

ՊԱՐԲԵՐԱՆՈՒՆԵՐԻ ԻՄԱՍՏՆԵՐԻ ՍՈՑԻԱԼ-ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ
ՓՈԽԱԿԵՐՊՈՒՄՆԵՐԸ
(Թիֆլիսահայ պարբերական մամուլի օրինակով)

ՏԱՐՈՆ ԴԱՆԻԵԼՅԱՆ, ՀԱՍՄԻԿ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ, ԱՐԵՆ ՍԱՆԹՈՑԱՆ *

Մամուլի և զանգվածային հաղորդակցության այլ միջոցների գլխավոր տիպաբանական առանձնահատկություններից մեկը տեղեկույթը ներկայացնելու հաճախականության (րոպե, ժամ, օր, շաբաթ և այլն) պարբերականությունն է, որը պայմանավորված է օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ գործոններով, լրագրության՝ որպես գործունեության հատուկ ձևի և ՋՀՄ-ի որոշակի տեսակի բնույթով¹:

Մրանից ելնելով՝ պարբերական մամուլի, այդ թվում՝ լրագրերի, հանդեսների և տեղեկագրերի, էլեկտրոնային զանգվածային հաղորդակցության միջոցների հատուկ անունները հատկանվանագիտության մեջ ընդունված է կոչել հեմերոնիմ (հին հուն. ἡμέρα՝ «օր» և ὄνομα՝ «անուն»)², որին որպես հայերեն համարժեք առաջարկում ենք «պարբերանուն» եզրույթը:

Պարբերանուններն ուսումնասիրող ռուսաստանյան բանասերները գաղափարանունների (իդեոնիմների) այս խումբը վերլուծել են տարբեր դիտանկյուններից:

Նախ՝ շեշտվում է, որ մի կողմից լրագիրը տեքստերի տեքստ է, մյուս կողմից՝ առարկա, որը պետք է անվանակոչված լինի անվանաբանության տեսության օրենքներով, որի հիմքում կարող է դրվել ցանկացած առանձնահատկություն կամ դրդապատճառային հատկանիշ³:

* Թիֆլիսահայ մամուլի պարբերանունների կիրառման ձևերի ուսումնասիրման, շրջանաբաժանման, հատկանունների տեսակների հայերեն տարբերակների հեղինակը Տ. Դանիելյանն է: Հոդվածում գործածված հատկանվանական արժեք ունեցող տերմիններին, գիտաբաններին, հասկացություններին առնչվող նյութի շարադրանքի հեղինակը Հ. Հարությունյանն է: Պարբերանունների իմաստների սոցիալ-մշակութային փոխակերպումների վերլուծության հեղինակը Ա. Սանթոյանն է:

¹ Տե՛ս Կ. Կ. Կուլիկով **В.** Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий // <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1970&level1=main&>

² Տե՛ս Կ. Կ. Կուլիկով **Н.** Словарь русской ономастической терминологии. М: «Наука», 1988, էջ 96:

³ Տե՛ս Կ. Կ. Կուլիկով **Т.** Название газеты: ономастический и стилистический аспекты. Автореферат дисс. канд. фил. наук. Екатеринбург, 2002, էջ 8:

Երկրորդ՝ ընդգծվում է պարբերանունների իրավական բաղադրիչը, քանի որ հատկանունների այս տեսակը տրվում է ոչ թե առանձին միավորների (օր.՝ մարդանուն, տեղանուն), այլ ամբողջ պարբերաշարքին, հրապարակումներին և հաղորդումներին, որոնք ներկայանում են նույն անվամբ, բայց մշտապես փոփոխվող բովանդակությամբ: Պարբերանուններն իրականացնում են ոչ թե առարկայական անհատականացում, ինչպես ուրիշ հատուկ անունները, այլ արտադրանքի *թողարկման իրավունքի հատուկ անհատականացում*, ինչը պայմանավորված է գաղափարական, քաղաքական և հասարակական գործունեության հիմնական այլ ուղղություններով⁴: Պարբերանուններն օրենսդրորեն ամրագրվում են և իրավաբանորեն պաշտպանվում⁵:

Առանձնացվում է նաև պարբերանունների տնտեսական բաղադրիչը, քանի որ դրանք դրոշմագրում են առաջարկվող տեղեկատվական արտադրանքը՝ հաշվի առնելով լսարանի հետաքրքրությունները, պահանջարկն ու ճաշակը⁶: Պարբերանունները, խտացնելով թեման և ասելիքը, կատարում են տեղեկատվական և գովազդային գործառույթ, ինչը կարևորվում է այն բանով, որ, ի տարբերություն գրքի, որը, անկախ տպաքանակից և լույս տեսնելու պարբերականությունից, ունի նույն բովանդակությունը, լրագրերն ու հանդեսները միննույն անվանումով նոր բովանդակություն են առաջարկում⁷:

Պարբերանունները դիտվում են նաև որպես մշակութային արտեֆակտ, որի ծագումն ու գոյությունը հիմնովին կախված է պատմական, սոցիոմշակութային և գաղափարաբանական իրողություններից: Հաջորդականության, ժառանգականության ընդհատումը և «կտրուկ վայրիվերումները հատկանվանաբանական անընդհատության մեջ տեղի են ունենում գաղափարական կողմնորոշումների փոփոխության ժամանակ»⁸:

Նկատենք, որ թվարկած մտտեցումներում պարբերանունները հանդես են գալիս տարբեր գործառույթներով, որոնց կիրարկումը պայմանավորված է որոշակի մշակութային տիրույթում պարբերանվան իմաստային զարգացմամբ, իսկ նրա շրջանառության երկարակեցությունն ունի տարածաժամանակային սահմաններ, որոնցում հասկացույթի իմաստային փոփոխությունը կախված է համատեքստից և հանրության ընկալումներից:

⁴ Տե՛ս **Федосова О.** Лингвистический статус гемеронима (на материале российских и британских названий СМИ) // Известия ВГПУ, Волгоград, 2010, № 5, էջ 77-78:

⁵ Տե՛ս **Крюкова И.** Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Дисс. канд. фил. наук, Волгоград, 2004, էջ 40:

⁶ Տե՛ս **Мясникова В., Голомидова М.** Имена собственные периодических изданий в русском и английских языках: ономазиологический аспект // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире (материалы VI международной научно-практической конференции). Том 3, СПб, 2014, էջ 87:

⁷ Տե՛ս **Кржижановский С.** Поэтика заглавий. М.: «Никитинские субботники», 1931, էջ 9:

⁸ **Мухаметзянова Л., Мардиева Л.** Гемеронимы как артефакты культуры: диахронический аспект // Учимся понимать Россию: политическая и массмедийная коммуникация. Материалы Межд. научн. конф. Екатеринбург, 2018, էջ 193-194.

Հաշվի առնելով վերոնշյալը՝ սույն հոդվածում մենք նպատակ ունենք ներկայացնել պարբերական իմաստային փոխակերպումները հայկական սոցիալ-մշակութային տիրույթում: Այս նպատակին կծառայեն առաջադրված խնդիրները՝ բացահայտել այն գործոնները, որոնք ազդել են այդ փոխակերպումների վրա և դիտարկել դրանք վերը նշված սոցիալ-մշակութային տիրույթում:

Ուսումնասիրությունը կատարել ենք թիֆլիսահայ լրագրերի օրինակով՝ հաշվի առնելով հայ պարբերական մամուլի պատմության մեջ դրանց ունեցած դերն ու զարգացման առանձնահատկությունները, որոնք թույլ են տալիս պարբերական իմաստային փոխակերպումներն ուսումնասիրել սոցիալ-մշակութային զարգացման տարբեր փուլերում:

Մեր դիտարկմամբ՝ պարբերանուններն ընդհանուր առմամբ կիրառվում են ժամանակային չորս տարբեր հարացույցներում, որոնք կարող ենք պայմանականորեն անվանել զարգացման փուլեր՝ անվանաստեղծման-անվանադրման, օրենսդրական-իրավաբանական, շուկայական-մրցակցային, պատմական:

Անվանաստեղծման-անվանադրման փուլ

Լրագրերի և ամսագրերի անվանակոչման պատմական ավանդույթը փաստում է, որ յուրաքանչյուր նոր պարբերական հիմնադրելուց առաջ հրատարակիչները մեկնաբանում էին պարբերականի անվան ընտրությունը և դրանից բխող ծրագրային քաղաքականությունը:

Անվանաստեղծման ընտրությունը պայմանավորված էր տարբեր դրդապատճառներով, որոնց հիմքում ընկած էին տվյալ ժամանակաշրջանի կամ տարածաշրջանի ազգային, սոցիալ-մշակութային զարգացումները, հասարակական-քաղաքական, տնտեսական կյանքի աշխուժացումը և այլն:

Այս երևույթը տարածված էր նաև հայկական պարբերականների ոլորտում: Այսպես 1871 թ. վերջին լույս տեսած «Մշակ» լրագրի հայտարարության մեջ Գր. Արծրունին նշում է. «Հարկավոր է նախ և առաջ մեկնել ճշտությամբ մենք ինչ ենք հասկանում «մշակ» բառով: Առհասարակ անվանում են այդ անունով արհեստավորներին, բայց այդ անունի ճիշտ նշանակությունը վերաբերում է այն ամեն անձերին, որոնք աշխատում են հասարակության օգուտի համար, և ոչ թե միայն ֆիզիկապես (մարմնապես), բայց և մտավորապես, որովհետև մտավոր գործունեությունը մարդիկների արդյունաբերության գործի մեջ գլխավոր դեր է խաղում...: Ուստի ուսումնականները, արդյունագետները և արհեստավորները, ամենքը մշակներ են»⁹: Մեկ այլ օրինակ՝ «Աննամուս» երգիծական շաբաթաթերթի առաջին համարի խմբագրականում գրված է. ««Աննամուս»-ի անմիջական և միջական, մօտաուր և հեռաուր նպատակն է գոլորշիացնել աննամուս մարդկանց մեջ բուն դրած աննամուսությունը»¹⁰:

⁹ Մեջբերումը կատարել ենք հետևյալ աղբյուրից՝ Լեռ, Երկերի ժողովածու 10 հատորով, հ. 6, Եր., «Հայաստան» հրատ., 1987, էջ 329:

¹⁰ «Աննամուս», 1907, № 1:

Ինչպես տեսնում ենք, պարբերական հրատարակության անվանակոչման առաջին փուլում պարբերանունը ներառում է խտացված իմաստաշերտի որոշակի ամբողջություն, որն ունի գաղափարական, թեմատիկ հստակ ուղղվածություն, սակայն գտնվում է վերացական տիրույթում: Այս փուլում պարբերանվան իմաստը տարբերակված չէ և փաստացի հանդես է գալիս լոկ որպես գաղափարանուն:

Այս փուլում պարբերանունը որևէ լրագրի կամ հանդեսի մտահոգման կամ մշակված նախագծի պայմանական անունն է, որը կարող է այդպես էլ կյանքի չկոչվել՝ տարբեր գործոններով պայմանավորված: Այսպես՝ 1820-ական թվականներին արքեպիսկոպոս Ներսես Աշտարակեցին մտադրություն ուներ հրատարակել «Տարեգրություն հայոց գրագիտական» վերնագրով գիտական եռամսյա պարբերական, ինչը իրականություն չի դառնում¹¹:

Օրենսդրական-իրավաբանական փուլ

19-րդ դարում Ռուսական կայսրությունում լրագրի կամ հանդեսի հրատարակման թույլտվությունը տալիս էին գրաքննչական մարմինները: Համաձայն օրենքի՝ հիմնադիրները մի շարք այլ սովյալների հետ պետք է ներկայացնեին պարբերականի անվանումը, ծրագիրը, հրատարակման պարբերականությունը և բաժանորդագրության գինը¹²: Ընդ որում, եթե պարբերականի անունը գաղափարական ու քաղաքական անբարեհուսության իմաստ պարունակեր, ապա կարող էր մերժվել նրա հրատարակությունը կամ էլ հիմնադրին կառաջարկվեր փոխել անվանումը: Օրինակ՝ 1880-ական թվականներին գրաքննությունը «Մեղու Հայաստանի» պարբերականի անվանումից առաջարկում էր հանել *Հայաստան* անունը¹³:

Պարբերանունները համաժամանակյա կտրվածքում միննույն տարածաշրջանում նույն լեզվով իրավաբանորեն գրանցվում էին մեկ անգամ: Եվ քանի դեռ խմբագրությունների գործունեությունը կասեցված չէր, նույն գրաքննչական կոմիտեի իրավագրության տիրույթում չէր թույլատրվում նույն անվամբ այլ պարբերանուն գրանցել:

Պարբերանունը հրատարակչի սեփականությունը չէր, և այն օգտագործելու համար գործում էին որոշ սահմանափակումներ: Նախ մեկ տարվա ընթացքում լույս չտեսնելու դեպքում պարբերականի թույլտվությունը համարվում էր ուժը կորցրած, երկրորդ արգելված էր թույլտվությունը տրամադրել մեկ այլ հրատարակչի առանց համապատասխան մարմինների համաձայնության¹⁴: Այսպես՝ «Մշակ» լրագրի սեփականատերերը նրա պատմության ընթացքում մի քանի ան-

¹¹ Տե՛ս **Ա. Երիցեան**, Պատմություն 75-ամեայ գոյութեան Ներսիսեան հայոց հոգեւոր դպրոցի, որ ՚ի Թիֆլիզ (1824-1899 թ.), հ. Ա. (1824-1850 թ.), վեց պատկերով, Թիֆլիզ, 1898, էջ 132:

¹² Տե՛ս «Русская журналистика в документах: история надзора». М.: «Аспект Пресс», 2003, էջ 208:

¹³ Տե՛ս «Հայ պարբերական մամուլի պատմություն», հ. 1, Կահիրե, 2006, էջ 401:

¹⁴ Տե՛ս «Русская журналистика в документах: история надзора», էջ 209:

զամ փոխվել են, և գրաքննչական մարմինները առարկություններ չեն ունեցել. լրագիրը համարվում էր քաղաքականապես բարեհույս պարբերական: Նշենք, սակայն, որ խմբագրի պաշտոնում առաջադրված թեկնածուներից ոչ բոլորն էին հավանության արժանանում:

Պարբերանունն այս փուլում եռակողմ է: Գրաքննության կողմից քննարկման փուլում այն դեռևս գաղափարանուն է, թույլտվություն ստանալու դեպքում դառնում է միաժամանակ և՛ կազմանուն (էրգոնիմ)¹⁵, քանի որ ենթադրվում է խմբագրության՝ որպես կազմակերպական միավորի ստեղծում, և՛ ապրանքանուն (պրագմատոնիմ), քանի որ թույլատրվում են նրա՝ որպես գրահրատարակչական ապրանքի ստեղծումն ու տարածումը:

Սակայն նշենք, որ ոչ բոլոր պարբերականներին էր տրվում տպագրության թույլտվություն, և արդյունքում որոշ նախագծերի անուններ մնում էին լոկ գաղափարանուններ: Այսպես՝ 1894 թ. Մամուլի գործերով գլխավոր վարչությունը մերժում է Թիֆլիսի գրավաճառ Մակար Չմշկյանի հայտադիմումը «Տնտես» գյուղատնտեսական հանդես տպագրելու համար¹⁶:

Շուկայական-մրցակցային փուլ

Ինչպես վերը նշել ենք, պարբերանունը ապրանքային այլ անուններից առաջին հերթին տարբերվում է այն բանով, որ դրանով ներկայացված ապրանքատեսակը չի կրկնվում: Բովանդակային առումով այն որոշ դեպքերում կարող է լինել շարունակական, լրացնող (այսպես՝ «Մշակ»-ում տպագրվող առաջնորդողները երբեմն բովանդակային շարունակականություն ունեին, մաս-մաս տպագրվում էին նաև գրական երկեր և այլն): Կրկնությունները հնարավոր էին միայն քարոզչության և ապրանքի առաջխաղացման ու իրացման նպատակներով, ինչպես, օրինակ՝ գովազդը, հայտարարությունները:

Պարբերական մամուլն առաջարկում է բովանդակություն, միննույն ժամանակ այն որոշակի տպաքանակով սպառողական ապրանք է: Երբ պարբերականը լույս է տեսնում և հասնում սպառողին, պարբերանունը «դուրս է գալիս իր մեկ համատեքստի սահմաններից և որոշակի տարածում է ստանում»¹⁷: Ընդ որում, հանրության կողմից գործածվելով, պարբերանունն ավելի լայն իմաստ է ստանում, սահմանազատվում է իր նախնական նշանակությունից, դառնում առանձին նշանակությամբ ինքնակա միավոր: Պարբերանվան անկախությանն առանձնահատուկ նպաստում են նրա հաճախակի գործածությունը, սոցիալական պա-

¹⁵ Պարբերանունների և կազմանունների գործառական նմանության մասին տե՛ս **Мухаметзянова Л.** Функции названий периодических изданий // «Филологические науки в МГИМО», 2018, № 2 (14), էջ 36 // <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2018-2-14-33-39>

¹⁶ Տե՛ս *Российский государственный исторический архив (РГИА). Ф. 776. Оп. 12. 1894 г. Д. 22. Л. 3:*

¹⁷ **Плотникова Л.** Словотворчество как феномен языковой личности (порождение, функционирование, узуализация нового слова). Автореферат дисс. канд. фил. наук. Белгород, 2004, с. 33.

հանջվածությունը, և արդյունքում պարբերաբար կիրարկումը դառնում է բառի՝ որպես նոր հասկացության ամրապնդման պայման¹⁸:

Շուկայական-մրցակցային պայմաններում պարբերանունները ոչ միայն գործածվում են որպես լոկ անվանումներ, որոնք մատնանշում են տվյալ օբյեկտը, այլ նաև դառնում են խորհրդանշական պատկերներ, որոնց իմաստային նշանակությունը ստեղծվում, մշակվում, զարգանում է պարբերականների գործառական հատկանիշների շնորհիվ, և դրանց ընկալումն է ձևավորում և հղկում պարբերանունների նոր իմաստները: Այդ իմաստները երևակայական-ենթագիտակցական հարթության վրա են, իսկ դրանց նշանակության ամրապնդման համար պարբերանունները սկսում են կիրառվել լրագրերի և ամսագրերի ինքնագովազդներում ու հակագովազդներում:

Շուկայական-մրցակցային փուլում պարբերանունների իմաստային ներկայանակը ավելի է բարդանում՝ դրսևորելով մի քանի կողմ: Թե՛ որպես գաղափարանուն, թե՛ որպես ապրանքանուն և թե՛ որպես կազմանուն նախնական իմաստները փոխակերպվում են՝ ընդլայնվելով և ստանալով նոր իմաստներ ու հարանշանակություններ:

Այսպես՝ «Մշակ»-ի աշխատակիցներին անվանում էին մշակականներ, և ողջ խմբագրակազմն ընկալվում էր որպես ազատական գաղափարներ կրողների միավորում: 1870-1880-ականներին խոսվում էր ռուսահայերի երկու թևի կուսակցությունների բաժանվելու մասին՝ մշակականների և մեղվականների («Մեղու Հայաստանի» խմբագրության աշխատակիցներն ընկալվում էին որպես պահպանողականներ)*: «Մշակ»-ը ազատական հոսանքի «կուսակցությունն» էր, իսկ նրա անվանումը խորհրդանշում էր ոչ միայն խմբագրության՝ որպես կազմակերպության իմաստը, այլ նաև գաղափարական ուղղվածությունը: Այսինքն՝ պարբերանունը ձեռք է բերում նաև հանրանվան (սոցիոնիմ) նշանակություն:

Նկատելի է, որ ժամանակակիցները, քննադատելով մտավորականության շրջանում անառողջ մթնոլորտը, պարբերականների մասին արտահայտվում էին հետևյալ կերպ՝ «Մշակի թայֆա», «Նոր դարի թայֆա» և այլն¹⁹:

Մրցակցային պայմաններում լրագրերը նաև միմյանց պիտակավորում էին, և դրանով փոխվում էր հրատարակության անվան արտահայտման պլանը՝ առաջ բերելով մականվան շերտը՝ բովանդակության պլանի պահպանմամբ: Օրինակ՝ «Մշակ»-ի հիմնադիր Գր. Արծրունին մրցակիցների կողմից հաճախակի մեղադրվում էր լրագրի ամեն համարում սեփական խմբագրական եսի²⁰ և իր անձնական գոյության ու առա-

¹⁸ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 36:

* Հետագայում ձևավորվում է նորդարականների հոսանքը («Նոր-Դար»):

¹⁹ Տե՛ս **Ստ. Շահումյան**, Ղազարոս Աղայանին, նրա գործունեության քառասնամյակի առթիվ (հոբելյանական ճառ) // Կուլտուրայի, արվեստի և գրականության մասին, Եր., «Հայաստան» հրատ., 1981, էջ 178:

²⁰ Տե՛ս Немо 2. Буря в стакане воды // «Кавказ», 1875, № 89:

քելության մասին անընդհատ հիշեցնելու²¹ ու թերթը որպես առևտրային ձեռնարկություն ծառայեցնելու համար²²: Օգտագործելով այն հանգամանքը, որ խմբագրությունը գործում էր Բարոնսկայա և Բազարնայա փողոցների անկյունում, «Մշակ»-ի մասին գրելիս այն անվանում էին «-Բազարնայա փողոցի թերթը» (խաղարկելով «բազար» (շուկա) բառը):

Այս փուլում նկատվում է պարբերանունների փոխակերպման ևս մեկ շերտ: Դա մատենանունն է (քիբլիոնիմ): Որոշ խմբագրություններ գործունեության ընթացքում վաճառքի էին հանում ինչպես լրագրերի ժողովածուները (օրինակ՝ ռուսական կիսապաշտոնաթերթ «Сборник газеты Кавказ» ժողովածուն), այնպես էլ տարբեր գրքեր, որոնք բաժանորդներին էին հասնում փոխհատուցման փոխարեն (օրինակ՝ 1907 թ. չտպագրված համարների փոխարեն «Մշակ»-ը բաժանորդներին տվեց մեծահատոր գիրք՝ ««Մշակ»-ի ժողովածու» անունով²³):

Նշենք, որ այս փուլում ոչ բոլոր պարբերանուններն էին բազմիմաստ, որովհետև դրանց մի մասն ունեցել է կարճատև «կյանք» (երբեմն լույս էր տեսնում ընդամենը մեկ համար, օրինակ՝ «Աննամուս» երգիծաթերթը):

Պատմական փուլ

Այս փուլում պարբերանուններն օգտագործվում են տարածամանակյա կտրվածքում, այսինքն՝ երբ պարբերականն արդեն լույս չի տեսնում, իսկ նրա դերի և նշանակության մասին արդեն խոսվում է անցյալ ժամանակով: Այս շրջանում պարբերականների անունները գործածվում են հետևյալ իմաստներով՝

ա. պարբերանունը գործածվում է որպես դոկումենտոնիմ (*վավերանուն*): Այսպես՝ որևէ պարբերականի արխիվային համարներն օգտագործվում են որպես գիտական աշխատությունների փաստաթղթային հղման հիմք: Օրինակ՝ մեր հոդվածի հղումներում առկա պարբերականների անունները հանդես են գալիս որպես վավերանուններ,

բ. պարբերանունը գործածվում է որպես խրեմատոնիմ (*իրանուն*): Օրինակ՝ լրագիրը կամ հանդեսն ընկալվում է որպես նյութական մշակույթի առարկա, և նրա պահպանությունը ունի կարևոր նշանակություն,

գ. որպես նոր պարբերականի կամ հեռուստառադիոհաղորդման անուն՝ հիմքում ունենալով նախկինում գործածված անունը և այդ անվան ներքո լույս տեսնող պարբերականի գաղափարական ուղղվածությունը, թեմատիկ, լեզվառճական որոշ սկզբունքներ կամ զուտ պատմական դերի ու նշանակության հաշվառումը (օրինակ՝ «Մշակ» մշակութային-լրատվական ծրագիրը):

Այսպիսով՝ կարող ենք փաստել, որ պարբերանունների իմաստավորման և ապախմաստավորման փուլերը տեղի են ունենում սոցիալ-

²¹ St' u Немо 2. Газета «Мшак» на арене публицистики // «Кавказ», 1875, № 82:

²² St' u «Արձագանք», 1889, թիվ 17:

²³ St' u «Խմբագրության կողմից» // «Մշակ», 1907, թիվ 100:

մշակութային որոշակի զարգացումների ազդեցությամբ: Պարբերականի անվան փոխակերպումները պայմանավորված են տվյալ պարբերականի գործառնությանությամբ, որի փոփոխությունը կատարվում է տարածաժամանակային որոշակի սահմաններում: Պարբերանունները կարող են ենթարկվել ինչպես արտահայտության, այնպես էլ բովանդակության պլանի փոփոխության:

Բանալի բառեր – *գաղափարանուն, ասրանքանուն, մականուն, հանրանուն, կազմանուն*

ТАРОН ДАНИЕЛЯН, АСМИК АРУТЮНЯН, АРЕН САНТОЯН – Социально-культурные преобразования смысла гемеронимов (на примере армянской периодики Тифлиса). – В статье прослежено, как менялся смысл названий армянских изданий в Тифлисе. Отмечено, что их семантизация и десемантизация происходили под влиянием социальных и культурных процессов. Смысловые преобразования гемеронимов обуславливались функциональностью изданий, которая меняется в определённых хронотопных координатах. Семантика гемеронимов подвержена трансформации как в выразительном, так и содержательном плане. На разных этапах гемеронимы могут иметь следующие семантические значения: этап номинирования – гемеронимы звучат как идеонимы; законодательно-правовой этап – они употребляются в качестве эргонимов и прагматонимов; рыночно-конкурентный этап – исполняют роль эргонимов, прагматонимов, соционимов, псевдонимов, библионимов; исторический этап – функционируют как документонимы и хремотонимы. На последнем этапе возможно возрождение гемеронимов в качестве названия нового медийного продукта с историческим намёком на известное издание прошлых лет.

Ключевые слова: *идеоним, прагматоним, псевдоним, соционим, эргоним*

TARON DANIELYAN, HASMIK HARUTYUNYAN, AREN SANTOYAN – Social and Cultural Transformations of the Meanings of Hemeronyms (on the example of the Tiflis-Armenian periodicals). – Investigating the semantic transformations of the names of the organs of the Armenian periodical press in Tiflis, the authors note that the stages of semantization and desemantization of hemeronyms are influenced by certain social and cultural processes. The semantic transformations of hemeronyms are due to the functionality of the editions, which changes in certain chronotopic coordinates. The semantics of hemeronyms can transform both in expressive and in content terms. At different stages of use, hemeronyms may have the following semantic meanings: nominating stage – hemeronyms are expressed as ideonyms; legislative and legal stage – hemeronyms are used as ergonyms and pragmatonyms; market-competitive stage – hemeronyms function in the role of ergonyms, pragmatonyms, socionyms, pseudonyms, biblionyms; historical stage – hemeronyms function as documentonyms and chrematonyms. At the last stage, it is possible to revive hemeronyms as the name of a new media product with a historical allusion to a well-known publication of past years.

Key words: *ideonym, pragmatonym, pseudonym, socionym, ergonym*