

**Անահիտ ԳԱԼՍՅԱՆ**  
Երևանի պետական համալսարան

**ԿՈՂԱՓՈԽՈՒՄԸ ՀԱՅ ԲԼՈԳԵՐՆԵՐԻ ԽՈՍՔՈՒՄ**

Սույն հոդվածում քննության են առնվում հայ բլոգերների բանավոր և գրավոր խոսքի առանձնահատկությունները: Նպատակն է քննել նրանց կողմից հաճախ կիրառվող անգլերեն-հայերեն և հայերեն-անգլերեն կոդափոխման (code switching) դեպքերը, բացահայտել դրանց բնույթն ու կիրառման դրդապատճառները: Խնդրո առարկա է նաև կոդափոխման և բառափոխառության առնչության հարցը: Հետազոտության արդյունքները թույլ են տալիս եզրակացնել, որ փոխառությունները հայերեն բառապաշարի մաս են կազմում, մինչդեռ կոդափոխումներն ընդամենը խոսքում կիրառվող օտար միավորներ են:

**Բանալի բառեր.** կոդափոխում, բառափոխառություն, բլոգ, բլոգեր, հեշթեգ

Մարդիկ հաղորդակցվում են լեզվի միջոցով, սակայն բոլորս գիտենք, որ լեզուները տարբեր են և հաղորդակցումը կարող է իրականանալ մի քանի լեզուներով: Ժամանակակից աշխարհում համարյա բոլոր զարգացած և մի շարք զարգացող երկրներում մեկից ավել լեզվի իմացությունը քաղաքացիների կողմից դարձել է պարտադիր պայման: Բազմալեզվությունը կամ երկլեզվությունը բխում է տարբեր ազգություն ունեցող անձանց շփումից և այդ շփումը կարող է պարտադրվել որոշակի քաղաքական պայմաններով, կամ ընտրվել հասարակության անդամների կողմից: Պարզաբանելով ասվածը նշեմ, որ սահմանակից երկրներում միմյանց լեզուների իմացությունը պայմանավորված է մի շարք հանգամանքներով՝ երկրների միջև առևտրի, զբոսաշրջության, բեռնափոխադրումների և այլ սոցիալ-տնտեսական, մշակութային կապերով:

2020թ. Սեպտեմբերի 27-ի հայ-ադրբեջանական պատերազմը ցույց տվեց, որ հարևան ադրբեջանցիներից շատերը հոյակապ տիրապետելով հայերենին՝ կարողացան որոշ դեպքերում դժվարություններ ստեղծել մեր զինվորների համար: Այնպես որ անհրաժեշտ է տիրապետել նաև հարևան թշնամու լեզվին:

Սակայն, բազմալեզվությունը կամ երկլեզվությունը միայն հարևան հանրությունների շփման արդյունք չէ: Երկրները իրարից հեռու կարող են լինել, բայց լեզվակիրների սերտ շփումը կարող է պարտադրվել որոշակի քաղաքական պայմաններով՝ հանգեցնելով երկլեզվության: Այդպիսին էր քաղաքական իրավիճակը Հայաստանում մինչև 1991 թիվը, երբ լինելով ԽՍՀՄ-ի կազմում, երկրի բնակչության մեծ մասը երկլեզու էր

(ռուսերեն և հայերեն): Շատ ընտանիքներում մայրենի լեզվի հետ միասին լայնորեն օգտագործվում էր նաև ռուսերենը:

Դրությունը կտրուկ փոխվեց անկախությունից հետո, երբ Հայաստանում մերժվեց ռուսերենի կիրառությունը, զարկ տրվեց հայոց լեզվի զարգացմանն ու խրախուսվեց միալեզվությունը: Սակայն, շուտով, անգլերենի միջազգայնացման պայմաններում միալեզվությանը դարձյալ փոխարինելու եկավ երկլեզվությունը (անգլերեն և հայերեն), իսկ ավելի ճիշտ, բազմալեզվությունը (անգլերեն, ռուսերեն, հայերեն): Այս պայմաններում, բնականաբար, հանրության անդամների միջև հաղորդակցումը հիմնականում տարվում է երկու կամ երեք լեզուներով միաժամանակ: Այդ երևույթը լեզվաբաններն անվանում են կոդափոխում:

Այսպիսով, կոդափոխումը (կամ կոդանցումը) հաղորդակցման ընթացքում լեզվի փոփոխությունն է, երբ խոսնակը մի լեզուն փոխարինում է երկու կամ ավելի լեզուներով կամ կիրառում է մեկ այլ լեզվի տարրեր մայրենի լեզվով հաղորդակցվելիս: Սույն հետազոտության նպատակն է ուսումնասիրել կոդափոխման դրսևորումները հայ բլոգերների բանավոր և գրավոր խոսքում:

Բլոգը ցանցային օրագիր է, որի հիմնական բովանդակությունը պարբերաբար թարմացվող գրառումներն են: Բլոգ վարող անձինք կոչվում են բլոգերներ: Բլոգները հիմնականում անձնական են, թեպետ լինում են նաև կորպորատիվ, կոլեկտիվ կամ սոցիալական բլոգներ: Վերջիններս այսօր արդեն ընկալվում են որպես այլընտրանքային լրատվության միջոց և շատ դեպքերում հաջողությամբ իրականացնում են իրենց առաքելությունը: Տարեցտարի բլոգների նկատմամբ աճող հետաքրքրության մասին են վկայում ինչպես բլոգների թվի ավելացումը, այնպես էլ տարատեսակ հարցումները /cultural.am/:

Բլոգները տարբերվում են մի շարք հատկանիշներով՝ բովանդակությամբ, տեխնիկական հիմքով և գործառույթով: Բովանդակության առումով հարկ է նշել, որ բլոգը հիմնականում տեքստային է, չնայած լինում են նաև ֆոտոբլոգներ, երաժշտական բլոգներ, պոդկաստինգ կամ բլոգկաստինգ (ձայնագրիչի օգնությամբ արված հաղորդագրություններ) և վիդեոբլոգներ: Ինչ վերաբերում է տեխնիկական հիմքին, ապա այն նույնպես կարող է տարբեր լինել. այն, ինչպես կայքը, կարելի է տեղադրել առանձին հոսթինգի վրա: Ներկայումս, ելնելով անվտանգությունից, շատ բլոգերներ հենց այս տարբերակն էլ նախընտրում են: Բլոգները կարող են լինել պլատֆորմային, և մոբլոգներ, որոնք բլոգերները վարում են հեռախոսի միջոցով /cultural.am/:

Կատարելով հիմնականում տեղեկատվական-հաղորդակցական գործառույթ, բլոգը կարող է ունենալ նաև ժամանցային գործառույթներ՝

առօրյա կյանքի և աշխատանքի, ճանապարհորդությունների նկարագրությունից մինչև մշակութային դիտարկումներ:

Հայ բլոգերների բանական օրեցօր ավելանում է: Հետաքրքիրն այն է, որ բլոգները վարվում են տարբեր տարիքի մարդկանց կողմից: Մեր ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ կողափոխումներն առավել հաճախ հանդիպում են երիտասարդ բլոգերների գրավոր կամ բանավոր խոսքում:

Որոշ լեզվաբանների հետազոտությունները փաստում են, որ հաղորդակցման ընթացքում լեզուների ընտրության հարցը պայմանավորվում է մի շարք գործոններով՝ ով, ինչ լեզվով է խոսում, ում հետ և երբ /Myers-Scotton, 1993; Wei, 2000/: Այսինքն, հաղորդակցումը կարող է ընթանալ մի լեզվով որոշակի իրավիճակում, իսկ մյուս լեզվով՝ մեկ այլ լեզվական միջավայրում: Եթե, օրինակ, խոսակիցները հաղորդակցվում են հայերենով, կողափոխումները կարող են լինել ռուսերեն կամ անգլերեն (եթե, իհարկե, երկու կողմն էլ տիրապետում է այդ լեզուներին) և հակառակը՝ անգլերեն կամ ռուսերեն խոսելիս խոսակիցները կարող են անցում կատարել հայերենին:

Հետաքրքիրն այն է, որ հայ բլոգերների մոտ հիմնականում հանդիպում են բառային կողափոխումները (հայերեն խոսքում մեջբերվում են մեկ կամ երկու անգլերեն բառ կամ արտահայտություն), օրինակ՝

[Ասել ՈՉ ու վատ չզգալ | Լիլի - YouTube](#)

*Lily Araqelyan – «էդ «չէ» բառն էնպիսի բան է, որ ինչպես ասում են take practice ... »*

<https://www.youtube.com/watch?v=oVrHt7kuok>

kolya952 «VLOG! Austria day 2! Madame Tussauds թանգարանը»

*Kolya – «մենք հիմա park-ի մոտ ենք»*

*Kolya – «Սոնան գնաց shopping-ի»*

<https://www.youtube.com/watch?v=bnXXBWXKzPw>

GoBros – «Նկարիր թե կարող ես | Zipline | GoBros»

*Haik – «հիմա պետք է ես նկարեմ watermelon»*

Հայ բլոգերները վերը նշված անգլերեն կողափոխումներն օգտագործում են ոչ այնքան անհրաժեշտությունից դրդված, որքան ոճական նկատառումներից ելնելով: Համարվելով «մոդայիկ» լեզու՝ անգլերենի կիրառությունը հայերեն խոսքում առավել գրավիչ է երիտասարդ բլոգերների համար, որոնք հատկապես շատ են օգտագործում OK, thanks, so,

anyway, yet, ya, yes, և այլ անգլերեն բառեր իրենց հայերեն գրավոր և բանավոր խոսքում, օրինակ՝

<https://www.youtube.com/watch?v=At4u9HwF-78>  
YerevanYoutubeTranzit – «I HATE ԿՈՐԺԻԿ #3 | Ազնես Խերանյան  
(Agnes Kheranyan) | #youtubeAM»  
Agnes – «OK, merci շատ»

Ինչպես տեսնում ենք, այս կողափոխումները հանդիպում են բանավոր խոսքում և անցումը մի լեզվից մյուսին սահուն, աննկատ է լինում.

<https://www.youtube.com/watch?v=MyeJCTEnv5k>  
Agnes Kheranyan – «ELF HAUL : Ինչ եմ պատվիրել ԱՄՆ-ից?»  
Agnes – «Պատվիրեք highlighter և օգտագործեք»

<https://www.youtube.com/watch?v=MyeJCTEnv5k>  
Agnes Kheranyan – « ELF HAUL : Ինչ եմ պատվիրել ԱՄՆ-ից?»  
Agnes – «ինչու եմ մարտ ամսին լսում Christmas-ի երգեր»

<https://www.youtube.com/watch?v=X0NAzvUH3MI>  
Agnes Kheranyan – «USA VLOG: Vidcon 2018 / Marshmello CONCERT»  
Agnes – «Նկարեցինք մի interview և հիմա գնում ենք սենյակներ»

Այստեղ, այնուամենայնիվ, մեկ այլ խնդիր կա. լեզվաբաններից շատերը տարակուսում են արդյո՞ք կողափոխումները տարբերվում են փոխառություններից, թե՞ ոչ: Վերլուծելով հայ բլոգերների կողմից կիրառվող կողափոխման դեպքերը՝ կփորձենք որոշ հստակեցում մտցնել այս խնդրում:

Ընդհանրապես, փոխառությունը բառ է կամ արտահայտություն, որը մի լեզվից մյուսին է անցնում լեզուների, լեզվական համայնքների շփման արդյունքում /Malmkjaer, 2002/: Փոխառությունները կարող են յուրացվել, կիսայուրացվել կամ օտարաբանություն համարվել փոխառու լեզվում:

Բառափոխառությունների քննության մեջ թերևս ամենաէական ու կարևոր խնդիրը դրանց յուրացման հարցն է: Նոր հասկացություններ ու առարկաներ բնութագրելու միտումով մի լեզվից մյուսն անցնելով՝ լեզվական միավորներն ընդհանրապես և բառափոխառությունները մասնավորապես, մի կողմից փոխառու լեզու են ներմուծում փոխատու լեզվին բնորոշ օրինաչափություններ, մյուս կողմից, ենթարկվելով փոխառու լեզվի կանոններին, աստիճանաբար յուրացվում են՝ դառնալով տվյալ լեզվի անբաժանելի տարր:

Ընդ որում, բառափոխառությունների յուրացումը բարդ ու բազմակողմ երևույթ է ու, թերևս այդ է պատճառը, որ լեզվաբանական գրականության մեջ առկա են այս հարցի տարբեր մեկնաբանություններ:

Ա.Գ. Դոզան /Доза, 1956/, օրինակ, յուրացման մեջ էապես կարևոր է համարում բառակապակցությունների ձևաիմաստային զարգացումները: Ա. Ռեֆորմատսկու /Реформатский, 1967/ հետազոտություններում հիմնական շեշտը դրվում է քերականական ու հնչյունական կառուցվածքի յուրացման վրա, ընդ որում, երկու կողմերից մեկի բացակայության դեպքում նա բառափոխառությունը դասում է չյուրացվածների շարքը: Տ.Վ. Դորոֆեևան /Дорофеева, 1991/ քննության առնելով անգլերեն փոխառությունների խնդիրը՝ յուրացման մեջ կարևորում է նրանց հնչյունային, քերականական և իմաստային հարմարեցումը փոխառու լեզվին: Հայ լեզվաբաններից այս խնդրին անդրադարձել է Հ. Աճառյանը /Աճառյան, 1951/: Նա սկզբնաղբյուր լեզվի կարգավիճակը որոշելիս հակված է կարևորելու օտար բառի հնչյունաբանական հատկանիշները:

Ա. Բարլեզիզյանը կարևորելով բառափոխառությունների յուրացման երեք ոլորտները՝ ելակետային չափանիշ է ընդունում յուրացման բառիմաստային կողմը, քանի որ հնչյունագրայինն ու ձևաբանականը կարևորություն են ստանում միայն բառիմաստայինի առկայության պայմաններում: Ա. Բարլեզիզյանը տալիս է յուրացման հետևյալ սահմանումը. «յուրացումն ընդգրկում է օտար բառի հնչյունական տեսքի փոփոխումը փոխառու լեզվի օրինաչափություններին համապատասխան, քերականական նոր ձևերի ձեռքբերումը և, որ ամենակարևորն է, նրա մուտքը տվյալ լեզվի իմաստային ենթահամակարգերի մեջ» /Բարլեզիզյան, 1997: 157/:

Հիմք ընդունելով Ա. Բարլեզիզյանի փոխառության յուրացման սահմանումը կարելի է վստահաբար նշել, որ հայ բլոգերների կողմից կոդափոխված անգլերեն բառերը փոխառություններ չեն, դրանք լավագույն դեպքում կարող են դիտվել որպես դիպլոմատաբանություններ (այսինքն բառեր, որ հանդիպում են միայն տվյալ համատեքստում):

Քննենք Սամվել Մարտիրոսյանի գրառումը համացանցում՝

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԵՎ ՔԱՂԱՔԱՑԻԱԿԱՆ ՇԱՐԺՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ (noravank.am)

Սամվել Մարտիրոսյան

«Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական կենտրոնի փորձագետ

*2005թ. սկսեց ձևավորվել հայկական բլոգոսֆերան, որը տեղակայված էր հիմնականում Livejournal-ում: Բլոգները լուրջ հասարակական և քաղաքական գործիք դարձան 2007-2008-ին նախագահական ընտրու-*

թյունների շուրջ սկսված քաղաքական պայքարի արդյունքում: Հենց այս ժամանակ հայտնվեցին քարոզչական, թաքնված հեղինակ ունեցող բլոգները, որոնց այսօր ընդունված է անվանել «ֆեյքեր» կամ կեղծ օգտատերեր: Մինչ այդ կեղծ օգտատերերը հիմնականում օգտագործվում էին հայ-ադրբեջանական վիրտուալ պատերազմում: Նման քարոզչական բլոգներ կարելի է գտնել 2008-ի հունվարին Արթուր Պապյանի կողմից իր բլոգում ստեղծված ցուցակում:

Այս հատվածում հեղինակն օգտագործում է մի շարք օտար բառեր, ինչպիսիք են՝ բլոգոսֆերա, բլոգներ, վիրտուալ, ֆեյքեր: Վերջիններս անգլերենից փոխառված blogosphere, blogs (անգլերեն web և log բառերից), virtual, fakes բառերն են, որոնք հայերենում ենթարկվել են որոշ փոփոխությունների. նախ երկու լեզուներում կիրառվող տարբեր այբուբենների արդյունքում օտար բառերը տառադարձվել են հայերենում, ինչպես նաև որոշների հոգնակի -եր (ֆեյքեր) և -ներ (բլոգներ) վերջավորություններն են ստացել: Հավելենք նաև, որ հեղինակը «ֆեյքեր» բառը չակերտների մեջ է առել այն պատճառով, որ այն վերջերս է ներմուծվել հայերեն բառապաշար և շատերի կողմից դիտվում է որպես օտարաբանություն, մինչդեռ մյուս օտար բառերն արդեն լայնորեն կիրառվում են փոխառու լեզվում և համարվում են հայերեն բառապաշարի մաս:

Նշենք, որ փոխառյալ բառերի մեծ մասը ժամանակի ընթացքում հիմնականում պատճենվում են, կամ ստեղծվում են նրանց հայերեն համարժեքները փոխառու լեզվի միավորներով:

Մեր ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ հայերեն խոսակցական լեզվում հանրության կողմից առավել գերադասելի են օտար բառերը, քան նրանց թարգմանությունները: Նույնը չենք կարող ասել գրավոր խոսքի մասին, որտեղ հիմնականում օտար բառերի հայերեն համարժեքներն են կիրառվում:

Հետաքրքիրն այն է, որ երիտասարդ բլոգերները այնքան էլ չեն տարբերակում գրավոր խոսքը բանավորից, այսինքն հիմնականում գրում են այնպես ինչպես խոսում են: Այսպես, օրինակ՝

[Microsoft Word - april-2011-new-media.doc \(nla.am\)](#)

Վարդան ՊԱՊԻԿՅԱՆՆ ԵՏՈՄԵՂԻԱ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ (www.neomedia.am),  
բլոգեր

*Ի՞նչ ասել է սոցիալական մեդիա. User Generated Content – օգտվողների կողմից ստեղծվող բովանդակություն, այսինքն՝ այն բովանդակությունը համացանցում, որը ստեղծվում է սովորական ինտերնետ օգտվողի, այլ ոչ թե լրատվամիջոցի կամ լրատվության այլ աղբյուրի կողմից: Հենց*

այս տերմինն է, որն հիմնովին ասոցացնում է նոր մեդիան որպես ժամանակակից մեդիա ոլորտ, որտեղ առաջնային նշանակություն ունեն սովորական ինտերնետ օգտվողներն ամբողջ աշխարհից: Վիքիփեդիան սոցիալական մեդիայի մասին ասում է հետևյալը. սոցիալական մեդիատերմին, որը կարելի է կիրառել ցանկացած վեբ-կայքի կամ ծառայության նկատմամբ, որը թույլ է տալիս ինտերնետ օգտվողներին համագործակցել, շփվել, կիսվել տեղեկատվությամբ կամ մասնակցություն ունենալ այլ սոցիալական ակտիվությանը: Սոցիալական մեդիայի շարքին են դասվում այնպիսի գործիքներ և հարթակներ, ինչպիսիք են սոցիալական ցանցերը, բլոգները, վիքի-ռեսուրսները, միկրոբլոգներն ու միկրոբլոգային հարթակները, ֆորումներն ու նրանց համարժեք միավորները, մեդիա և հղումների փոխանակման ռեսուրսները, և այլն: Ի տարբերություն ամբողջական նոր մեդիա հասկացության, որում ներառվում են նաև էլեկտրոնային փոստերը, DVD և CD կրիչները, վեբ-կայքերը, 3D տեխնոլոգիաները, սոցիալական մեդիան հենց այն ինտերակտիվ միջավայրն է, որն իրականում ահռելի ծավալներով ինֆորմացիոն հոսք է ապահովում ամեն վայրկյան:

Ինչպես տեսանք, տեքստը հագեցած է օտար բառերով, սակայն, դրանք կողափոխումներ չեն: Այս անգլերեն բառերը փոխառվել են հայերեն և ենթարկվել հնչյունագրային, ձևաբանական որոշ փոփոխությունների: Նրանցից շատերը փոխառու լեզվում ունեն իրենց հայերեն համարժեքները, ինչպես օրինակ.

- ինտերնետ – համացանց
- ինֆորմացիոն – տեղեկատվական
- տերմին – եզրույթ
- DVD (Digital Video Disk) – թվային տեսապնակ
- CD (Compact Disc) – խտապնակ, սեղմնապնակ:

Ամփոփելով ասվածը նշենք, որ գրավոր և բանավոր խոսքում հանդիպող ամեն օտար բառ չի կարող կողափոխում համարվել: Կողափոխման դեպքում խոսակիցը սահուն անցում է կատարում մի լեզվից մյուսը՝ պահպանելով օտար բառի արտասանությունն ու երբեմն նաև տվյալ լեզվի ձևաբանական վերջավորությունները, մինչդեռ փոխառությունների դեպքում, ինչպես տեսանք, պատկերը բոլորովին այլ է: Հետևաբար պնդել, որ կողափոխումները կարող են փոխառության մի տեսակ համարվել սխալ կլինի: Սակայն չի կարելի ժխտել այն փաստը, որ կողափոխման արդյունքում որոշ բառեր կարող են անգլերենից ներթափանցել մայրենի լեզու և յուրացվել փոխառու լեզվում:

Բառային կողափոխումներից բացի վերջին շրջանում տարբեր սո-

ցիալական հարթակներում բլոգերների և օգտատերերի կողմից շատ են կիրառվում հեշթեգերը (շատ է հանդիպում նաև *հաշթագ* գրաձևը): Հայերեն խոսքում օտար լեզվով ներկայացվող հեշթեգերը ևս կարող են կոդափոխման մի տեսակ համարվել:

**Հաշթագ** կամ **հեշթեգ** (անգլերենում՝ hashtag - hash՝ վանդականիշ, tag՝ պիտակ), բառ կամ արտահայտություն է, որին նախորդում է վանդականիշ նշանը #: Հեշթեգերը հիմնականում հանդիպում են այնպիսի սոցիալական ցանցերում, ինչպիսիք են, Twitter, Instagram, Facebook, Pinterest, և այլն: Հեշթեգերի շնորհիվ հնարավոր է դառնում հեշտությամբ գտնել տվյալ գրառմանը թեմայով մոտ այլ գրառումներ:

Պիտակավորման այդ հնարքը եկել է Twitter-ից 2007 թվականին և արագ տարածվել մյուս սոցիալական ցանցերում: Վերջին շրջանում հեշթեգերը տարբեր նպատակներով են օգտագործվում՝ գովազդից մինչև անձնական զգացումների (տխրություն, ուրախություն, հումոր, անհանգստություն, և այլն) արտահայտում. *գարուն է #excited*: Այդ է պատճառով, որ հեշթեգերը լայնորեն կիրառվում են հանրության տարբեր շերտերի կողմից, բնականաբար, նաև հայ բլոգերների գրառումներում.

[manepapyan.blogspot.com](http://manepapyan.blogspot.com)

[#10yearschallenge](https://twitter.com/10yearschallenge)

#10yearschallenge-ը ֆլեշմոբը ոչ որի չխնայեց, բոլորին գայթակղեց, եթե նույնիսկ իրենց նկարը չզգեի, ապա գոնե հետևել և քննարկել, թե ինչ հետաքրքիր նկարներ են նկատել սոց.ցանցերում:

Փորձեցի ինչ-որ կերպ տարանջատել ֆլեշմոբին մասնակցած նկարները ըստ բովանդակության:

Posted by manepapyan@gmail.com at 1/21/2019

Հեշթեգը բլոգերների համար իրենց գրառման բովանդակությունը մեկնաբանելու միջոց է: Բացի այդ, այն հնարավոր է դարձնում այդ գրառումը կապել նմանատիպ բովանդակություն ունեցող այլ տեքստերի հետ և այսպիսով մեծացնել իրենց ազդեցության ոլորտը:

Հետազոտելով հայ բլոգերների հեշթեգերը՝ կարող ենք փաստել, որ դրանք հիմնականում անգլերենով են: Հետևաբար, հայերեն գրառման մեջ հանդիպող օտար բառերն ու արտահայտությունները ևս կարող են կոդափոխման դեպքեր համարվել: Ի տարբերություն փոխառյալ միավորների, հեշթեգերը պահպանում են անգլերեն գրաձևն ու ձևաբանական առանձնահատկությունները, ինչպես օրինակ՝



(asekose.am - Ինչպիսի՞ն կլինեն հայ աստղերը, եթե ատամներ չունենային)

Համացանցում լայն տարածում է գտնում *#celebritieswithnoteeth* հեշթեգը, որի տակ օգտատերերը հրապարակում են հայտնի աստղերին՝ առանց ատամների: Որոշեցի տեսնել, թե մեր աստղերն ինչպիսի տեսք կունենային, եթե չունենային ատամներ:

(Սոցցանցերի “հեշթեգ” արշավներ. մի քանի խայտառակ ծախսողումներ և մի քանիսը լավագույններից - Morgan Consulting & Training (mct.am)):

Երբ *McDonald’s*-ը սկսեց *#McDStories* արշավը, այն ցանկանում էր ներկայացնել ընկերության լավագույն աշխատողներին և հնարավորություն ստեղծել, որ մարդիկ կհսեն իրենց հիշողությունները: Այն շատ արագ սիսալ ընթացք ստացավ. մարդիկ սկսեցին Թվիթերում տեղադրել իրենց վատ փորձը այս ընկերության հետ:

Արշավը շատ շուտով վերածվեց PR աղետի և *McDonald’s*-ին բերեց հսկայական չափերի վատ համբավ: Եվ չնայած, որ թվիթը հեռացվեց բրենդի կողմից, վնասը արդեն պատճառվել էր և այն ահռելի էր:

Այս օրինակում բացի հեշթեգից կան նաև այլ կոդափոխումներ՝ *McDonald’s, PR*: Կիրառվել է նաև *բրենդ* անգլերեն բառափոխառությունը, որն ինչպես տեսնում ենք, տառադարձված է: Այն ունի իր հայերեն համարժեքը՝ *սպրանքանիշ*, բայց վերը նշվել է արդեն, որ հայ բլոգերները հակված են օգտագործել անգլերեն բառը հայերեն համարժեք միավորի փոխարեն:

Այսպիսով, ամփոփելով ուսումնասիրության արդյունքները, կարող ենք նշել, որ հայ բլոգերների թիվը տարեցտարի ավելանում է և նրանց շարքերն համալրողները հիմնականում երիտասարդներ են: Անգլերենը Հայաստանում դասավանդվող օտար լեզուներից ամենահեղինակավորն է: Հետևաբար, երիտասարդներից շատերը լավ տիրապետելով այդ լեզվին՝ ազատ հաղորդակցվում են թե՛ հայերենով, թե՛ անգլերենով: Արդյունքում, բլոգերների բանավոր և գրավոր խոսքում շատ են հանդիպում կոդափոխման դեպքերը: Հայ բլոգերները նաև շատ անգլերեն բառափոխառություններ են օգտագործում: Սակայն, դրանք տարբերվում են կոդափոխումներից հիմնականում նրանով, որ փոխառու լեզվում ենթարկվել են հնչյունագրային և ձևաբանական փոփոխությունների (երբեմն նաև իմաստային), շատերն էլ ձեռք են բերել հայերեն համարժեքներ: Բնականաբար, այդ փոխառություններն արդեն հայերեն բառապաշարի մաս են կազմում, մինչդեռ կոդափոխումները կարող են միայն կիրառվել տվյալ տեքստում կամ խոսքում և հետո մոռացվել:

### ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Աճառյան Հ. Եվրոպական փոխառյալ բառեր հայերենի մեջ, Վիեննա, Մխիթարյան տպարան, 1951:
2. Բարլեզիզյան Ա. Հայ-ֆրանսիական լեզվական առնչությունները XIX դարում, Երևան, «Փյունիկ», 1997:
3. Malmkjaer K. The Linguistics Encyclopedia. London and New York: Routledge, 2002.
4. Myers-Scotton C. Social Motivations for Codeswitching. Evidence from Africa // *Oxford Studies in Language Contact*. Oxford: Clarendon, 1993.
5. Wei L. The Bilingualism Reader. London: Routledge, 2000.
6. Доза А. История французского языка. Москва: Иностранная литература, 1956.
7. Дорофеева Т. В. Роль английских заимствований в лексике малайзийского языка // (Под ред. Кандрашкина Е.А.) *Лексические заимствования в языках зарубежного востока*. Москва: Наука, 1991.
8. Реформатский А. А. Введение в языковедение. Москва: Просвещение, 1967.

### ԼԵԶՎԱԿԱՆ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐ

1. cultural.am (20.12.2020)
2. Ասել ՈՉ ու վատ չգալ | Լիլի - YouTube (02.03.2021)
3. <https://www.youtube.com/watch?v=oVlRht7kuok> (15.02.2021)
4. <https://www.youtube.com/watch?v=bnXXBWXXkzPw> (15.02.2021)
5. <https://www.youtube.com/watch?v=At4u9HwF-78>  
YerevanYoutubeTranzit – «I HATE ԿՈՐԺԻԿ #3 | Ազնես Խերանյան (Agnes Kheranyan) | #youtubeAM»: (3.03.2021)
6. <https://www.youtube.com/watch?v=MyeJCTEnv5k>  
Agnes Kheranyan – «ELF HAUL: Ինչ եմ պատվիրել ԱՄՆ-ից?»: (3.03.2021)
7. <https://www.youtube.com/watch?v=X0NAzvUH3MI>  
Agnes Kheranyan – «USA VLOG: Vidcon 2018 / Marshmello CONCERT» (3.03.2021)
8. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԵՎ ՔԱՂԱՔԱՑԻԱԿԱՆ ՇԱՐԺՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՄԱՑԱՆՑՈՒՄ (noravank.am) (25.02.2021).
9. Microsoft Word - april-2011-new-media.doc (nla.am)  
Վարդան ՊԱՊԻԿՅԱՆ ՆեոՄեդիա ընկերություն (www.neomedia.am), բլոգեր (13.02.2021)
10. manepapayan.blogspot.com (1.03.2021)

11. asekose.am - Ինչպիսի՞ն կլինեին հայ աստղերը, եթե ատամներ չունենային (13.02.2021)
12. Սոցցանցերի «հեշթեգ» արշավներ. մի քանի խայտառակ ձախողումներ և մի քանիսը լավագույններից - Morgan Consulting & Training (mct.am)) (6.03.2021)

**А. ГАЛСТЯН – Переключение кода в речи армянских блогеров.** – В данной статье исследуются особенности устной и письменной речи армянских блогеров. Рассматриваются случаи переключения с армянского на английский и с английского на армянский с целью определения их характера и причин их использования. Проблема заключается в соотношении переключения кода и заимствованного слова. Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что заимствования являются частью армянской лексики, в то время как переключение кода – это просто иностранные единицы, используемые в речи.

**Ключевые слова:** переключение кода, заимствование, блог, блогер, хэштег

**A. GALSTYAN – Code Switching in Armenian Bloggers’ Speech.** – The paper examines the peculiarities of the oral and written speech of Armenian bloggers. The aim of the paper is to study the cases of English-Armenian and Armenian-English code switches as well as identify their nature and the reasons for their use. One of the main problems is the relationship between code switching and loan word. The results of the research allow to conclude that borrowings are part of the Armenian vocabulary, whereas code switches are just foreign units used in speech.

**Key words:** code switching, loan word, blog, blogger, hashtag

Ներկայացվել է՝ 05.03.2021  
 Երաշխավորվել է ԵՊՀ Անգլիական բանասիրության  
 ամբիոնի կողմից  
 Ընդունվել է տպագրության՝ 14.04.2021