

ՏԵՐՄԻՆԱԲԱՆԱԿԱՆ ՏԵՂԱՇԱՐԺԵՐ. ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎՈՒԹՅԱՆ, ԹԵ՞ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐ

ՅՈՒՐԻ ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ 
Երևանի պետական համալսարան

Զանգվածային հաղորդակցության միջոցները (ԶՀՄ) ՀՀ-ում կայացած ինստիտուցիոնալ համակարգ է, որը կարևոր դեր է կատարում հանրային կառավարման գործում՝ իրացնելով իր տեղեկատվական, մշակութաբանական և սոցիալական գործառնությունները: ԶՀՄ համակարգը միաժամանակ անընդհատ կրում է փոփոխություններ ու զարգացումներ: Դրանք առնչվում են նաև նրա տերմինաբանությանը:

Ժամանակակից մեդիագիտական գրականության մեջ շրջանառվում է «զանգվածային լրատվության միջոցներ» տերմինի փոփոխության հարցը: Հետազոտողի կարծիքով՝ ճշգրիտ լինելու համար նպատակահարմար է «զանգվածային լրատվության միջոցներ» (ԶԼՄ) տերմինի **լրատվություն (informacion)** բաղադրիչը փոխարինել **հաղորդակցություն (communication)** տերմինով՝ «զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ» (ԶՀՄ): Հարցադրումը պայմանավորված է զանգվածային լրատվության միջոցների կառուցվածքային, գործառական և այլ կարգի փոփոխություններով:

Բանալի բառեր – *զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ, մեդիա, գործառնության լին փոփոխություն, փոխադարձ կապ, լսարան, ներգրավվածություն, կառուցվածքային փոփոխություն, միջազգային փորձ, լրատվություն*

Հայերենը «զանգվածային լրատվության միջոցներ» տերմինը պատճենումով վերցրել է ռուսերենից: 1990-ականներին, երբ հայկական մամուլը սկսեց հստակ ձևակերպվել որպես անկախ, ինքնուրույն ինստիտուտ, տերմինը՝ **ԶԼՄ**, լայնորեն տարածվեց նաև հայերենում՝ հաղորդակցագիտության մեջ,

Յուրի Ավետիսյան – բանասիրական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր, ԵՊՀ հայոց լեզվի ամբիոնի վարիչ

Юрий Аветисян – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой армянского языка ЕГУ

Yuri Avetisyan – Sc. D. in Philology, Professor, Head of YSU Chair of Armenian Language
Էլ. փոստ՝ yuriavetisyan@ysu.am ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-7475-8161>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Ստացվել է՝ 29.01.2026

Գրախոսվել է՝ 05.02.2026

Հաստատվել է՝ 12.03.2026

© The Author(s) 2026

պարբերական մամուլում: Օրենքներում ամրագրվում է ավելի ուշ և մասնակիորեն (2003 թ.: 2020 թ.):

Ի սկզբանե **ԶԼՄ** տերմինի **լրատվություն** բաղադրիչի գործածության հարցում եղել են տարակարծություններ: Հայերենի տերմինաբանական տեղեկատուում հարցի վերաբերյալ նախագծի մեկնաբանության մեջ վերլուծողը (Հ. Բարսեղյան) անում է հետևյալ պնդումը. «Այժմ ասում և գրում են *զանգվածային լրատվության միջոցներ*՝ **ԶԼՄ**. որը ճիշտ չէ. պետք է լինի **ԶՏՄ**, քանի որ ամեն մի տեղեկություն չէ, որ լուր է»¹: **Լուր** բառը, ըստ հետազոտողի, **տեղեկություն** բառի համեմատությամբ ավելի պարզունակ է, ունի իմաստային ավելի նեղ դաշտ, ավելի շեշտված կենցաղային երանգ, հետևաբար **լուր** և **լրատվություն** բառերը պակաս պիտանի են **ինֆորմացիա** տերմինի թարգմանության համար: Հետազոտողի կարծիքով **տեղեկատվություն**-ը «հաջող կազմված բառ է» **ինֆորմացիա** բառի երկրորդ իմաստի (1. տեղեկություն, «сведения», 2. **տեղեկության հաղորդում**) թարգմանության համար, ուստի քննարկվող հապավման մեջ կարող է փոխարինել **ինֆորմացիա**-ին, այսպիսով՝ ոչ թե **ԶԼՄ**, այլ **ԶՏՄ**: Իսկ, առհասարակ, լայն կիրառության համար **ինֆորմացիա** օտար բառի փոխարեն առաջարկվում է գործածել **տեղեկույթ**՝ նորաստեղծ բառը²: Նույն մեկնաբանողը ավելացնում է նաև. «Երբեմն համառում և ասում են *զանգվածային լրատվամիջոցներ*, որն արդեն կոպիտ սխալ է, քանի որ զանգվածայինը ոչ թե միջոցներն են, այլ տեղեկույթը, տեղեկությունը: Այնպես որ, ճիշտ կլինի ասել *զանգվածային տեղեկատվության միջոցներ*՝ **ԶՏՄ**»³:

Մեկնաբանությունը միանգամայն համոզիչ է: Սակայն հայտնի է, որ լեզվում շատ ու շատ իրողություններ հաստատվում և կանոն են դառնում ավանդույթի ուժով: Այս դեպքում, կարծում եմ, գործ ունենք այդպիսի մի իրողության հետ: Առաջարկվող **ԶՏՄ** տարբերակը տարածում չգտավ: Գործածության մեջ շարունակեց մնալ **ԶԼՄ**-ն:

Հաղորդակցություն տերմինը շրջանառության մեջ է մտել և տարածվում է զանգվածային լրատվության կամ տեղեկատվության միջոցներում կառուցվածքային ու գործառական նոր փոփոխությունների արդյունքում կամ հետևանքով: Իսկ դրանք բավարար հիմնավոր պատճառներ են տերմինի հարցը քննարկման առարկա դարձնելու համար:

1. **Գործառույթային փոփոխություն.** արդի թվային միջավայրում, մասնավորապես՝ սոցիալական ցանցերում, էլեկտրոնային մամուլում և բազմաբնույթ ցանցային հարթակներում «լրատվությունը» այլևս միակողմանի տեղեկատվություն չէ, այլ բազմակողմանի փոխազդեցություն, որը ներառում է ինչպես տեղեկատվական և ներգործող գործառույթներ, այնպես էլ երկկողմանի

¹ «Տերմինաբանական և ուղղագրական տեղեկատու» (2006): Եր., էջ 227:

² Տե՛ս նույն տեղը, էջ 224-225:

³ Նույն տեղում:

հաղորդակցություն՝ լսարանի ներգրավվածություն, սոցիալական ներգործություն, փոխգործակցային՝ երկկողմ ակտիվ հաղորդակցում, մեկնաբանություններ են: Տեղեկությունը հաճախ ծառայում է որպես միջնորդ օղակ՝ կարծիք ձևավորելու, արձագանք հրահրելու, վարքագիծ ուղղորդելու համար: **Լսարանը** այլևս պասիվ ընդունող չէ: Ակտիվ մասնակից է, մեկնաբանող, վերարտադրող, երբեմն կամ հաճախ՝ արագ արձագանքող օգտատեր, որը դառնում է տեքստի յուրօրինակ համահեղինակ: Այդպիսով հաղորդակցությունը դառնում է երկկողմանի կամ բազմակողմանի: Այս պայմաններում **լրատվություն** տերմինը նեղ է, իսկ **հաղորդակցություն**-ը՝ գործառույթային առումով ավելի համարժեք, որտեղ տեղեկատվությունը հանդես է գալիս որպես միայն մեկ բաղադրիչ, ինչը հարցականի տակ է դնում մեդիան բացառապես «լրատվական» տերմինով սահմանելու հնարավորությունը⁴:

2. Կառուցվածքային փոփոխություն. մեդիահամակարգը այլևս փակ ինստիտուցիոնալ ամբողջություն չէ: **ՉՀՄ**-ն ներառում է տպագիր մամուլը, ռադիոն, հեռուստատեսությունը, տեղեկատվական գործակալությունները, ինչպես նաև էլեկտրոնային մամուլը, սոցցանցային հաղորդակցության միջոցները («Telegram», «Facebook», «TikTok», «Instagram» են) և, առհասարակ, ամբողջ էլեկտրոնային հաղորդակցամիջոցները: **ՉՀՄ** ձևակերպումը թույլ է տալիս ընդգրկել կառուցվածքային այս բազմազանությունը: **Հաղորդակցություն** տերմինը այսպիսով առավել ընդգրկուն է ու ճշգրիտ և ավելի է համապատասխանում ժամանակակից **ՉՀՄ** միջավայրի ու կառուցվածքի բնույթին⁵:

3. Միջազգային փորձ. այլ երկրների փորձը ցույց է տալիս, որ «communication» տերմինը գերակշռում է ժամանակակից գիտական խոսույթում: Հաշվի առնելով հարցի վերաբերյալ եղած տարակարծությունները և տեսական գրականության մեջ շարունակվող քննարկումները՝ ավելորդ չենք համարում ներկայացնել **ՋԼՄ** և **ՉՀՄ** տերմինների՝ տարբեր երկրներում գործածության մասին պատմական-տեղեկատվական փոքրիկ ակնարկ՝ օգտագործելով հարցը ուսումնասիրողների տեսակետները⁶: **Այսպես.**

⁴ Sté u **Garey, James W.** (1989). Communication as Culture: Essays on Media and Society. Boston; **McQuail's, Denis** (2010). Mass Communication Theory, London:

⁵ Նոր ստեղծված առցանց հարթակները մասնագիտական գրականության մեջ ընդունված է անվանել «նոր մեդիա» կամ «թվային մեդիա». «Նոր մեդիան հաղորդակցման միջոց է, որը գոյություն ունի թվային միջավայրում և ենթադրում է փոխգործակցության ցանցային սկզբունք: Հասկացությունը ներառում է սոցիալական ցանցեր, առցանց լրատվամիջոցներ, բջջային ծրագրեր, մուլտիմեդիա հարթակներ և այլն... «Նոր մեդիա» և «թվային մեդիա» եզրույթները հոմանիշներ են: Առաջին դեպքում ընդգծվում է արդյունավետ հաղորդակցության սկզբունքային մոտեցումը, իսկ երկրորդ դեպքում՝ թվային բնույթը» (**Ավետիսյան Ա. Շ.** (2024): Նոր մեդիա և հաղորդակցություն, Եր., էջ 10-13):

⁶ Sté u **Терин В. П.** (2000). Массовая коммуникация: исследование опыта Запада – 2-е изд., перераб. и доп. М., – 223 էջ; **Ануфриенко С., Атанесян А., Боташева А.** и друг. (2017). Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций, Ер.,:

ԱՄՆ-ում, որը համարվում է ՁԼՄ համակարգի ուսումնասիրության օրենսդիր երկիր, գոյություն չունի «զանգվածային լրատվության միջոցներ» տերմինը: Ամերիկացի հետազոտողները հիմնվում են **mass media** («զանգվածային մեդիա») կամ **mass communication media** («զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ») տերմինի վրա: **ՁԼՄ** հասկացության մեջ, որպես կանոն, ներառում են թերթերը, հանդեսները, գրքերը, ռադիոն, հեռուստատեսությունը, կինեմատոգրաֆիան, ձայնա- և տեսագրությունները, ինչպես նաև հեռուստահամակարգչային այլևայլ համակարգերի և մուլտիմեդիա գործիքների (media devices) տարբեր ձևերը:

Գերմանական մեդիավերլուծական գրականության մեջ ամերիկացի հեղինակների ազդեցությամբ գործածվում է **Massenkommunikationsmittel** («զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ») տերմինը: Գերթե նույն վիճակն է Մեծ Բրիտանիայում, Նիդերլանդներում, Շվեդիայում:

Ֆրանսիայում սկզբնապես գործածել են **moyens d'information de masse**-ը («զանգվածային լրատվության միջոցներ»), որը բացատրվում է ֆրանսիական և ամերիկյան դպրոցների՝ այդ շրջանում ունեցած հակասությամբ. հիմքում քաղաքական հակամարտությունն է Շառլ դը Գոլի կառավարման տարիներին (1950-60-ականներ): 70-ականներին ֆրանսիական «Ժուռնալիզմի» տեսությունը փոխառում է Արևմուտքում համընդունված տերմինը՝ **moyens de communication de masse** («զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ»), կամ **me'dias de masse**. Ֆրանսերենում **medias** բառը արդեն իսկ ենթադրում է *զանգվածային հաղորդակցություն*. տարակարծությունները տերմինի գործածության վերաբերյալ շարունակվում են: Ֆրանսիական ազդեցությամբ՝ նույն մոտեցումն ունեն Բելգիան (ֆրանսախոս հատված), Շվեյցարիան (ֆրանսախոս հատված):

Ռուսաստանում **средств массовой информации (СМИ)** տերմինը հաստատվեց 1970-ականների սկզբին՝ որպես ֆրանսերեն **moyens d'information de masse** արտահայտության համաբանություն կամ պատճենում: Ամրագրվեց 1991-ին **СМИ**-ների մասին օրենքով: Խորհրդային տարիներին «средств массовой коммуникации» անվանումը իր արևմտյան ծագման պատճառով ռուսական հետազոտողների կողմից, որպես կանոն, գործածվում է միայն այն դեպքերում, երբ քննարկման առարկան վերաբերում է զանգվածային հաղորդակցման արևմտյան տեսության քննադատությանը: Գործածության սահմանափակումը, կարելի է ասել, ուներ քաղաքական դրդապատճառներ, քանի որ 1990-ականների սկզբին՝ «երկաթե վարագույրի» անկումից հետո, ռուս հետազոտողները սկսեցին ավելի հաճախ գործածել տերմինը: Ժամանակակից ռուսական մեդիագիտությունը գործառում է և՛ մեկը, և՛ մյուսը՝ ելնելով հասկացությունների բովանդակության և ընդգրկումի վերը նշված ըմբռնումներից՝ միաժամանակ հետևելով ավանդույթին և այն հանգամանքին, որ նոր տերմին-

նը (СМК) Ռուսաստանում չունի օրենսդրական ամրապնդում: Ժամանակակից ռուս հետազոտողներից Ս. Անուֆրիենկոն այդ տերմինների ընտրության մասին գրում է. «Վերջին ժամանակներում հայրենական հետազոտողների աշխատանքներում առավել հաճախ նախապատվություն է տրվում «զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ» (ՉՀՄ) տերմինին, որը հեղինակները համարում են ավելի ճշգրիտ, քան «զանգվածային տեղեկատվության միջոցներ» հասկացությունը: Ավելին, հետխորհրդային Ռուսաստանում բավականին արագ լայն տարածում ստացան արևմտյան «մեդիա» և «մասս-մեդիա» բառերը, որոնք շատ դեպքերում հանդես են գալիս որպես ՉՀՄ և ՉՏՄ հոմանիշներ: Ինչպես մեզ է ներկայացվում, «զանգվածային տեղեկատվության միջոցներ» հասկացությունը մի տեսակ ժառանգություն է խորհրդային դարաշրջանից, որի բովանդակային կողմը չի տեղավորվում ժամանակակից տեղեկատվական տարածության շրջանակներում: «ՉՏՄ» տերմինը ենթադրում է հիմնականում միակողմանի տեղեկատվություն բնակչությանը և վարում է ագիտացիոն-քարոզչական աշխատանք, որտեղ լսարանին վերապահվում է պասիվ ընդունող կողմի դեր: «Չանգվածային տեղեկատվության միջոցներ» հասկացությունը չի ենթադրում ստացողի պատասխան արձագանք հաղորդագրությանը, այսինքն՝ հաշվի չի առնում փոխազդեցության պարտադիր տարրը, որը բնորոշ է զանգվածային հաղորդակցությանը և առանց որի անհնար է պատկերացնել ՉՀՄ գործառույթը XX դարի վերջի — XXI դարի սկզբի պայմաններում»⁷:

Հայաստանում ՉԼՄ տերմինը գործածվում է ռուսական մոդելի (СМИ) ազդեցությամբ, որը նույնությամբ կամ թարգմանաբար պահպանվել է նախկին ԽՍՀՄ մի շարք երկրներում՝ Բելառուս, Ղազախստան, Ղրղզստան, Ուզբեկստան, ևն:

Տերմինի գործածության միջազգային փորձը նույնպես վկայում է **հաղորդակցություն/ communication** տերմինի ակտիվ կիրառության մասին: Նույնիսկ այն երկրներում (Իսպանիա, Մեքսիկա, Արգենտինա, Չիլի), որտեղ պահպանվում է «information» տերմինը, այն հաճախ զուգակցվում է «communication»-ի հետ:

4. Տերմինաբանական նորմավորում. հայերենում **լրատվություն** բառը իմաստային նեղ ընդգրկում ունի, գրական ավանդույթով կապվում է նորության, փաստի, իրադարձության մասին տեղեկացման հետ, մինչդեռ ժամանակակից մեդիան «արտադրում է» գնահատական, մեկնաբանություն, դիրքորոշում, զգացական արձագանք, ինքնաներկայացում: Մասնագիտական գրականության մեջ այդ երկու տերմինների հասկացական-բովանդակային ընդհանուր հատկանիշներ են նշվում հետևյալները. **ինֆորմացիա** (информация/information/տեղեկույթ). «1) Ուղղվածություն դեպի զանգվածներ՝ անմիջական

⁷ Ануфриенко С., Атанесян А., Боташева А. и друг. (2017), с. 12-13.

շփման բացակայության պայմաններում՝ անկախ լսարանի քանակից և տարածական բաշխվածությունից: **2)** Ձանգվածային լսարանի կողմից տեղեկատվության միաժամանակ ստացման հնարավորություն՝ տեղեկատվության մուտքի շարունակականության պայմաններում: **3)** Տեղեկատվության մատչելիություն լայն զանգվածների համար, մուտքի հարմար ռեժիմ և ձևի պարզություն, որը նպաստում է հեշտ յուրացմանը: **4)** Տեղեկատվական մարմինների աշխատանքի մեջ մասնակցության բաց լինելը բոլոր ցանկացողների համար տարբեր ձևերով»⁸: Մասնագետները հատուկ շեշտում են նաև, որ «ինֆորմացիա» կարող են համարվել ոչ բոլոր տեղեկությունները, այլ միայն նրանք, որոնք ունեն սոցիալական նշանակություն ինչպես փոխանցողի, այնպես էլ ստացողի համար: **Հաղորդակցություն** (коммуникация/communication). «**1)** Երկու և ավելի մասնակիցների առկայություն: **2)** Իրավիճակ, որը անհրաժեշտ է վերլուծել: **3)** Տեքստեր, որոնք լեզվով արտահայտում են իրավիճակի իմաստը: **4)** Մղումներ, որոնք դրդում են սուբյեկտներին միմյանց դիմել: **5)** Տեքստերի նյութական փոխանցման գործընթաց»⁹:

Լրատվությունը, ըստ էության, տվյալների կամ նշանների ամբողջություն է, որը գոյություն ունի անկախ լսարանի ընկալումից կամ մեկնաբանությունից, մինչդեռ հաղորդակցությունը գործընթաց է, որի ժամանակ տեղեկությո՞ւր փոխանցվում է, մեկնաբանվում և վերաիմաստավորվում: **Լրատվություն** տերմինի գործածության դեպքում ակնհայտորեն առաջանում է իմաստային անհամապատասխանություն. անտեսվում է կամ առնվազն երկրորդ պլան է մղվում մեդիայի հաղորդակցական դերը:

5. Մեթոդաբանական փաստարկ. մեդիայի ուսումնասիրությունը այլևս չի սահմանափակվում «Ժուռնալիստիկայով». մեդիան ուսումնասիրում են նաև հաղորդակցության տեսությունը, հանրալեզվաբանությունը, խոսույթային վերլուծությունը, մշակութաբանությունը ևն, մինչդեռ **ՁԼՄ** տերմինը կամ «information» բաղադրիչով տերմինաբանությունը մեդիան գիտակարգային առումով կապում է լրագրության հետ:

Այսպիսով. ժամանակակից մեդիագիտական գրականության համեմատական վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ զանգվածային մեդիան բնորոշող տերմինների ընտրությունը պայմանավորված է ոչ միայն լեզվական, այլև մեթոդաբանական ու գաղափարական գործոններով: Տարբեր երկրներում գործածվող անվանումները արտացոլում են մեդիայի ընկալման խորքային մոդելները՝ որպես տեղեկատվության փոխանցման ինստիտուտ կամ որպես հաղորդակցական գործընթաց: «Լրատվություն» բաղադրիչով տերմինը առավելապես գործածում են այն երկրները (օրիակ՝ ռուս. **средства массовой информации**, իտ. **mezzi di informazione**), որտեղ մեդիան ընկալում են որպես

⁸ Прохоров Е. П. (1998). Введение в теорию журналистики. – М.: РИП-холдинг, с. 8-9.

⁹ Ануфриенко С., Атанесян А., Боташева А. и друг. (2017). с. 10-11.

հիմնականում փաստերի և տեղեկույթի փոխանցման համակարգ, որտեղ հաղորդակցումը դիտվում է որպես երկրորդային կամ անմիջական գործառնություն: Այս մոտեցումը պատմականորեն կապվում է պետական վերահսկման, կենտրոնացված հաղորդման և լսարանի պասիվ ընկալման գաղափարի հետ: Միաժամանակ, ժամանակակից մեդիագիտության առաջատար դպրոցներում (անգլաամերիկյան, գերմանական, սկանդինավյան) գերակշռում է «հաղորդակցություն» բաղադրիչով տերմինաբանությունը (**mass communication, media and communication studies, Massenkommunikation**): Այստեղ մեդիան դիտվում է ոչ թե որպես տեղեկատվության միակողմանի փոխանցման միջոց, այլ որպես բազմակողմ հաղորդակցական միջավայր, որտեղ ակտիվ դեր ունեն լսարանի մասնակցությունը, հետադարձ կապը, խոսույթի ձևավորումը և սոցիալական ազդեցությունը: Ուշագրավ է, որ լեզվամշակութային այն համակարգերում, որտեղ «լրատվություն» տերմինը շարունակում է գործածվել, հաճախ զուգորդվում է «հաղորդակցություն» տերմինի հետ (օրինակ՝ ֆր. **sciences de l'information et de la communication**)՝ վկայելով մեդիայի հաղորդակցական բնույթի ճանաչման անհրաժեշտությունը:

Այս համատեքստում հայերենում «զանգվածային լրատվության միջոցներ» տերմինի վերանայումը և փոխարինումը «զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ»-ով կարելի է դիտարկել ոչ թե որպես անվանական փոփոխություն, այլ գիտականորեն հիմնավորված քայլ, որը միտված է ազգային տերմինաբանությունը ժամանակակից մեդիայի գործառնության, կառուցվածքային և խոսույթային բնույթին համահունչ դարձնելուն:

ԶԷՄ տերմինը, այսպիսով, ընդգրկում է հաղորդակցական գործընթացի ամբողջ շղթան ինչպես ավանդական, այնպես էլ թվային և հիբրիդ միջավայրերում և թույլ է տալիս վերլուծել հանրային ազդեցության մեխանիզմները: Արևմտյան ժուռնալիստիկայի տեսության մեջ սկզբնապես ամրագրվեց տերմինի այս ըմբռնումը¹⁰, և հետագայում ներկայացվեցին դրա գործառական լայն հնարավորությունները¹¹:

Այսօր պիտի ընդունել, որ հայ մեդիալեզվաբանության մեջ **ԶԼՄ**-ն կարող է համարվել կայացած և նախընտրելի տարբերակ, եթե խոսքը վերաբերում է հանրային հաղորդակցման ինստիտուցիոնալ լրատվամիջոցներին և ոչ թե ընդհանրապես հանրային հաղորդակցմանը, որը, ինչպես ասացինք, ներառում է ոչ միայն լրատվության դասական միջոցները (լրատվական պարբերականներ, հեռուստատեսություն և ռադիո), այլև էլեկտրոնային մամուլը, սոցիալական և հաղորդակցական ամենատարբեր հարթակներ: **ԶԼՄ**-ն պետք է

¹⁰ Տե՛ս **Tomson J. B.** (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press:

¹¹ Տե՛ս **Deuze M.** (2021). «Challenges and Opportunities for the Future of Media and Mass Communication Theory and Research: Positionality, ...», *Central European Journal of Communication*, 14(1(28)):

գործածել հենց այդ նշանակությամբ: Բոլոր մյուս դեպքերում կարելի է գործածել **ԶՀՄ** («զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ») տերմինը:

Կարևոր է կատարել տերմինաբանական մի ճշգրտում ևս՝ **«հաղորդակցության»** միջոցներ», թե՛ **«հաղորդակցման»** միջոցներ»: Ճիշտ է և նախընտրելի է առաջինը՝ **«հաղորդակցության»** միջոցներ»-ը: Այս երկու բառերն ունեն տերմինային նրբիմաստային տարբերություններ: **Հաղորդակցություն**-ը ավելի լայն և ամբողջական հասկացություն է. նշանակում է մարդկանց, խմբերի, համակարգերի միջև կապ հաստատելու և պահպանելու գործընթաց՝ իր բոլոր բաղադրիչներով՝ հասցեագիր, հասցեատեր, միջավայր, հետադարձ կապ ևն: Պատահական չէ, որ ակադեմիական բառարանները այս բառի դիմաց նշում են վեցից ութ իմաստներ (հաղորդակից լինելը; փոխադարձ հարաբերություն միմյանց հետ, շփում; կապի միջոցներով իրականացվող հարաբերակցություն, կապ; զանազան վայրերի միջև հարաբերություն կամ կապ պահպանելու միջոց ևն)¹²: Լայն կիրառություն ունի գիտական, պաշտոնական և հասարակագիտական գրականության մեջ:

Հաղորդակցում-ը անվանում է մեկանգամյա գործողություն: Դա կոնկրետ պահին կամ կոնկրետ իրավիճակում հաղորդակցվելու գործողությունն է: Բառարանները արձանագրում են այս բառի հիմնականում մեկ իմաստ (հաղորդակցելը, հաղորդակցվելը)¹³ կամ պարզապես չեն արձանագրում բառը¹⁴: Ունի գործառական սահմանափակություն. հիմնականում հանդիպում է նեղ մասնագիտական գրականության մեջ (հատկապես՝ տեխնիկական և ճարտարագիտական տեքստերում), երբ խոսքը վերաբերում է, օրինակ, ասենք՝ սարքերի կամ ծրագրերի միջև տվյալների փոխանակման մեկանգամյա գործողությանը:

Այսպիսով՝ **ԶՀՄ** — **զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ**:

2024 թ. Վենետիկի հանձնաժողովի կարծիքում (CDL-Ad(2024)030) հատուկ ուշադրություն է դարձվել ՀՀ օրենսդրության մեջ «զանգվածային լրատվության միջոցներ» (ԶԼՄ) հասկացության սահմանման հնացածությանը և դրա անհամապատասխանությանը միջազգային, հատկապես՝ եվրոպական իրավական և փորձագիտական շրջանակների նոր մոտեցումներին: Շեշտը դրվում է այդ տերմինի հատկապես գործառական և իրավաքաղաքական վերաիմաստավորման վրա: Ասել է թե՛ **ԶԼՄ** հասկացության սահմանումը չի ներառում տեղեկատվության արտադրության և տարածման նոր հարթակները՝ սոցցանցեր, բլոգներ (առցանց օրագրեր), մեսենջերային ալիքներ, փողքասյուներ: Սա հանգեցնում է իրավական և թափանցիկության բացերի, վերահսկողության

¹² Տե՛ս **Մալխասեան Ստ.** (1944): Հայերեն բացատրական բառարան, հտ. 1-4, Եր.: **Աղայան Է.** (1976): Արդի հայերենի բացատրական բառարան, Եր.: «Ժամանակակից հայոց լեզվի բացատրական բառարան», հտ. 1-4 (1968-1980): Եր.:

¹³ Տե՛ս **Աղայան Է.** (1976):

¹⁴ Տե՛ս «Ժամանակակից հայոց լեզվի բացատրական բառարան», 4 (1968-1980):

դժվարությունների: Հանձնաժողովի ներկայացրած նախագծում անվանումի կամ տերմինի փոփոխության խնդիր չի դրվում¹⁵: Մակայն ակնհայտ է, որ հասկացության վերասահմանումը կարող է ներառել միաժամանակ նաև տերմինի ամբողջական կամ մասնակի փոփոխություն, որով խնդրի լուծումը կարող է առավել ամբողջական և համոզիչ լինել, եթե նկատի առնենք մանավանդ վերջին երկու տասնամյակներին հաղորդակցական հարթակների՝ վերը նշված գործառական և կառուցվածքային փոփոխությունները:

Վերջին շրջանում լայն գործածության մեջ է մտել նաև **մեդիա** տերմինը, որը հաճախ գործառվում է **ՉՉՄ** (մեդիամիջոցներ) նշանակությամբ: Բառը ծագում է լատիներեն *medium* բառից (*media* կամ *medium*). նշանակում է «միջոց», «հնար», «միջավայր», «միջանցք», «եղանակ», «միջնորդ»: Անգլերեն համարժեքն է «mass media»: Անգլերենում 20-րդ դարի սկզբից գործածվել է որպես հաղորդակցության միջոցների (մամուլ, ռադիո, հեռուստատեսություն, հետագայում նաև համացանց) համընդհանուր անուն: Ժամանակակից մեդիագիտական և լեզվաբանական ոլորտում այն ընկալվում է որպես զանգվածային հաղորդակցության համակարգերի ամբողջություն, որը ներառում է զանգվածային լրատվության միջոցներն ու հաղորդակցման տարբեր ձևերը, այդ թվում՝ մամուլ, ռադիո, հեռուստատեսություն, գովազդ, կինեմատոգրաֆիա, համացանց՝ իր բոլոր հավելումներով¹⁶:

Այս մոտեցմամբ՝ **մեդիա** հասկացությունը ունի ավելի լայն իմաստ, որ ներառում է նաև ՉՉՄ-ն (որոշ դեպքերում ընկալվում է նաև որպես լեզվական և տեխնոլոգիական միջավայր), և միայն նեղ իմաստով ու պայմանականորեն կարելի է անվանել նաև զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ: Մեդիան ներկայացվում է նաև որպես հաղորդակցության ուղիների ու գործիքների միջավայր, որտեղ ստեղծվում ու տարածվում են տեղեկություններ, ուղերձներ, տվյալներ, և որտեղ առանձնահատուկ տեղ ու դեր ունեն լրատվությունն ու լրագրությունը¹⁷:

Մեդիա-ն՝ որպես բառային միավոր և որպես բաղադրական հիմք, արտադրողական է. ունի բառակազմական զգալի ճկունություն: Դրանով մեզանում ստեղծվել և ստեղծվում են բազմաքանակ նոր բառեր: Դրանց գրության վերաբերյալ, սակայն, դեռևս պաշտոնապես հաստատված չէ միասնական ձև. **մեդիա** բաղադրիչը գրվում է բաղադրող և՛ **հիմքին միացած**, եթե իմաստով ձուլվել է նրան և նրա հետ միասին ընկալվում ու գործածվում է որպես մեկ առան-

¹⁵ Տե՛ս abcmedia; 04.09.2024:

¹⁶ Տե՛ս **Землянова Л.** (2004). Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов, М., էջ 116; **Манович Л.** (2018). Язык новых медиа, М.; **Մանուկյան Ա., Մուրադյան Հ.** (2017): Մեդիակրթություն. ուսումնամեթոդական ձեռնարկ, Եր., էջ 43:

¹⁷ Տե՛ս «Մեդիագիտություն». ուսումնական ձեռնարկ (2022): Եր.:

ձին բառ (մեղիագրագիտություն, մեղիագնահատական, մեղիագործիք, մեղիաբովանդակություն, մեղիատեքստ, մեղիաժանր), **և՛ հիմքից անջատ**, եթե պահպանում է իր ինքնությունն իմաստային արժեքը՝ որպես բնութագրող բաղադրիչ, և հնչակազմորեն չի միաձուլվել լրացյալին (մեղիա փաստաթուղթ, մեղիա լսարան, մեղիա համակարգ, մեղիա ներկայացում, մեղիա արտադրանք, մեղիա հոգեբան, մեղիա հարթակ, մեղիա ոլորտ, մեղիա դաշտ, մեղիա կրթություն, մեղիա հաղորդակցություն, մեղիա փորձագետ): Այդպես է, ի դեպ, նաև **բիզնես** օտար բառային միավորի դեպքում, ինչպես՝ *բիզնեսքարտ, բիզնեսծրագիր, բիզնեսնախագիծ, բիզնեսկենտրոն, բիզնեսվերլուծություն, բիզնեսագործընկեր, բայց՝ բիզնես միջավայր, բիզնես հետաքրքրություն, բիզնես փորձագետ, բիզնես ոլորտ*:

Գրության այս ձևերը ժամանակի ընթացքում կամ ըստ հեղինակային գործածության ենթակա են փոփոխության:

Հայերենում **մեղիա** տերմինը առայժմ չունի համընդհանուր հաստատված հայերենացված համարժեք: Ըստ գործառնական ոլորտի՝ կարող է ներկայացվել որպես «տեղեկամիջոց» (երբ շեշտը դրվում է տեղեկության փոխանցման և սպառման վրա), «հաղորդակցամիջոց» (երբ կարևորվում է երկկողմ հաղորդակցության սկզբունքը), «հաղորդակցային» կամ «հաղորդակցական» (երբ գործածվում է ածականական նշանակությամբ), «զանգվածային հաղորդակցություն» (երբ խոսքը դասական ՋՀՄ-ների մասին է): Այս տարբերակները դեռևս չունեն տերմինաբանական հաստատում, չեն արձանագրված հայերենի նորմատիվ բառարաններում կամ ձեռնարկներում: Մասնագիտական միջավայրում շարունակում է գործածվել «մեղիա»՝ որպես օտարաբանության թույլատրելի տարր՝ ենթակա մշակութային հետագա ձուլման: Ըստ հնարավորության՝ պետք է գործածել հայերեն «համարժեքները» և «օտարալեզու» տարբերակին դիմել՝ անհրաժեշտության դեպքում՝ կարճ անվանելու համար ՋՀՄ-ին առնչվող համապատասխան հասկացությունները (մեղիախոսք, մեղիախոսույթ, մեղիատեքստ, մեղիալեզվաբանություն, մեղիալեզվակաղապար, մեղիա արտադրանք) և ըստ ամենայնի սահմանափակելով դրանց գործածության չափը:

Ամփոփում: Հայկական ժամանակակից մեղիամիջավայրում **ՋՀՄ** («զանգվածային լրատվության միջոցներ») տերմինի **լրատվություն** (information) բաղադրիչի փոխարինումը **հաղորդակցություն** տերմինով (**ՋՀՄ — զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ**) թելադրվում է համակարգի կառուցվածքային և գործառնական փոփոխություններով, դրանք առաջ բերող գործոններով: **Հաղորդակցություն** տերմինը ենթադրում է ոչ թե կամ ոչ միայն տեղեկության միակողմանի փոխանցում, այլև հաղորդակցային փոխազդեցություն՝ կապված լսարանի ակտիվ մասնակցության, ընդունման և մեկնաբանման հնարավորությունների հետ (**գործառնության փոփոխություն**): **ՋՀՄ** տերմինը ներառում է ոչ միայն լրատվության դասական միջոցները (տպագիր մամուլ, ռադիո,

հեռուստատեսություն, տեղեկատվական գործակալություններ՝ դրանցում կատարված փոփոխություններով հանդերձ, այլև նոր ստեղծված հաղորդակցային առցանց հարթակները (էլեկտրոնային մամուլ, սոցցանցային հաղորդակցության միջոցներ են) (**կառուցվածքային փոփոխություն**): Ժամանակակից գիտական խոսույթում գերակշռում է «communication» տերմինը (**միջազգային փորձ**): Չուտ լեզվաբանական տեսանկյունից **լրատվություն** տերմինի իմաստային-գործառական անհամապատասխանությամբ անտեսվում է կամ առնվազն երկրորդ պլան է մղվում մեդիայի հաղորդակցական դերը (**տերմինաբանական նորմավորում**): Մեդիայի ուսումնասիրությունը գիտակարգային առումով մեր օրերում կապվում է ոչ միայն լրագրության հետ. մեդիան ուսումնասիրում են նաև հաղորդակցության տեսությունը, հանրալեզվաբանությունը, խոսույթային վերլուծությունը, մշակութաբանությունը են (**մեթոդաբանական փաստարկ**):

Հայ մեդիալեզվաբանության մեջ **ՉԼՄ** տերմինը նախընտրելի տարբերակ է՝ անվանելու համար զանգվածային լրատվության ավանդական միջոցները: Բոլոր մյուս դեպքերում կարելի է գործածել **ՉՀՄ**-ն («զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ»-ը): **Մեդիա**-ն հայերենում առայժմ չունի հաստատված համարժեք և գործածվում է ըստ անհրաժեշտության: Ժամանակը կճշգրտի նաև այս տերմինի գործածության շրջանակները:

ЮРИЙ АВЕТИСЯН – Терминологические сдвиги: средства массовой информации или массовой коммуникации? – В современном армянском медиапространстве замена компонента «լրատվություն» (информация) в термине ՉԼՄ («զանգվածային լրատվության միջոցներ» — средства массовой информации) на термин «հաղորդակցություն» (коммуникация), то есть переход к ՉՀՄ — «զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ» (средства массовой коммуникации), обусловлена структурными и функциональными изменениями системы, а также факторами, вызвавшими эти изменения.

Термин «коммуникация» предполагает не просто или не только одностороннюю передачу информации, но и коммуникативное взаимодействие, связанное с активным участием аудитории, возможностями восприятия и интерпретации (функциональное изменение).

Термин СМК охватывает не только классические средства информации (печатную прессу, радио, телевидение, информационные агентства) с учетом произошедших в них изменений, но и новые коммуникационные онлайн-платформы (электронную прессу, средства коммуникации в социальных сетях и др.) — что отражает структурные изменения.

В современном научном дискурсе преобладает термин *communication* (международная практика). С сугубо лингвистической точки зрения из-за семантико-функционального несоответствия термина «информация» коммуникативная роль медиа игнорируется либо, по крайней мере, отодвигается на второй план (терминологическая нормализация).

Изучение медиа в дисциплинальном отношении в наши дни связано не только с журналистикой: медиа исследуются также теорией коммуникации, социолингвистикой, дискурсивным анализом, культурологией и другими науками (методологический аргумент).

В армянской медиалингвистике термин СМИ является предпочтительным для обозначения традиционных средств массовой информации. Во всех остальных случаях целесообразно использовать СМК («средства массовой коммуникации»). Термин *медиа* в армянском языке пока не имеет закреплённого эквивалента и используется по мере необходимости. Время уточнит и сферу употребления этого термина.

Ключевые слова: *средства массовой информации (СМИ), средства массовой коммуникации, медиа, функциональные изменения, взаимосвязь, аудитория, уровень вовлечённости, структурные изменения, международный опыт, новостная деятельность, информация, коммуникация, коммуникативные процессы*

YURI AVETISYAN – Terminological Shifts: Mass Media or Mass Communication Media? –

In the contemporary Armenian media landscape, the replacement of the component իրատվություն (“information”) in the term ՉԼՄ (*զանգվածային իրատվության միջոցներ* — mass media) with the term հաղորդակցություն (“communication”), that is, the shift to ՉՀՄ (*զանգվածային հաղորդակցության միջոցներ* — means of mass communication), is caused by structural and functional transformations of the system, as well as by the factors that have triggered these transformations. The term “communication” implies not merely—or not only—one-way transmission of information, but communicative interaction involving the active participation of the audience and processes of perception and interpretation (a functional shift).

The concept of mass communication encompasses not only the classical information media (the print press, radio, television, news agencies), taking into account the changes they have undergone, but also new online communication platforms (electronic press, communication tools in social networks, etc.), thus reflecting structural changes.

In contemporary scholarly discourse, the term “communication” predominates in international practice. From a strictly linguistic perspective, due to the semantic and functional inadequacy of the term “information”, the communicative role of the media is either ignored or, at the very least, relegated to the background (terminological normalization).

Today, the disciplinary study of media is no longer confined to journalism alone: media are also examined within communication theory, sociolinguistics, discourse analysis, cultural studies, and other fields (a methodological argument).

In Armenian media linguistics, the term “mass media” is preferred when referring to traditional media institutions. In all other cases, it is advisable to use *means of mass communication*. The term *media* has not yet acquired a standardized equivalent in Armenian and is employed as needed; time will clarify both its status and its sphere of usage.

Key words: *mass media, media, functional changes, interconnection, audience, level of engagement, structural changes, international experience, news production, mass communication*

Գրականության ցանկ/References

Աղայան Է. (1976): Արդի հայերենի բացատրական բառարան, Եր. (Ağayan Ė. (1976): Ardi hayereni bac'atrankan bařaran, Er.):

Աղայան Է. (1976): Արդի հայերենի բացատրական բառարան, Եր. (Ağayan Ė. (1976): Ardi hayereni bac'atrankan bařaran, Er.):

Ավետիսյան Ա. Շ. (2024): Նոր մեդիա և հաղորդակցություն, Եր., էջ 10-13 (Avetisyan A. Š. (2024): Nor media yev hağordakcut'yun, Er., ej 10-13):

Ժամանակակից հայոց լեզվի բացատրական բառարան (1968-1980): Հտ. 1-4, Եր. («Žamanakakic' hayoc' lezvi bac'atrankan bařaran» (1968-1980): Ht. 1-4, Er.):

Մալխասեան Մտ. (1944): Հայերեն բացատրական բառարան, հտ. 1-4, Եր. (Malk'hasean St. (1944): Hayereni bac'atrankan bařaran, ht. 1-4, Er.):

Մանուկյան Ա., Մուրադյան Հ. (2017): Մեդիակրթություն. ուսումնամեթոդական ձեռնարկ, Եր., էջ 43 (Manukyan A., Muradyan H. (2017): Mediakrt'ut'yun. usumnamet'odakan jernark, Er., ej 43):

Մեդիագիտություն. ուսումնական ձեռնարկ (2022): Եր. («Mediagitut'yun». usumnakan jernark (2022): Er.):

Տերմինաբանական և ուղղագրական տեղեկատու (2006): Եր., էջ 227 («Terminabanakan yev ugğagrakan teğekatu» (2006). Er., ej 227):

Ануфриенко С., Атанесян А., Боташева А. и друг. (2017). Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций, Ереван, с. 12-13 (Anufrienko S., Atanesyan A.,

Botasheva A. i drug. (2017). Aktual'nye voprosy massovoy informatsii i politicheskikh kommunikatsiy, Erevan, s. 12-13).

Землянова Л. (2004). Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов, М., с. 116 (Zemlyanova L. (2004). Kommunikativistika i sredstva informatsii: anglo-russkiy tolkovyy slovar' kontseptsiy i terminov, М., s. 116).

Манович Л. (2018). Язык новых медиа, М. (Manovich L. (2018). Yazyk novykh media, М.).

Прохоров Е. П. (1998). Введение в теорию журналистики. – М.: РИП-холдинг, – С. 8-9 (Prokhorov E. P. (1998). Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki. М.: RIP-kholding, s. 8-9).

Терин В.П. (2000). Массовая коммуникация: исследование опыта Запада – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2000. – 223 с. (Terin W. P. (2000). Massowaya komunikaciya: issledovanie opiyta Zapada –2-e izd., pererab. I dop. – М., 2000. – 223 s.)

Deuze M. (2021). «Challenges and Opportunities for the Future of Media and Mass Communication Theory and Research: Positionality, ...», Central European Journal of Communication, 14(1(28)), :

Garey, James W. (2010). Communication as Culture: Essays on Media and Society. Boston.

McQuail's, Denis (1989). Mass Communication Theory, London:

Tomson J. B. (1995). The Media and Modernity: A Social Theory of theMedia. Stanford University Press.