուզն ու Ա. Ֆոմինը<sup>23</sup> տրանստերմինոլոգիան ուսումնասիրում են «հանքարդյունաբերություն» գիտության մաս կազմող աերոլոգիայի և օդափոխության ոլորտներում, որոնք ձևավորվել են քիմիայի, ֆիզիկայի և երկրաբանության հիման վրա: Ըստ հեղինակների՝ տրանստերմինոլոգիայի արդյունքում տեղի են ունենում իմաստի մասնակի կամ ամբողջական փոփոխություններ: Հեղինակներն առանձնացնում են «արտակա» և «ներակա տրանստերմինոլոգիա» հասկացությունները: Արտակա տրանստերմինոլոգիայի դեպքում տեղի է ունենում իմաստի ամբողջական փոփոխություն, և տերմինը ձեռք է բերում նոր սահմանում: Իսկ ներակա տրանստերմինոլոգիայի դեպքում տերմինի

---

<sup>21</sup> Jendrich E. Metaphors in business communication // Culture and business language // Section 5: Lexicology, discourse analysis, III int. conference, St. Petersburg, 2016, vol. 214, p. 117-133.

<sup>22</sup> Рыженкова Т. В. Специфика процесса транстерминологизации в отраслевой терминосистеме: на материале русской и английской терминологии правоведения // Автореф. дис. канд. филол. наук, 2001, 187 с.

<sup>23</sup> Teleguz A. A., Fomin A. G. Transterminologization in the aerology and ventilation term system // Journal of Siberian federal university // Humanities and social sciences, Serbia, 2015, 12, p. 2960-2969.

իմաստը չի փոփոխվում: Երկրորդ ենթագլխում («Ներակա տրանստերմինոլոգիայի դրսևորումը գործարար անզլերենում») նկարագրվում են ներակա տրանստերմինոլոգիայի լեզվական, իմաստաբանական, ծագումնաբանական և կառուցվածքային գործառնությունները գործարար անզլերենում, մասնավորապես «Կառավարում», «Նախագծերի կառավարում», «Տնտեսագիտություն», «Շուկայաբանություն» և «Նեյրոշուկայաբանություն» գիտակարգերում: Ներակա տրանստերմինոլոգիան գիտակարգի ներսում իրականացնում է բառաբարդում, որի արդյունքում առաջանում են երկբաղադրյալ և բազմաբաղադրյալ բառեր՝ ձեռք բերելով տերմինաբանական արժեք: Բառաբարդման հետևանքով առաջանում են բազմաբաղադրյալ տերմիններ, որոնք վերածվում են հապավումների:

**Աղյուսակ 1**

<b>Կառուցվածքային բանաձև</b>	<b>Ներակա Տրանստերմինոլոգիա</b>	<b>Հայերեն համարժեքը</b>
<b>Noun (գոյական)</b>	marketing	Շուկայաբանություն
<b>noun+noun (գոյական+գոյական)</b>	brand marketing, brand audit	բրենդային շուկայաբանություն, բրենդային աուդիտ
<b>adjective+noun+noun (ածական+գոյական+գոյական)</b>	integrated marketing communications (imc)	ինտեգրված շուկայաբանական հաղորդակցություններ
<b>noun+noun+noun (գոյական+գոյական+գոյական)</b>	brand development index (bdi)	բրենդի զարգացման ինդեքս

Ներակա տրանստերմինոլոգիայի դեպքում տերմինը, ներթափանցելով հարակից գիտակարգ, ամբողջովին չի փոխում իմաստը, այլ տվյալ գիտակարգին հաղորդում է գիտական հատուկ շունչ: Ավելի լայն իմաստով ներակա տրանստերմինոլոգիան նպաստում է գիտական լեզվի հարստացմանն ու զարգացմանը:

Երրորդ ենթագլխում («Արտակա տրանստերմինոլոգիայի դրսևորումը գործարար անզլերենում») նկարագրվում են ապրանքանիշային անունների լեզվական առանձնահատկությունները՝ արտակա տրանստերմինոլոգիայի դիտանկյունից: Օրինակ՝ *Yahoo* տերմինը հետաքրքիր պատմություն ունի: Այն առաջին անգամ կիրառվել է 1726թ. -ին Ջ. Սվիֆթի<sup>24</sup> «Գուլիվերի ճանապարհորդությունները» գրական ստեղծագործության մեջ: Ծագումնաբանական

<sup>24</sup> Swift J. Gulliver's travels // Oxford university press, New York, 1993, 56 p.

տեսանկյունից այն նշանակում է «դաժան մարդ»: 1994թ.-ից սկսած՝ այն համացանցային որոնման գործիք է:

Ապրանքանիշերի անվանումները վերաբերում են ոչ միայն ապրանքանիշերին, այլև անհատներին, որոնք հանրային կերպարներ են: Մրցակցային մեր ժամանակներում գործարար մարդիկ փորձում են ստեղծել այնպիսի ապրանքանիշներ, որոնք համահունչ են իրենց կերպարին: Այսպիսի ընթացակարգը ընդունելի է այն նկատառումով, որ երկարատև հիշողության պահպանման և տպավորություն գործելու մեծ ներուժ է կրում իր մեջ: Այս տեսանկյունից ելնելով՝ անցկացվել է գիտափորձ, որի ընթացքում կիրառվել են որակական այնպիսի մեթոդներ, ինչպիսիք են դիտարկումը, հարցազրույցը և հանրալեզվաբանական վերլուծությունը: Գիտափորձի մասնակիցները պետք է ընտրություն կատարեին երկու տերմինների միջև՝ *perfume effect* և *sandwich effect*:

Գիտափորձը հետապնդում էր ներքոնշյալ նպատակները՝

- պարզել, թե ինչպես են արտակա տրանստերմինները վերածվում ապրանքանիշային անունների, նույնականացվում այն հիմնադրողների հետ և նրանց դարձնում «անհատը՝ որպես ապրանքանիշ»,
- ուսումնասիրել մասնակիցների վերընթաց ուշադրությունը (*bottom-up-attention*) և վերապրած արժեքը (*experienced value*) «Ներդրուկայաբանություն» գիտակարգում,
- գտնել արտակա տրանստերմինների դրսևորման արտալեզվական պատճառները:

*Perfume effect* տերմինը տպավորել էր բոլոր մասնակիցներին, որի արդյունքում բանախոսը համարվեց որպես ապրանքանիշի կերպար (*brand image*) կամ հանրային կերպար (*public image*), առավել պատկերավոր որպես «օժանդելիքի ազդեցությամբ» մենթոր (*perfume effective mentor*): *Sandwich effect* արտահայտությունը լայնորեն տարածված է գործարար անգլերենում: Այն գործարար բարդ բանակցություններ վարելու արժեքավոր միջոց է, երբ քննադատությունը նախորդում և հաջորդում է հաճոյախոսությանը: Այսպիսով՝ անձի բրենդավորման հիմքում ընկած է դրական և հիշվող տպավորություն թողնելու միտումը: Մեր օրերում ամբողջ աշխարհում, Հայաստանում ևս, անհատը դիտարկվում է որպես «ապրանքանիշ», քանի որ ապահովում է բիզնեսի խթանումը:

**Հավելված 1**

***Մասնակիցների ժողովրդագրական տեղեկություններ***

**Գազմակերպիչ՝ շահույթ չհետապնդող ընկերություն՝** «Կանայք բիզնեսում, ներդրում ապագայի համար»

**Վայրը՝** Լոֆթ՝ արվեստի և ժամանցի կենտրոն Հայաստանում

**Նպատակը՝** Ընտրել մենթոր

**Տարիքը՝** 22-40

**Մասնագիտություն՝** Կառավարիչներ

**Լեզուն՝** հայերեն

**Տևողությունը՝** 1,40 րոպե

Մասնակից 1	կառավարիչ
Մասնակից 2	կառավարիչ
Մասնակից 3	կառավարիչ
Մասնակից 4	կառավարիչ
Մասնակից 5	կառավարիչ
Մասնակից 6	կառավարիչ
Մասնակից 7	կառավարիչ
Մասնակից 8	կառավարիչ
Մասնակից 9	կառավարիչ
Մասնակից 10	կառավարիչ

Ապրանքանիշային տերմինները կապված են արտակա տրանստերմինոլոգիայի հետ և կրում են փոխաբերական իմաստներ ու հասկացության համակարգեր:

Արտակա տրանստերմինոլոգիայի արդյունքում տեղի է ունենում բառիմաստի ընդլայնում, որն էլ հանգեցնում է հիմնարար գիտելիքների զարգացմանը: Ապրանքանիշային անունները ազդանշանային բառեր կամ հուզական ցուցիչներ են, որոնք մարդկային ուղեղը կենտրոնացնում են արագ որոշում կայացնելուն: Կարճ տերմինները հզոր ազդակներ են, որոնք վերածվում են անձնային ապրանքանիշային անունների: Արդյունքում անձնային ապրանքանիշային անունները դառնում են տերմինային արժեք: Ապրանքանիշային անունները, որոնք ընդգրկում են կենդանիների, մրգերի կամ աշխարհագրական անուններ, կրում են հանրալեզվաբանական բնույթ, քանի որ ի հայտ են գալիս հասարակական տարբեր համայնքներում՝ նոր մտքեր արտահայտելու անհրաժեշտությունից դրդված: Մրցակցային աշխարհում տարբերվելը մարդկանց ստիպում է նորարարական ուղիներ գտնել: Կոնկրետ իրավիճակներում հատուկ տերմիններն արտահայտում են նոր մտքեր և գաղափարներ: Հիրավի, ապրանքանիշային նոր անունների ստեղծումը դարձել է դարի պահանջը: Դրանց կիրառումը տարբեր գործարար իրավիճակներում

կարող է խթանել ուշադրությունն ու որոշում կայացնելու կարողությունը: Այսպիսով՝ ն՝ արտակա, ն՝ ներակա տրանստերմինոլոգիան տեղ է գտնում

գործարար անգլերենի բոլոր ոլորտներում: Երկու տեսակներն էլ գործուն կերպով մասնակցում են գիտակարգերի հարստացմանն ու զարգացմանը:

**Երրորդ գլուխը՝** «Տրանստերմինոլոգիայի ճանաչողական նկարագիրը», բաղկացած է երեք ենթագլխից: Առաջին ենթագլխում («Գործարար անգլերենում կենդանուն արտահայտող տրանստերմինների լեզվաբանական վերլուծություն») վեր են հանվում կենդանուն արտահայտող տրանստերմինների լեզվական առանձնահատկությունները: Տարբերակում ենք «Մարդիկ կենդանիներ են» և «Ինստիտուտները կենդանիներ են» փոխաբերական և փոխանվանական ճյուղերը, որոնք արտահայտում են հասկացության տարբեր համակարգեր: Մարդիկ կենդանիներ են փոխաբերության ժամանակ կենդանիների մի շարք հատկանիշներ վերագրվում են մարդկանց՝ որպես թիրախային տիրույթներ:

Կենդանուն արտահայտող փոխաբերությունը սոնտեսական և գործարար աշխարհում պայմանավորված է ինչպես մարդկային, այնպես էլ անկենդան երևույթների հասկացություններով: *Purple cow* «մանուշակագույն կով» արտահայտության հեղինակն ամերիկացի հայտնի գրող, գործարար, խոսնակ Ս. Գոդինն<sup>25</sup> է: Նա իր «Purple Cow» գրքում ներկայացնում է շուկայաբանության ևս մեկ տեսակ (*P, purple cow*), որը, ըստ նրա, նորարարություն և հեղափոխություն է առաջացնում շուկայաբանության բնագավառում: «Մանուշակագույն կովի» փոխաբերությունն օգտագործելով շուկայաբանության ոլորտում հեղինակը ցանկանում է ներդրում ունենալ ու այն դարձնել հետաքրքիր և ուշագրավ (*remarkable*): Գրքում կա ևս մեկ օրինակ՝ «շագանակագույն կով» (*brown cow*) արտահայտությունը, որին հաճախակի հանդիպում ենք գյուղ գնալիս : Փոխաբերական իմաստով դրանք այն գովազդներն են, որոնք միանման են և շատ ձանձրալի: Մանուշակագույն կովի փոխաբերությունը միտված է գործարար աշխարհը դարձնելու ուշագրավ, այսինքն՝ հանրային բոլոր շերտերին հետաքրքիր ու հասանելի, իսկ շագանակագույն կովերը զուգորդվում են ձանձրույթի հետ, որը ոչնչով չի նպաստում կյանքի որակի բարձրացմանը:

Օրինակ ներքոգրյալ նախադասության մեջ *purple cow* տրանստերմինը բնորոշվում է որպես շուկայում նորարարություն բերող անձ, որի հեղինակությունը բարձրանում է գործարար աշխարհում:

*He hopes that adding more conspicuous references to his celebrity might create what marketers call a "purple cow" — that singular distinction that gets people talking* (The New York Times, 2024).

Այսպիսով՝ «կենդանիների փոխաբերությունը»՝ որպես տրանստերմինոլոգիայի դրսևորում, նպաստում է գործարար կոնկրետ նպատակների արդյունավետ իրագործմանը՝ գործարար աշխարհի տարբեր շերտերում:

---

<sup>25</sup> Godin S. Purple cow: transform your business by being remarkable // Portfolio books, Penguin pub., USA, 2002, 160 p.

Երկրորդ ենթագլխում («Գործարար անզլերենում գունային տրանստերմինների լեզվաբանական վերլուծություն») վեր են հանվում գունային տրանստերմինների լեզվաբանական առանձնահատկությունները: Գունային տրանստերմինները լայնորեն տարածված են տնտեսական խոսույթում: Գունային յուրաքանչյուր տրանստերմին ներկայացնում է գործարար առանձին տիրույթ կամ թիրախային խումբ: Նրանք հարստացնում և զարգացնում են գործարար անզլերենի տերմինաբանությունը:

Գույները ներառում են տեղեկատվություն, որով ազդում են մարդու ուղեղի վրա, ոչ միայն տեսողական, այլև մտավոր հատվածներում: Տեղեկատվությունը, որը կրում են գույները, գալիս է դեռևս պատմական ժամանակաշրջանից: Գաղտնիք չէ, որ գույները տարբեր լեզուներում ունեն հստակ նշանակություն և ազդեցություն: Այս փաստը, սակայն, չի խանգարում գույներին իմաստ հաղորդելու այն լեզվին, որտեղ նրանք հարմարվում են: Օրինակ՝ սև գույնն ունի թե՛ դրական, և թե՛ բացասական նշանակություն: Դրական իմաստով այն մատնանշում է հեղինակություն, ուժ, հսկողություն, պաշտպանություն և հարմարավետություն, իսկ բացասական իմաստով պարունակում է առեղծվածային, խճճված, ճնշված կամ վատատես փոխաբերական հասկացույթներ:

*Black economy* (սև կամ ստվերային տնտեսություն) տրանստերմինը վերաբերում է այն ապրանքներին, որոնք վճարվում են կանխիկ և հետևաբար չեն հարկվում: Այն հայտնի է նաև «ստվերային տնտեսություն», «թաքնված տնտեսություն» և «գուգահեռ տնտեսություն» անուններով: *Ստվերային, թաքնված և գուգահեռ* բառերը կապվում են սև գույնի փոխաբերության հետ՝ խորհրդանշելով ինչ-որ առեղծվածային բան: *Black money* և *black market* տերմինները ինչ-որ կերպ նման են վերջինիս: Դիտարկված նախադասության մեջ *black market* տրանստերմինը կրում է փոխաբերական իմաստ, համանուն է և շեշտադրում է պահեստամասերի օրենքով արգելված վաճառքի խթանումը:

*There is a flourishing black market<sup>26</sup> in spare parts for cars.*

Համաձայն ճանաչողական վերլուծության՝ գործարար անզլերենում փոխաբերությունները հասկացութային համակարգեր են, որոնք նկարագրում են կոնկրետ տիրույթներ կամ մարդկանց թիրախային խմբեր: Հասկացութային համակարգերն արտահայտվում են «գույնը տնտեսություն է», «գույնը մարդ է», «գույնը ընթացակարգ է» փոխաբերական հասկացույթներով:

Երրորդ ենթագլխում («Գործարար անզլերենում բնագիտական տրանստերմինների լեզվաբանական վերլուծություն») իրականացվել է բնագիտական տրանստերմինների լեզվաբանական ուսումնասիրություն:

Բացի կենդանուն արտահայտող և գունային տրանստերմիններից, գոյություն ունեն նաև բնագիտական տերմիններ: *Bubbel* տերմինը ծագել է դեռևս 14-րդ դարում գերմաներենում: Առաջնային իմաստով այն նշանակում էր ջրով կամ գազով լցված պղպաղակ: Այդ իմաստով այսօր էլ կիրառվում է ընդհանուր անզլերենում,

<sup>26</sup> Collin P. H. Dictionary of banking and finance // A&C black publishers, London, 2005, 402 p.

բնագիտական գիտություններում: Փոխաբերական իմաստով այն կիրառվել է 1590թ. խորհրդանշելով ինչ-որ բան իրականացնելու պատրաստականություն, կայունություն: 1720թ. լայն տարածում է գտել Անգլիայում՝ ֆինանսական ոլորտում, երբ այնտեղ ստեղծվեց «Հարավային ծովի պղպջակ» (*South Sea Bubble*) իրավիճակը: Ժամանակակից գործարար ոլորտում տնտեսական պղպջակները տեղի են ունենում այն ժամանակ, երբ ապրանքի գները ավելանում են ինքնաթմբից<sup>27</sup>:

Պղպջակը տնտեսական շրջանակ է, որը բնութագրվում է շուկայական արժեքի արագ սրմամբ, մասնավորապես ակտիվների գնի մեջ:

Տերմինի համար առաջարկվում է հայերեն թարգմանության «գնուճացում» տարբերակը: Մեջբերված օրինակում *bubble* տրանստերմինը համանուն է և նախադասության մեջ ենթակվել է փոխաբերականացման:

*Economists fear that the economic bubble will pop and lead to a new recession*<sup>28</sup>.

Այսպիսով՝ տարբերակում ենք տրանստերմինների մի շարք տեսակներ՝ կենդանուն արտահայտող, գունային և բնագիտական, որոնց կազմի մեջ են մտնում գիտական տերմիններ: Տրանստերմինների մեջ առկա են համանուններ և փոխաբերություն պարունակող տերմիններ: Մրանով է պայմանավորված այն, որ գործարար անգլերենում առկա տրանստերմիններին բնորոշ է իմաստի մասնակի կամ ամբողջական փոփոխություն: Տրանստերմինները ինչպես առանձին, այնպես էլ արտահայտությունների մաս կազմելով, կարող են լեզվագործաբանական տարբեր գործառույթներ իրականացնել:

### **Հետազոտության արդյունքները՝**

1. Էվոլյուցիոն լեզվաբանության ուսումնասիրության դրույթներից ելնելով՝ տրանստերմինոլոգիայի առաջացման պատճառներն են մտքի և գիտության, տնտեսության զարգացման ընթացակարգերը: Այսինքն՝ նոր մտքեր և գաղափարներ արտահայտելու անհրաժեշտությունն է, որ հանգեցնում է տրանստերմինների ներթափանցմանը: Համաժամանակյա և տարաժամանակյա վերլուծության արդյունքում ավելի ակնհայտ են դառնում տերմինների առաջնային և երկրորդային իմաստների առաջացման դրդապատճառները, որոնք հիմնականում բխում են կա՛մ այլ լեզուներից փոխառված տերմիններից, կա՛մ էլ նոր գաղափարներ արտահայտելու անհրաժեշտությունից: Տրանստերմինների մեջ առկա են համանուններ, փոխանուններ և փոխաբերություն պարունակող տերմիններ:

2. Հանրալեզվաբանական գործընթացի հետևանքով տրանստերմինոլոգիան իրականացվում է կոնկրետ լեզվի հասարակական շերտերում՝ անհատի տիրույթից հասարակական տիրույթի փոխանցմամբ՝ կրելով նոր հասկացություններ ստեղծելու միտումը:

3. Տրանստերմիններին ներհատուկ է բառակազմության ընթացակարգը, որը տեղի է ունենում կոնկրետ գիտական ապարատի ներսում: Բառակազմության փոփոխությունը, որն իրականացվում է բառաբարդման միջոցով, հանգեցնում է

<sup>27</sup> Investopedia <https://www.investopedia.com/>

<sup>28</sup> Cambridge Dictionary <https://dictionary.cambridge.org/>.

իմաստի փոփոխության, որն էլ ինքնաբերաբար իմաստի ընդլայնման նախապայմանն է: Այս երևույթի առկայությունը ստիպում է կարծել, որ ձևի փոփոխությունը հանգեցնում է իմաստի փոփոխության:

4. Իմաստաբանական վերլուծության արդյունքում նկատվում են տրանստերմինների իմաստի ընդլայնում և նեղացում:

5. Կառուցվածքային տեսանկյունից տրանստերմինների ճնշող մեծամասնությունը բաղկացած է գոյական, ածական խոսքի մասերից, որոշիչ հոդից և նախդիրներից: Առանձնացվել է տրանստերմինների ընդհանուր 17 բանաձև:

6. Սույն ատենախոսության մեջ քանակական վերլուծության արդյունքում առանձնացվել է 473 գոյական, 171 ածական, 9 նախդիր և 3 որոշիչ հոդ: Տարբերակում ենք տրանստերմինների մի շարք տեսակներ՝ կենդանուն արտահայտող, գունային և բնագիտական, որոնց կազմի մեջ են մտնում գիտական տերմիններ:

Այսպիսով՝ տրանստերմինները, ներթափանցելով մի գիտակարգից մեկ այլ գիտակարգ, հարստացնում են գործարար անզլերենի տերմինաբանությունը՝ դրանով իսկ նպաստելով տերմինաշինության և հաղորդակցության առաջընթացին: Հիրավի, տրանստերմինոլոգիան դառնում է գիտության, տերմինաբանության, բառարանագրության և լեզուների զարգացման ցուցիչն ու պատմությունը:

### **Ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլված են հետևյալ հրապարակումներում**

1. Գործարար անզլերենում կենդանական տրանստերմինները որպես տնտեսական և գիտակրթական ոլորտները խթանող գործոններ // Եվրոպական համալսարանի գիտական հոդվածների ժողովածու, ՀԵՀ հրատ., Եր., 2021, 12 (02), էջ 263-276:

2. Տրանստերմինոլոգիայի գործառույթը լեզվաբանության դիտանկյունից // «Բանբեր» Վ. Բրյուսովի անվան պետական համալսարան, «Լինգվա» հրատ., Եր., 2022, 1(60), էջ 153-166:

3. Գործարար անզլերենում տրանստերմինների լեզվաբանական վերլուծություն // Եվրոպական համալսարանի գիտական հոդվածների ժողովածու, ՀԵՀ հրատ., Եր., 2021, 12 (01), էջ 403-417 ( Համահեղինակ՝ Հարությունյան Լ.):

4. Socio-cognitive properties of color transterms in Business English // Central European Management Journal, Poland, Scopus indexed, 2022, Vol. 30, №4, p. 1725-1737, DOI: <https://doi.org/10.57030/23364890.cemj.30.4.176>.

5. Transterminologisation: A formation tool in neuromarketing thesaurus // Journal of Research Administration, ISSN: 1539-1590|E-ISSN:2573-7104, USA, Scopus, WOS indexed, 2023, Vol. 5, No. 2, p. 6776-6788, <https://journalra.org/index.php/jra/article/view/824>.



**Arusyak Ivanyan**  
**The Display of Transterminologisation in Business English**  
**Summary**

In the modern world, the role of the development of terminology is of primary importance. As is known, terminology is a system of words that provides information about this or that scientific apparatus.

The **focus** of the dissertation is Business English terminology, and the subject of research is transterminology. About 339 transterms have been taken into consideration in the investigation, a sizable portion of which were examined in depth. We considered transterms that align with the issues raised by our research when selecting the content.

The main **objective** of the research is to study the processes of transterminology and to uncover the features of transterminology in Business English. It is very important to carry out a large-scale research and discover how terms are transferred from one system to another and adapt there. Due to the general purpose of the research, the following issues were raised:

- to study transterminology as a linguistic process, its manifestation in Business English,
- to study and discover individual terms that, being transmitted from one scientific apparatus to another, change their meaning partially or completely, to uncover their structural features, to carry out textual and lexical analysis,
- to classify and analyze the transitions of the various branches of Business English, not as a function that distorts the scientific apparatus, but rather as a means of enrichment of the scientific apparatus,
- extract chronological and etymological data of transterm transmission. The etymological study of transterms will provide an opportunity to reveal the true picture of their transfer and adaptation from one science to another.
- explore the explicit and implicit transterminology, and discover what semantic changes a term undergoes,
- find out the reasons why a given term becomes less applicable in its scientific system and becomes more applicable when transferred to another scientific or related scientific system.

The **topicality** of the present research stems from the limited number of studies on the concept of transterminology as a phenomenon of creating new word meanings, as well as the need to systematize the language units that play an important role in the latter processes and describe their semantic transformations. In the context of Armenian linguistics, transterminology as a linguistic phenomenon is almost not studied. Studies on it are scarce. Transterminology enriches related and unrelated scientific fields with new terminology and conceptual systems. As a result of explicit and implicit transterminology, Business English is enriched as a discipline. Terms from different disciplines are imported and adapted into Business English, carrying a partial or complete change in meaning. There

is also a structural change, as a result of which the meaning of the term is broadened or narrowed. The etymological and semantic analysis of the terms is fundamentally of a general linguistic nature since intertemporal and synchronous transitions are carried out in certain public layers.

The scientific **novelty** of the dissertation is determined by the study of transterms in Business English through metaphorization based on the comprehensive material of transterminology.

- the semantic, cognitive, structural, and etymological analysis and classification of the transterms formed as a result of the metaphorization, based on the linguistic features.

- the semantic affiliation, word-formation devices, and linguistic features of animal, color, and science transterms used in Business English.

The **methodological framework** is based on etymological, semantic, conceptual, structural, sociolinguistic, statistical, and experimental approaches. The experiment was carried out using qualitative methods such as interviews and observation.

The **theoretical significance** of the work is manifested in the results of the research that will contribute to a complete understanding of the "transterminology" phenomenon, the characteristics of its types, as well as to defining the patterns of development of the theory of general terminology.

The **practical value** of the research is conditioned by the fact that the materials and results of the present study can be used in developing special courses and seminars on semantics, lexicography, general and historical terminology, as well as in preparing educational materials for Business English courses.

## Арусяк Иванян

### Проявление транстерминологизации в деловом английском языке

#### Резюме

В современном мире роль развития терминологии имеет первостепенное значение. Изучение данной сферы обязательно, так как это обусловлено процессами развития и совершенствования необходимого научного аппарата.

Как известно, терминология – это система лексических данных, которая предоставляет информацию относительно того или иного значения в научном аппарате. Под «терминологией» подразумевается совокупность терминов, принадлежащих конкретному языку в среде предмета изучения. Термины – это слова, которые имеют различное значение, структуру и лингвистическое употребление.

В данной диссертации **объектом исследования** является терминология делового английского языка. **Предметом исследования** представляется транстерминология и ее обобщающие признаки. В диссертационной работе было рассмотрено около 339 транстерминов, подавляющая часть которых была подвергнута тщательному изучению и анализу. При выборе материалов были учтены все те формы транстерминов, которые соответствуют задачам и определяют поставленные проблемы данного исследования.

**Основной целью** исследования является изучение процессов транстерминологии и выявление их особенностей в деловом английском языке. Особенно важно было провести широкомасштабное исследование и выявить, как и каким образом термины передаются из одной системы в другую и адаптируются в ней. Принимая во внимание общую цель исследования, были поставлены следующие **задачи**:

- изучить терминологию в качестве лингвистического процесса и его проявление в деловом английском языке;
- изучить и выявить отдельные термины, которые при переходе из одного научного аппарата в другой полностью или частично изменяют свое значение; выявить их структурные особенности; провести текстовые и лексические исследования;
- классифицировать и анализировать транстермины в разных отраслях делового английского языка, рассматривая их не в качестве функций, искажающих научный аппарат, а, наоборот, как средство обогащения данного аппарата;
- выявить хронологические и генеалогические данные перехода транстерминов. Доказать, что генеалогическое исследование транстерминов дает возможность выявить реальную картину их перехода из одной науки в другую и возможности адаптироваться в ней;
- изучить внешнюю и внутреннюю транстерминологию и выявить, какие семантические изменения претерпевает термин, выяснить причины, по которым данный термин становится все менее употребляемым в своей научной среде, и, переходя в другую или смежную научную систему, становится более применимым.

**Актуальность** и важность исследования обусловлены малым количеством исследований, посвященных феномену «транстерминология» как явления для создания новых терминов, а также необходимостью координации языковых единиц, играющих важную роль в процессах транстерминологии и описания их семантических преобразований.

В контексте армянского языкознания транстерминология как лингвистическое явление, почти не была изучена. Исследования по этой теме малочисленны.

В результате внешней и внутренней транстерминологии обогащается деловой английский, представляющий как отдельная дисциплина. Термины из различных дисциплин проникают в деловой английский и адаптируются в нем, претерпевая частичное или полное изменение значений. Происходят и структурные изменения, в результате которых значение термина расширяется или сужается.

Этимологический и семантический анализ терминов носит в основном общелингвистический характер, поскольку межвременные и синхронные переходы реализуются на определенных межлингвистических уровнях. Семантический, когнитивный, структурно-генеалогический анализ метафоризированных терминов и их классификация на основе их этнолингвистических особенностей, выявление лексической принадлежности, словообразовательных средств и языковых особенностей терминов в деловом английском языке определяют **научную новизну** работы.

**Теоретическая значимость исследования** обусловлена тем, что результаты исследования могут поспособствовать формированию наиболее полного представления о феномене «транстерминология» и пониманию особенностей ее отдельных видов, а также определению закономерностей развития теории общей терминологии.

**Практическая значимость исследования** определяется тем, что его материалы и выводы могут быть использованы при разработке семинаров и специальных курсов по семантике, лексикографии, общей и исторической терминологии, а также при подготовке учебных материалов для курсов делового английского языка. Результаты исследования также могут использоваться в лексикографической практике. Исследование феномена «транстерминология» в деловом английском позволит профессионалам, изучающим деловой английский, менеджерам, работникам сферы финансов, банковского дела, бухгалтерского учета, маркетинга, и, вообще всем, кто работает в сфере бизнеса, правильно понять причины передачи и использовании новых терминов, усвоить их генеалогические и семантические особенности и внедрять их в различных сферах во благо своих профессиональных и деловых целей.









