

<https://doi.org/10.62837/2024.8.195>

AYTƏN PIRMƏMMƏDOVA
Azərbaycan Universiteti, Bakı, Azərbaycan
Aytan.S.Pirmammadova@au.edu.az

İQTİSADI TERMINLƏRDƏ OMONİMLİK **Xülasə**

Bu məqalədə iqtisadi diskursa işlədilən və biznes kommunikasiyasına dair terminoloji leksikada müşahidə olunan omonimlik fenomeni araşdırılır. Konkret nümunələr əsasında təhlilin nəticəsi əks etdirilir. İqtisadi diskurs janrı çərçivəsində tez-tez rast gəlinən omonimlərdən bəhs olunur və təsadüfə seçim nəticəsində ingilis dilinin korpusundan toplanmış bir sıra nümunələr vasitəsilə mövzu daha yaxından işıqlandırılır. Sözügedən məsələyə dair bəzi tədqiqat işləri təhlil edilərək araşdırma üçün metodoloji əsas yaradılır.

Açar sözlər: iqtisadi diskurs, omonimiya, omonimlərin növləri, iqtisadi terminologiya

HOMONYMY OF THE ECONOMIC TERMS

Aytan Pirmammadova

Abstract

This article researches the phenomenon of homonymy found in the economic discourse and terminological language used in business communication. Analysis and results are described based on concrete examples. Homonymy that is frequently encountered within the economic discourse genre is illustrated based on some randomly collected examples from the corpus of the language. It also reviews some papers dedicated to the issue. Some research materials are analyzed on the mentioned problem to form the methodological foundation.

Keywords: economic discourse, homonymy, types of homonyms, economic terminology.

ОМОНИМИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Айтан Пирмаммадова

Резюме

В настоящей статье исследуется феномен омонимии характерный экономического дискурса и терминов используемых в бизнес коммуникации. Результаты исследования показаны и описаны конкретными примерами. Омонимия которая часто встречается в рамках жанра экономического дискурса близко рассматривается на основе случайных примеров собранных из корпуса

английского языка. С целью формирования методологических оснований анализируются некоторые исследовательские работы по данной теме.

Ключевые слова: экономический дискурс, омонимия, виды омонимов, экономическая терминология.

Giriş

Diskurs dedikdə fikir və ideyaların verbal şəkildə, sözlə ifadə olunan mübdiləsini nəzərdə tutulur. Cümlədən böyük, koherentliyə və koheziyaya malik, praqmatikliyi və məqsədi bəlli dil vahidi diskurs hesab olunur. Bu cür dil vahidi həm vasitəli nitqə, həm də yazıya aiddir. Hər hansı bir şəxsə birbaşa ünsiyyət əsnasında baş tutan kommunikasiya aktı və ya hər hansı mövzunun müzakirəsi də diskurs kimi gözdən keçirilə bilər.

Diskurs termini fransız mənşəli olub *discours* terminindən yaranmışdır və mənası *nitq, diskurs, danışq üsulu* deməkdir. Diskurs nəzəriyyəsini əsasını təşəkkül tapması **E.Benvenistin** adı ilə bağlıdır. Dilçi diskurs sözünə terminoloji çalar verərək onu “*danışana məxsus nitq*” kimi dəyərləndirmişdir. (1, s. 296)

Diskurs təhlilinin əsasında dilin sosial kontekstdə gözdən keçirilməsi durur ki, bu funksiyanın tədqiqi və təhlili sosialinqvistika tərəfindən həyata keçirilir. İnsanın sosiumdakı müxəlif kontekstlərdə çıxışı, cəmiyyətin yazılmış və yazılmamış qayda-qanunlarının, mədəni, əxlaqi mühitin mühitinin dərkə və interpretasiyası sosio-koqnitiv təhlil nəticəsində mümkün olur. İqtisadi, siyasi mühit hal-hazırkı zaman və məkəndə bu və ya digər şəxsin yəni informasiya ötürücüsünün praqmatikası və istiqamətləndiyi auditoriya, eləcə də onun mədəni fon biliyi dilin aktualşaraq spesifik diskurs növünə çevrilməsini və məna kəsb edə bilmə funksiyasını yaradır. Cəmiyyətdəki mədəni qrupların müxtəlif fəaliyyət sahələrinə və fon biliyinə və s. faktorlara əsaslanaraq yaranan diskurs daşdığı funksiyasına və aktuallaşma sahəsindən aslı olaraq müxtəlif janrları ehtiva edir ki, bunlar da öz növbəsində müxtəlif elm sahələrində - linqvistika, sosiologia, media təhlili, tarix, politologiya, iqtisadiyyata və s. aid mətnlərdə özünü göstərir.

Diskurs təhlili keyfiyyətə əsaslanan tədqiqat növü kimi yazılı və şifahi, yəni verbal və ya qeyri-verbal dilin kontekstdə dərininə təhlilinə diqqət ayırır. Diskursun təhlilinin aparılmasında məqsəd dilin gündəlik kommunikasiyada işlənmə yollarını və xüsusiyyətlərini, sosial normaları tənziqləmədə rolunu və istifadə yollarını, biliyin yaradılması prosesini dəstəkləmə tərzini dərk etməyə əsaslanmışdır. Diskurs təhlili zamanı dilin leksikonu, qrammatikası, tonu, üslubi janrları, obrazlılığı, metaforizasiya prosesləri, praqmatikası və onun cəmiyyətlə əlaqəsi kimi faktorlar nəzərə alınmalıdır.

İqtisadiyyat insan cəmiyyətinin ayrılmaz, olduqca mühim bir ünsürünü təşkil edir. O cəmiyyətin başlıca kateqoriyası hesab oluna bilər ki, bu faktor da iqtisadi kommunikasiyanın, iqtisadi diskursun rolunu son dərəcə əhəmiyyətli edir. İqtisadi biliyin verballaşması nəticəsində bütün dünyada biznes kommunikasiyası həyata keçirilir ki, bunun da öz konseptləri və onları mümkün edən leksika, xüsusilə də

terminologiyanın mövcudluğu zəruri hal kimi diqqəti cəlb edir. Belə ki, iqtisadi diskursun leksikonu kifayət qədər böyük həcmdə, terminologiyası, alınmaları, neologizmləri, frazeologizmləri, və s. əhatə edir. Bizim üçün bu məqalədə iqtisadi diskursun terminlərinin omonimliyi maraq kəsb edir.

Diskurs növündən və janrında aslı olaraq müxtəlif *metodologiyadan* istifadə olunur. Bu məqalədə metodoloji yanaşmalar seçim vasitəsi ilə ingilis dilinin korpusundan toplanmış autentik dil materallarına istinadən aparılmış təhlilin nəticəsində formalaşdırılmışdır.

Omonimlərin tədqiqi və təsvirinə dair. Omonim sözü yunanca *homo* “eyni” və *onymos* “məna” sözlərinin birləşməsi nəticəsində meydana gəlmişdir. Omonim dedikdə ənənəvi olaraq mənaca fərqli, yazılışı və deyilişi eyni, yaxud da həm tələffüzü, həm də hərf tərkibi eyni olan dil işarələri nəzərdə tutulur. Omonimiya (**yun.** *eyni adlı*) leksik mənaları müxtəlif, qrammatik mənaları həmeyni, həm də müxtəlif olan eyni fonetik tərkibli, tələffüz və yazılışca fərqlənməyən sözlərdir. (2, s.91)

Omonimlərin bir sıra növlərini qeyd etmək olar: **tam və ya mütləq (absolute)**, yəni həm yazılışı və deyilişi eyni olan sözlər nəzərdə tutulur. Məsələn, bank (*embankment -pulun saxlandığı yer kimi və bank- çay sahili mənasında*). (3, 4, 8, 11)

Digər növə qismən omonimlər və ya omofonlar (yalnızca oxunuşu eyni olan sözlər) və omoqraflar (yazılışı eyni olanlar) aiddir. (5, s. 220)

Sözlər əgər eyni nitq hissəsinə aidirsə, onları leksik omonimlər hesab edirlər.

İ.V.Arnold omonimləri *leksika mənalarına, qramatik mənalarına və başlıca formalarına* görə növlərə bölür. (6)

Həsət Həsənov omonimlərin əmələgəlmə yollarına görə dörd yerə bölür. 1. *Leksik (polisemiya və alınmalar sayəsində)* 2. *Fonetik* 3. *Morfoloji* 4. *Sintaktik yolla əmələ gələn*lər. (2, s.94)

Omonimlər peydaolma mənbələri kimi aşağıdakıları qeyd etmək olar: *fonetik dəyişikliklər nəticəsində törəyənlər (night-knight), sözlərin qısaldılması (Rep – 1. repertory, 2. representative, 3.reputation, 4. repetition) və konversiyaları (to profit -profit) alınmaları (bank/çay sahili, bank/ maliyyə qurumu), polisemiya, yəni çoxmənalı sözlərin mənaları arasında bağlarının qırılması nəticəsində yeni söz yaranması.*

Bir sıra geniş yayılmış omonim iqtisadi terminlərin təhlili. Hər hansısa bir şəxs hər hansı bir iqtisadi məsələ barəsində (məs., ticarət, qiymət, bank işi, alqı-satqı və s.) danışsasa, əksəriyyət hallarda çoxluğun başa düşdüyü dildə yəni, bu zaman ümumişlək səciyyəli sözlərdən istifadə edərək kommunikasiya qurur. Dilin korpusunda mövcud iqtisadi məzmunlu ümumişlək leksika ilə yanaşı, terminologiya da diqqəti cəlb edir.

İqtisadi diskurs üçün səciyyəvi bir sıra terminoloji leksikanın omonimlik xüsusiyyətlərinə nəzər yetirək. Seçdiyimiz terminlər *tam və ya mütləq* omonimlər hesab olunanlardır. Aşağıda verilmiş bir sıra omonim iqtisadi terminlərə nəzər salaq:

Capital – digər sahəyə aid ləksem kimi

1. A city that is the center of government of a country or smaller political area – *Paytaxt şəhəri* anlamına malikdir. e.g. *Baku is the capital city of Azerbaijan*

2. The most important place for a particular business or activity. Burada *aparıcı, əsas mənalarmında* daşır.

3. A letter of the alphabet in the form and larger size that is used at the beginning of sentences and names: *yəniböyük hərflər* mənada e.g. *Please, print your name in capitals.*

4. Capital adj. (of a crime) that can be punished by death: a capital offense

Capital – maliyyə termini kimi

1. Money that is used for investment or for starting a business;
e.g. Low-tax policies are used by some countries to attract capital.
e.g. The UK parent company decided not to inject further capital into the failing business.

2. the total amount of money and property that an individual or company owns;

3. money that is lent or borrowed and will have to be paid back;

Our mortgage is interest-only, so we're not paying off any of the capital.

4. people who own businesses, land, industries, and other forms of wealth in society, are considered as a group:

e.g., There's a real conflict arising between the demands of capital and labour. (8)

Cambridge lüğətinin internet sahifəsinə istinadən yuxarıda verilmiş terminin iqtisadi konteksdəki və kimi digər kontekst və nümunələrdə mənalarmına nəzər saldıqda onun omonim işləndiyinin şahidi oluruq. Bu sözün iqtisadi və maliyyə termini kimi birləşmə yaradaraq terminoloji xüsusiyyətlərinin genişləndiyində müşahidə edirik: *authorized share capital, ordinary capital, paid-in capital, preference capital, preferred capital, return on capital called-up share capital, circulating capital, core capital, cost of capital, customer capital, debt capital, equity capital, fixed capital, flight capital, human capital, intellectual capital, knowledge capital, loan capital, nominal capital, operating capital, risk capital, share capital, social capital, uncalled capital, venture capital, working capital, invest/inject capital, foreign/private capital, attract/borrow/raise capital, tie up/release capital...*

Policy –

Sığorakontekstində sığorta olunan lənsığorta edən arasında yazılı müqavilə nəzərdə tutulur. Məs., *My life assurance policy matures in 2005.*

Omonim kimi digər anlamı *səsiyasət* bildirir.

Aşağıdakı terminoloji birləşmələri də mövcuddur. Məs., *A policy specifies what system calls are permitted, and the ways they can be used.* (From the Cambridge English Corpus)

Başlıca birləşmələrinə aiddir: *incomes policy, monetary policy, mortgage protection policy, open-door policy, paid-up policy, scorched-earth policy, endowment policy, fire policy, fiscal policy, foreign policy, household policy, standard fire policy, survivorship policy, valued policy, closed-door policy, collective policy, credit policy, dear-money policy, domestic policy, easy monetary...*

Principal (relating to an amount of money lent or borrowed, rather than to the interest paid on it) Maliyyə kontekstində bu sözün mənası əvvəlcədən ödənilən puldeməkdir. Məs., *Shares of these funds involve investment risk, including the possible loss of the principal amount invested.*

Digər omonim mənalarına *məktəb direktoru, başlıca, əsas* və s. aiddir.

Məs., *In spite of its historical framework, the work is dominated by the fates of its three principal characters. (From the Cambridge English Corpus)*

Premium (The amount of money that has to be paid for an insurance) – Bu termin iqtisadi diskursa xas bir termdir, *sığortaya görə ödənilən məbləği* bildirir. Ononim kimi isə ümumişlək sifət olaraq *yüksək keyfiyyətli* anlamına malikdir. **Birləşmələri:** *additional premium, annual premium, average premium, equity premium, high premium, increased premium, substantial premium, total premium, wage premium*

Raise (An increase in the amount of wages or salary) *Maaşda və ya gəlirdə artımı* bildirir. İqtisadi anlamdakı birləşmələrinə *raise capital/funds/money, raise a loan/mortgage* və s. nümunə göstərmək olar. Omonim kimi *qaldırmaq, böyütmək, ucaltmaq* və s. mənalarına malikdir. Məsələn, the word *bank that means embankment* and the word *bank that means riverside* are the cause behind this ambiguity (Fromkin et al. 2003:180).

Save (setting something, like money, aside to use in the future). *Pul yığmaq* anlamında maliyyə kontekstində aiddir. Məsələn, *I'm saving (up) for a new bike and I've got almost \$100.*

Omonimsözkimi, *hifz etmək, qorumaq, xilas etmək, futbolda top saxlamaq, kompüterdə isə məlumatı yaddaş vermə* kimi mənələrdə işlənir.

e.g., He knocked the gun out of the guy's hand and in so doing saved her life.

e.g., The goalkeeper made a great save in the last minute of theme.

Bir mənəsində da **saves** sözü kimi (*but or except for*) işlənir, *savayı* kimi tərcümə olunur. *e.g., They found all the lost documents save one.*

Security (an investment product such as a stock or bond,.) Qiymətli kağızların bir növünü bildirmək üçün bu termindən istifadə olunur.

Cəmsəkildə işlədilir. Məsələn. *Investors who bought securities made up of subprime loans suffered the biggest losses.*

Digər maliyyə mənası *zəmanət* anlamına gəlir. (*property or goods that you promise to give someone if you cannot pay them what you owe them: give/offer/pledge sth as security*) məs., *She signed papers pledging their home as security against the loan.* İqtisadi kontekstdən kənarında omonim söz kimi mənası

təhlükəsizlik deməkdir. e.g., *Most children need the security of a stable family life.* **Birləşmələri:** *deal in/invest in/issue securities, buy/hold/sell securities, a securities agreement/audit/dealer, a securities business/company/house...*

Share (a unit of ownership, often in a company's stock or a mutual fund: have/own/hold shares in sth). *İstiqraz, paymənalarnı malikdir. e.g. On the London Stock Exchange, 18.5 million shares were traded yesterday.*

Omonimsöz kimimüxtəlif nitq hissələri kimi çıxış edərək, fəl, isim, sifət və s. ola bilər. 1. e.g., *We must all accept some share of the responsibility. (pay)* 2. e.g., *She shares an office with Anne. (bölüşmək)* e.g., 3. *It's a long trip – why don't we share the driving (= each do some of it)? (əvəzləşək)*

Təhlil edilən iqtisadi diskursa aid yuxarıdakı terminlərdən savayı yüzlərlə digər maliyyə konseptlərində omonimlik xüsusiyyətləri də mövcuddur. Məsələn: *balance, account, bond, margin, loom, credit, interest, wants, term, tip, goal, bold, demand, goal, trust, bear, models, beta, alpha, boom, bubble, book value, bull, bust, framing, haircut, lemons, margin, depression, equity, fat tails* və s.

Nəticə

Qeyd etmək lazımdır ki, omonimiya fenomeni dildə geniş yayılmış bir hal təşkil edir. Dilin omonimlərlə zənginliyi onun işarələr sistemi kimi qənaət prinsipini həyata keçirməsinə şərait yaradır. Demək olar ki, bütün dillərdə omonimlərin bu və ya digər növlərinə rast gəlinir.

İqtisadi diskursa məxsus terminlərin sırasında da onlara tez-tez təsadüf olunması heç də təəccüblü deyil. Bir sıra iqtisadi konsept və terminlərin eyni səs yə hərflər tərkibinə malik olub fərqli mənalar daşıdığına şahidi oluruq. Bu məqalədə növ olaraq omonimlərin *mütləq olanlarının, yəni yazılışı və deyilişi eyni mənaları fərqli olanları, hətta nitq hissəsi kimi də bir – birindən fərqlənən sözləri təhlil edərək o nəticəyə gəldik ki, iqtisadi terminologiyada müşahidə olunan omonimiyanın bir sıra səbəbləri var. Belə ki, iqtisadi və maliyyə terminlərinin mövcud olmasını onların yaranma yolları, yəni müxtəlif mənali sözlərin fonetik strukturundakı dəyişiklik, polisemiyanın qırılması, alınmalar, konversiya* və s. kimi dil hadisələri şərtləndirir. Elə bu səbəbdən omonim sözlər müxtəlif nitq hissələrinə məxsus olub bir-biri ilə heç cür bağlılığı olmayan konseptlərivə anlayışları bildirir.

Ədəbiyyat

1. Бенвенист, Э., “Общая лингвистика, 3-е изд., – М.: Эдиториал УРСС, 2009. – 448 с.
2. Həsənov, H. “Müasir Azərbaycan dilinin leksikası”, Bakı, 2005, Nurlan nəşriyyatı, 452s.
3. Lyons J. (1982). *Language and Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Allan, K. (1986). *Linguistic Meaning*. Vol.1. London: Routledge and Kegan Paul.
5. Crystal D.(2003) *A Dictionary of Linguistics and Phonetics* 5th edition, Blackwell Publishers Ltd.
6. Арнольд И. В. *Основы научных исследований в лингвистике* : Учеб. пособие. Москва : Высшая к., 1991. 140 с.
7. Dobrovolska S.R., Опыр М.В., Panchyshyn S.B., *Structural and Semantic Features of Homonymic Terms in Economic Discourse* Випуск 21., Том 1. Retrieved from http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/21/part_1/28.pdf
8. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/homonymy>
9. <https://www.consumerfinance.gov/consumer-tools/educator-tools/youth-financial-education/glossary/>
10. <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm><https://docenti.unimc.it/giuseppina.larocca/teaching/2020/22589/files/lessico-economico-testo-2>
11. <https://www.economist.com/economics-a-to-z>

Rəyçi: filologiya üzrə fəlsəfə doktoru Ləman Qasımlı