ISSN 1829 - 1864

2016 ապրիլ-հունիս թիվ 2 (54)

համահայկական հանդես

ՎԵՄ

VEM Pan-Armenian Journal

«Վէմ»-ի ղեկավար սկզբունքն է լինելու գիտական առարկայականութիւնն ու ճշմարտութիւնը, միայն ճշմարտութիւնը, ամբողջ ճշմարտութիւնը՝ համոզած, որ անգամ ամենադառն ճշմարտութիւնը աւելի օգտակար է, քան ոսկեզօծ ու շաքարապատ սուտը»:

Սիմոն Վրացեան

Խմբագիր՝ ԳԵՎՈՐԳ ԽՈՒԴԻՆՅԱՆ

ԽՄԲԱԳՐԱԿԱՆ ԽՈՐՀՈՒՐԴ

ՀԱՅԱՍՏԱՆ

Վլադիմիր Բարխուդարյան
Սերգեյ Սարինյան
Աշոտ Մելքոնյան
Ռուբեն Սաֆրաստյան
Ալբերտ Ստեփանյան
Սուրեն Դանիելյան
Համլետ Պետրոսյան
Սամվել Մուրադյան
Լևոն Մկրտչյան

ՍՓՅՈՒՌՔ

Երվանդ Փամբուկյան – Լիբանան
Մկրտիչ Մկրտչյան – Լիբանան
Հարություն Քյուրքչյան – Հունաստան
Կարո Արմենյան – ԱՄՆ
Ռուբինա Փիրումյան – ԱՄՆ
Վաչե Բրուտյան – ԱՄՆ

համահայկական հանդես
Ը (ԺԴ) տարի, 2016,
թիվ 2 (54), ապրիլ–հունիս

«Վէմ» համահայկական հանդես
Հրատարակիչ՝ **«Վէմ հանդէս» ՍՊԸ**

0010 Երևան, Միհր Մկրտչյան փ. 12/1
հեռախոս՝ **52 18 76, 093 83 93 24**

Էլ. փոստ՝ **khoudinyan@yahoo.com**

Ինտերնետային կայք՝
vemjournal.org

ISSN 1829 – 1864

ՎԷՄ

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԽՄԲԱԳՐԱԿԱՆ

ՂԱՐԱԲԱՂՅԱՆ ՆՈՐ ՍՏԱՏՈՒՍ-ՔՎՈՅԻ ՏԵՍԼԱԿԱՆԸ 3

ՀԻՄՆԱՔԱՐԵՐ

Լիանա Ս. Սարգսյան
ԽՈՍՔԱՅԻՆ ԷԹԻԿԵՏ 9

ՊԱՏՄՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆ

Սմբատ Խ. Հովհաննիսյան
ԱՆՆԱԼՆԵՐԻ ԴՊՐՈՑԻ ԱՅԼԱՅՈՒՄԸ. «ՆՈՐ ՊԱՏՄԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ»
Մաս երկրորդ: Մտակեցվածքների պատմություն. երեք հարացույց (կառուցվածքային, շարային կամ քանակային և համաբերական) 27

ԳՐԱԿԱՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ – ՀՐԱՆՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆ

Վազգեն Հ. Սաֆարյան
ՀՐԱՆՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆԻ ՊԱՏՄԱՓԻԼԻՍՈՓԱՅՈՒԹՅՈՒՆԸ 49

Ալա Ա. Խառատյան
ԾԱՂՐԱԾՈՒԻ ՄԵՏԱՄՈՐՖՈԶԸ ՀՐԱՆՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆԻ ԱՐՁԱԿՈՒՄ
«Ծաղրածուների մեր տոհմը» պատմվածքը «Տերը» վիպակի զուգահեռներում 70

Դավիթ Վ. Պետրոսյան
ՔԱՂԱՔԱԿՐԹԱԿԱՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐ ԵՎ ԳԵՂԱՐՎԵՍՏԱԿԱՆ ՊԱՏՈՒՄ
Հրանտ Մաթևոսյան և Սերգեյ Դովլաթով 88

Ուլյանա Ա. Կոստանյան
ՀՐԱՆՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆԻ ԵՎ ՎԱՍԻԼԻ ՇՈՒԿՇԻՆԻ ԱՐՁԱԿԸ
Ժամանակի սոցիալ-քաղաքական կյանքի համատեքստում 97

ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

Արսեն Է. Հարությունյան
ԳՐԻՉ ՂՈՒՆԿԻԱՆՈՍ ԱՇՏԱՐԱԿԵՑՈՒ ՏԱՊԱՆԱԳԻՐԸ ԵՎ ՄԱՏԵՆԱԳՐԱԿԱՆ ՎԱՍՏԱԿԸ 105

ՄՇԱԿՈՒՅԹ

Սլավի-Ավիկ Մ. Հարությունյան (Մոսկվա)
ՏԵՔՍՏԻ ՏԱՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ
Մաս երկրորդ: Տեքստը և արտաքին համատեքստը 120

ԳԻՏԱԳՈՐԾՆԱԿԱՆ

Մարիամ Մ. Կարապետյան
ՄՇԱԿՈՒՅԹ ԵՎ ՄԵՐՁԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ
Մշակութային իրազեկվածությունը մեդիա-փորձի համատեքստում 138

ԼՐԱՏՈՒ

Խաչիկ Ս. Տէր-Ղուկասեան, Կիրոյ Ա. Մանոեան
ՈՒԻՔԻԼԻՔՍԵԱՆ ԲԱՑԱՅԱՅՏՈՒՄՆԵՐ
Հ. Յ. Դաշնակցութեան գործը Հայաստանի մէջ՝ ըստ Ա.Մ.Ն.-ի՝ Երևանի դեսպանատան 1993-2010 թթ. դիւանագիտական զեկուցումներու 154

ԳՐԱԽՈՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Արմեն Յ. Մարոքյան – Ռոդնի Դաքեսյան, 1915 թ. հայերի դեմ իրագործված կոտորածների իրավաբանական հետևանքները և դրանց լուծման դատական ու արտադատական հնարավոր եղանակները 191

ԱՐԽԻՎ

ՄԱՐ-Ի ՆՈՐԱՀԱՅՏ ՀՈՒՇԵՐԸ
Մաս չորրորդ: Ծպտյալ դաշնակցական գործիչը Մարաշի բանտում 1899-1904 թթ. 213
Պատրաստեցին՝ Ռուբեն Հ. Գասպարյանը և Ռուբեն Օ. Մահակյանը

Ավագ Ա. Հարությունյան
ՀԱՅ ՍՊԱՆԵՐԸ ՌՅԱԶԱՆԻ ՀԱՄԱԿԵՆՏՐՈՆԱՑՄԱՆ ՃԱՄԲԱՐՈՒՄ 1920-1923 ԹԹ.
Համահավաք մարտիրոսագրություն 244

Արարատ Մ. Հակոբյան, Համո Կ. Սուքիասյան
ԵՂԻՇԵ ՉԱՐԵՆՑԸ ԽՈՐՀՐԴԱՅԻՆ ԳՐԱՔՆՆՈՒԹՅԱՆ ԹԻՐԱԽՈՒՄ
Մի մեղադրագրի հետքերով 287

ՀԱՎԵԼՎԱԾ

Գեղամ Մ. Բաղալյան
ԱՐԵՎՄՏՅԱՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԱՏՄԱԺՈՂՈՎՐԴԱԳՐԱԿԱՆ ՆԿԱՐԱԳԻՐԸ ՄԵԾ ԵՂԵՌՆԻ ՆԱԽՕՐԵԻՆ
Մաս հինգերորդ: Բիթլիսի նահանգի Մշո գավառը I (293)

CONTENT 325

СОДЕРЖАНИЕ 326

Մարիամ Մ. Կարապետյան
Բանաս. գիտ. թեկնածու

ՄՇԱԿՈՒՅԹ ԵՎ ՄԵՐՁԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ

Մշակութային իրազեկվածությունը մեդիա-փորձի համատեքստում*

Բանալի բառեր – մշակութային իրազեկվածություն, զանգվածային մշակույթ, խաչանկարային մշակույթ, մշակութային լրագրության, մշակույթի մերձավորություն, ստեղծագործականություն, արդիություն:

Մուտք

Հայկական մշակույթի մասին հայաստանյան հասարակության զանգվածային պատկերացումը մի շարք հակասություններից է բաղկացած: Մի կողմից՝ մշակութային լրագրությունն ընկալվում է որպես «մարզվելու» հարմար ու անվնաս վայր՝ լուրջ ու պատասխանատու ոլորտներ լուսաբանելուց առաջ, և մշակութային նորությունները բոլոր լրատվական թողարկումներում լուրերի բուրգի ամենաստորին աստիճանին են, մյուս կողմից՝ հայոց դարավոր մշակույթն ընկալվում է որպես ազգային միակ անվիճելի հարստություն:

Այս հակասականության քննությունը թույլ է տալիս նկատել **արդիականության խնդիրը**. մշակույթի արժևորումը, որ դեպի անցյալ է հղվում, հուշում է մտածել մշակույթի և արդիականության, այն է՝ մշակույթի և Հայաստանի արդի հասարակական կյանքի հարաբերության մասին: Հոդվածում ցանկանում ենք քննել այս հարաբերությունը՝ որպես **մերձավորության, կապի** խնդիր: Կքննարկենք մեդիայի դերը՝ որպես այդ հարաբերության հարթակ, ներկայացուցիչ և մասնակից:

Առաջադրվող վարկածը հետևյալն է. հայկական ոչ սպառողական մշակույթի օտարացումն արդի հայաստանյան հասարակության համար դրսևորվում է մշակութային լրագրության և ստեղծագործականության հետ կապված այլ ոլորտների դիսկուրսում: Որպես արդիականության հատկանիշների՝ կանդրադառնանք **շուկայականությանը** և **ստեղծարարությանը**՝ հաշվի առնելով «արդի» ասվածի նշանակությունները համաշխարհային և մասնավորապես հայաստանյան իրականության տեսակետներից: Ըստ այսմ՝ կփորձենք քննել մշակույթի, մշակութային լրագրության և արդիականության կապի արդյունականությանը վերաբերող մի կարևոր հարց. **ինչպես, ինչ բառային, տեքստային միջոցներով են հայաստանյան հեռուստաընկերությունների մշակութային անդրադարձներն արտադրում *ժամանակակիցը* կամ մասնակցում են առհասարակ *ժամանակակցի* մեդիաարտադրու-**

*Հոդվածն ընդունվել է տպագրության 20.05.2016:

Մարիամ Մ. Կարապետյան
Բանաս. գիտ. թեկնածու

ՄՇԱԿՈՒՅԹ ԵՎ ՄԵՐՁԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ

Մշակութային իրազեկվածությունը մեդիա–փորձի համատեքստում*

Բանալի բառեր – մշակութային իրազեկվածություն, զանգվածային մշակույթ, խաճանկարային մշակույթ, մշակութային լրագրության, մշակույթի մերձավորություն, ստեղծագործականություն, արդիություն:

Մուտք

Հայկական մշակույթի մասին հայաստանյան հասարակության զանգվածային պատկերացումը մի շարք հակասություններից է բաղկացած: Մի կողմից՝ մշակութային լրագրությունն ընկալվում է որպես «մարզվելու» հարմար ու անվնաս վայր՝ լուրջ ու պատասխանատու ոլորտներ լուսաբանելուց առաջ, և մշակութային նորությունները բոլոր լրատվական թողարկումներում լուրերի բուրգի ամենաստորին աստիճանին են, մյուս կողմից՝ հայոց դարավոր մշակույթն ընկալվում է որպես ազգային միակ անվիճելի հարստություն:

Այս հակասականության քննությունը թույլ է տալիս նկատել **արդիականության խնդիրը**. մշակույթի արժևորումը, որ դեպի անցյալ է հղվում, հուշում է մտածել մշակույթի և արդիականության, այն է՝ մշակույթի և Հայաստանի արդի հասարակական կյանքի հարաբերության մասին: Հոդվածում ցանկանում ենք քննել այս հարաբերությունը՝ որպես **մերձավորության, կապի** խնդիր: Կքննարկենք մեդիայի դերը՝ որպես այդ հարաբերության հարթակ, ներկայացուցիչ և մասնակից:

Առաջադրվող վարկածը հետևյալն է. հայկական ոչ սպառողական մշակույթի օտարացումն արդի հայաստանյան հասարակության համար դրսևորվում է մշակութային լրագրության և ստեղծագործականության հետ կապված այլ ոլորտների դիսկուրսում: Որպես արդիականության հատկանիշների՝ կանդրադառնանք **շուկայականությանը** և **ստեղծարարությանը**՝ հաշվի առնելով «արդի» ասվածի նշանակությունները համաշխարհային և մասնավորապես հայաստանյան իրականության տեսակետներից: Ըստ այսմ՝ կփորձենք քննել մշակույթի, մշակութային լրագրության և արդիականության կապի արդյունականությանը վերաբերող մի կարևոր հարց. **ինչպե՞ս, ի՞նչ բառային, տեքստային միջոցներով են հայաստանյան հեռուստաընկերությունների մշակութային անդրադարձներն արտադրում *ժամանակակիցը* կամ մասնակցո՞ւմ են առհասարակ *ժամանակակցի* մեդիաարտադրու–**

*Հոդվածն ընդունվել է տպագրության 20.05.2016:

թյանը: Այս տեսակետից ենթադրում ենք քննել «ժամանակակից» ասվածի **մեկնաբանման հնարավորությունները Հայաստանում**՝ որպես զանգվածայինի, փոփոխականի, անփոփոխ ազգայինի տարբերակներ՝ հասցեագրված միջին վիճակագրական հայաստանցուն: Ընդ որում՝ այդ միջին վիճակագրականին պատկերացնելու համար հարմար է նույնացնել նրան հեռուստաարտադրողների պատկերացրած լսարանի հետ՝ բնութագրելով նրան որպես **զանգվածային սպառման ներկայացվող հեռուստաարտադրանքի պահանջարկի հայտատու**:

Այսպիսով, հոդվածում նպատակադրել ենք քննել ոչ սպառողական հայկական մշակույթ – արդի հայաստանյան հեռուստալսարան մերձավորության խնդիրը՝ մշակութային լրագրությունն առնչելով ժամանակակից աշխարհի երկու բնորոշ հատկանիշների՝ սպառողականության և ստեղծարարության հետ: Առավել հանգամանալից ուսումնասիրության համար փորձենք մտածել այս եզրույթներից յուրաքանչյուրի մասին՝ միաժամանակ ցույց տալով դրանց առանձնահատկությունների կապն ընդհանուր խնդրի հետ:

1. Մերձավորություն

Սոցիալական կոնստրուկցիոնիզմի տեսությունն ուսումնասիրում է այն պատճառներն ու նախադրյալները, որոնցով հասարակությունը մի բան ընդունում և ձևակերպում է որպես խնդիր, իսկ մեկ այլ՝ գուցե նույնքան կամ ավելի նշանակալի բան՝ ոչ[1]: Հասարակություն – ՋԼՄ փոխազդեցությունների արդյունքում ձևավորվում կամ զանգվածային են դառնում այս մեխանիզմները՝ հանրահռչակելով նոր խնդիրներ և մեկնաբանություններ դրանց մասին: Ավելի մեծ ուշադրության են արժանանում այն խնդիրները, որոնք **անմիջականորեն** կապված են հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտների հետ, ունեն ազդեցության ավելի տեսանելի ուղղություններ և կարծեք ավելի շոշափելի են: Զանգվածային հաղորդակցությունը ենթադրում է հաշվի առնել լսարանի բնույթն ու ակնկալիքները, հետևաբար նաև լսարանին առավել մոտ խնդիրները: Այսպես որոշակիանում է մեդիայի և լսարանի կարծիքով առավել կարևոր խնդիրների շրջանակը՝ ամեն օր ձևակերպվելով որպես կոնկրետ իրադարձությունների, վերլուծությունների, գնահատականների շղթա: Ամեն օր լսարանին հասցեագրվելիք տեղեկատվության ընտրության առաջնային գործոններից է դառնում լսարանի ենթադրվող հետաքրքրվածությունը, որի պատճառներից մեկը նշված **մերձավորությունն** է: Հետևաբար որպեսզի մշակույթը հայտնվի լուսաբանման արժանանալու համար մրցող տեղեկատվության ցանկում, պետք է նաև մերձ լինի լսարանին: Այդպիսի մերձության ինչ հնարավորություն ունի այսօր հայաստանյան մշակույթը, և ո՞րը կարող է լինել այստեղ մեդիայի գործառույթը:

Մերձավորություն (մերձություն, մոտիկություն) եզրույթը մասնագետները սկսել են կիրառել ոչ վաղ անցյալում: Հիմնականում տարածաշրջանային թերթերի մասին խոսելիս կիրառվող այս եզրույթը ոչ բոլոր ժամանակակից տեսական աշխատություններում է հստակորեն որոշարկվում[2]: Այսպես. Ժան-Մարի Շարոնը, «մերձ տեղեկատվություն» ասելով, նկատի ունի տեղական թերթերի հրապարակած ոչ քաղաքական բնույթի լուրերը, որոնք հաճախ **գործնական** նշանակություն ունեն ընթերցողների համար: Դրանք նա հակադրում է ազգային և միջազգային մասշտաբի քաղաքական տեղեկատվությանը: Ֆրանսիայում տեղական թերթերի խմբագրությունները, ըստ հարցումների, շատ ավելի հաճախ են կիրառում եզրույթը՝ նշելով, որ իրենց համար կարևոր է ընթերցողներին «**մոտ տեղեկություններ**» փոխանցելը: Ընդ որում՝ մոտիկությունը մեկնաբանվում է ավելի լայն

1 Տես **Черных А.** Мир современных медиа. М.: Издательский дом “Территория будущего”, 2007, с. 61–79:
2 Տես **Соломонов Ю.** История и секреты успеха ежедневных газет. М., 2003 // http://evartist.narod.ru/text8/23.htm (07.12.15):

իմաստով. «**կոնկրետ փաստեր, որոնք վերաբերում են մարդկանց ամենօրյա կյանքին**»[3]: Ավելի վճռական է Կ. Միտչելի մեկնաբանությունը: Ըստ նրա՝ **մերձավորությունը լուրին արժեքավորություն հաղորդող վեց հատկանիշներից մեկն է**[4]: Այստեղ այս եզրույթը կկիրառենք հենց նման լայն իմաստով՝ նկատի ունենալով առհասարակ տեղեկատվությունը, որը մարդիկ հաճույքով «ներս են թողնում»՝ ներառյալ, օրինակ, ժամանցի արդյունաբերության հրամցրած տեղեկատվական ապրանքները, որոնք ամենևին էլ կենսական նշանակություն չունեն, սակայն առաջնային են դառնում սոցիալական առաջնահերթությունների անձնական ընտրության արդյունքում: **Մերձությունը**՝ որպես լսարանի հետ թեմայի **կապի և անհրաժեշտության հիմնավորում**, անգամ եթե չի ձևակերպվում որպես այդպիսին, այսպիսով, շատ կարևոր է: Բոլոր դեպքերում այն կարևոր **շուկայական** խնդիրներ է լուծում՝ ավելի մեծ տարածում ապահովելով մեդիաարտադրանքի համար:

Ոչ սպառողական նշակույթն իր օրինաչափություններով մեդիայի ոլորտ տեղափոխելիս (սպառողական մշակույթն այս տեսակետից համապատասխանում է վերը նշված միտումներին) հաճախ նկատելի է դառնում այդ օրինաչափությունների անհամատեղելիությունը կամ առնվազն դժվար համատեղելիությունը մեդիայի կանոնների հետ: Տվյալ դեպքում խնդիրներն ու դրանց լուծումներն այսչափ գործնական չեն, նյութի ընտրության և լսարանի կապն էլ (մշակույթն ինքն էլ, ինչպես մեդիան, իմաստներ փոխանցող խողովակ է) ուղղակի չէ: Մշակույթի յուրաքանչյուր մասնավորության «հավելյալությունը»[5], նյութի և դրան մոտենալու եղանակի անձնականության ու անմիջականության[6] անքակտելիությունը, միջոցի և նյութի անքակտելիությունն օտարում են մշակույթը մեդիայի գործառական պրագմատիզմի ոլորտից: Մշակույթի ոլորտում նույնքան բազմաշերտ են նաև հեղինակ – լսարան հարաբերությունները: Մերձավորությունն այստեղ առաջին հերթին ոչ թե շուկայական, այլ **իմաստային, գեղագիտական** խնդիրներ է լուծում: Այսպիսով, հեղինակ – նյութ – լսարան կապի միանգամայն տարբեր սկզբունքներ, որոնց հարաբերումը, սակայն, բավական առարկայական և կիրառական արդյունքներ կարող է ունենալ:

2. Ժամանակակից, շուկայական և «կրեատիվ»

Այժմ փորձենք հասկանալ՝ ինչպես են ժամանակակից ասվածի հետ առնչվում շուկայականությունը և ստեղծարարությունը: Ինչ վերաբերում է **շուկայականությանը**, ապա դրա և արդիականության կապը պարզ է: Նշենք միայն, որ սույն հոդվածի համատեքստում այն անհրաժեշտ է որպես արդի սպառողական հասարակության մասին պատկերացում, որը թույլ կտա հասկանալ մշակութային լրագրության տեղն այս համակարգում: Ինչ վերաբերում է **ստեղծարարությանը**, ապա այս սկզբունքը համեմատաբար նոր է հայկական միջավայրում և պակաս որոշակի: Եթե երկու խոսքով բնութագրելու լինենք, ապա այն ժամանակակից աշխարհին ավելի ու ավելի բնորոշ դարձող հատկանիշ է: Այսպես. ամերիկացի լրա-

3 **Charon J.-M.** La presse quotidienne. Paris, 1996, p. 11. **Соломонов Ю.** История и секреты успеха ежедневных газет. М., 2003 // http://evartist.narod.ru/text8/23.htm (07.12.15):

4 Տես **Միտչել Կ.,** Լուրի բանաձև, Եր., 2011, էջ 11:

5 Ռոլան Բարտի դիտարկմամբ՝ պատճենվող առարկայի բնույթը չէ, որ որոշարկում է արվեստը, այլ հենց այն, ինչ ներմուծվում է մարդու կողմից այդ առարկան վերստեղծելիս: Տես **Барт Р.** Структурализм как деятельность. Нулевая степень письма. М., 2008, с. 230:

6 Ի տարբերություն լրագրության, որտեղ պատմելու, պատկերելու ամենահավաստի եղանակը փաստականությունն է համարվում, արվեստը հիմնվում է այլ փորձառությունների վրա: Գրականությունը, օրինակ, իրի ու դրա պատկերման մերձության այլ հնարավորություններ է երևան հանում: Իրերի մարմնին բավարար չափով մոտ նկարագրությունը, որի մասին խոսում էին Կաֆկան, Ռոբ-Գրիյեն (Տես **Ռոբ-Գրիյե Ա.,** Ներածություն գրողի կյանքի, Եր., 2014, էջ 143), այդ կապի մեկնաբանման դիպուկ օրինակներից է:

գրող Դենիել Փինքն իր աշխատություններից մեկում առանձնացնում է (տնտեսական) զարգացման «չորս դարաշրջաններ»՝ գյուղատնտեսական, արդյունաբերական, տեղեկատվական և **հղացական (Conceptual)** [7]: Վերջինս (հղացական դարաշրջանը) առանձնանում է իր մշտական նորարարություններով և ինտուիտիվ ու տրամաբանական բարձր ունակությունների համադրմամբ, որի կրող-ներկայացուցիչներն են, ըստ Փինքի, **ստեղծարարները և «էմփթայզրները»** (empathizers)[8]: Այս համատեքստում ստեղծարարությունը կարևորում ենք երկու տեսանկյունից՝ որպես ժամանակակից աշխարհի զարգացումները բնորոշող հասկացություն և միաժամանակ որպես մշակույթի ոլորտը բնորոշող հասկացություն: Ընդ որում՝ հոդվածում առանցքային է համարվում հենց այս երկուսի համադրությունը մշակութային լրագրության մեջ:

Ինչպիսի՞ն է այս տեսակետից հայկական իրականությունը:

Ժամանակակից սպառողական, շուկայական կարգի մուտքը, բնականաբար, նաև նոր եզրույթներ պետք է ներմուծեր հայաստանյան իրականություն: Այս նշանակությամբ դիտարկենք **կրեատիվը՝** ոչ տերմինային, սակայն որոշ իմաստներ գրեթե տերմինի նշանակությամբ փոխանցող մի բառ: Շուկայի և կրեատիվի կապը հայաստանյան իրականության մեջ մեզ հետաքրքրում է նաև որպես հասարակական այլ կառուցվածքների մասին տեղեկատվություն պարունակող հարաբերություն[9]: Նախ՝ մշակույթի լուսաբանման մեդիապրակտիկաներում **creativ** ասվածի բացակայությունը, ինչպես նաև **«կրեաձիվ»**[10] բառի հակասականությունն ակնհայտորեն կարելի է ընթերցել որպես բառի վրա **շուկայական անորոշության ազդեցություն**: Բացի այդ՝ **ստեղծագործականություն** բառն այլևս անհարմար է **արվեստի ոլորտին չվերաբերող ակտիվություն** բնութագրելու համար. արևմուտքից ներմուծված շուկայականությունը, ապրանքներ և դրանց փաթեթավորումներ, սոցիալական կառուցվածքներ ստեղծելու երևակայությունը բնորոշում ենք իբրև **կրեատիվ** մտքեր, **կրեատիվություն: Ստեղծարարը, ստեղծագործը**, որ բառիմաստով միանգամայն **համարժեք** են[11] **կրեատիվին,** չեն կիրառվում կամ շատ քիչ են կիրառվում լրագրողական պրակտիկաներում և առօրյա համատեքստերում: Սա կարող է բառի անորոշությունը քողարկող նշանակություն ունենալ, ինչպես

7 Տես **Pink D.,** Whole New Mind: Moving from the information age into the conceptual age. New York, 2005, p. 48-49:

8 Տես **Pink D.,** Op. cit., p. 50:

9 Ըստ Ռոլան Բարտի՝ նշանակիչ-նշանակյալ զույգի առկայությունը վկայում է կառուցվածքաբանական (ստրուկտուրալիստական) մտածողության մասին, քանի որ հղում է անում սոսյուրյան լեզվաբանական մոդելին: Իսկ լեզվաբանությունը տնտեսագիտության հետ մեկտեղ կառուցվածքի մասին գիտության մարմնավորումն է (Տես **Барт Р.,** Структурализм как деятельность. Нулевая степень письма. М., 2008, с. 227): Կառուցվածքաբանությանը հատուկ այս մոտեցումը հոդվածում կիրառվում է որպես ելակետ, որին հաջորդում է իմաստների բազմակիության մասին մտահոգությունը՝ և՛ որպես հոդվածի մեթոդական կողմ, և՛ իբրև հոդվածի առաջադրած գաղափար արդի հայաստանյան մշակութային իրականության ստեղծարար փոխակերպման վերաբերյալ:

10 S-ծ, դ-ձ հնչյունային անցումներին, ռուսերենի ունեցած դերին և հարանշանակություններին անդրադարձել է Հրաչ Բայադյանը՝ մասնավորապես նշելով. «....Որտեղի՞ց է լեզուն ստանում իր լեգիտիմության երաշխիքը, ի՞նչ է նշանակում տիրապետող լեզվական բանիմացությունը (կոմպետենտությունը) Հայաստանում: Կարծում եմ, որ հայերեն բանավոր խոսքի լեգիտիմությունը երաշխավորող արտահայտչական ոճերը տատանվում են [...] երկու հիմնական բևեռների միջև: Մի դեպքում լեզուն իր սոցիալական համոզչությունը ստանում է քաղաքային ժարգոնի առոգանությունից և շարժուձևից (նախկինում լուսանցքային, բայց որոշակի սոցիալական հեղինակություն ունեցող «ապերոյական լեզվից»), իսկ մյուսում՝ նախկին վերնախավային նշաններից (ռուսականացված արտաբերությունից)»: Ավելի մանրամասն տես **Բայադյան Հ.,** Լեզվի լեգիտիմության աղբյուրները // http://hetq.am/arm/news/32201/lezvi-legitimutyan-axbyurnery.html/ (08.02.16):

11 Օտարաբանություններն ավելի քիչ խնդիրներ են հարուցում, երբ կարելի է վստահ ասել, որ բառի հայերեն համարժեքները լիովին չեն արտահայտում փոխառված բառի իմաստը կամ այդպիսիք առհասարակ չկան: Թեև սրան էլ կարելի է առարկել բառիմաստների ընդլայնման և բառաստեղծման տարբեր հնարավորությունների վկայակոչմամբ, սակայն դրանք ավելի բարդ լեզվաբանական հմտություններ և կիրառման գիտակցված ու նպատակային հանձնառություններ են պահանջում:

նաև բառի մեջ հավելյալ իմաստների առկայության ենթադրություն պարունակել. նոր հայտնագործությունները, տերմինները հրապուրիչ են նաև հենց այդ ենթադրվող բազմիմաստությամբ, որ խորհրդավորություն է հաղորդում բառերին և դրանք կիրառելու դեպքում տարբերվող, բարդ իրականությանը մոտենալու հպարտության, հաճույքի զգացում ներշնչում: Սա կարող է նաև ուղղակի հղում լինել գաղափարի ծագման իրականությանը, որ ըստ էության արդեն հավելյալ բովանդակություն է բառի ծագման համատեքստերի, պատմության, գաղափարի դրսեկության, ինչպես նաև նորության մասին: Արդյո՞ք օտար բառի կիրառությունն այս հավելյալ իմաստների արտահայտման **նպատակն** ունի: Միանգամայն հավանական է, սակայն բոլոր դեպքերում սա բառի **օտարության մակարդակն** է, որին կարող է հաջորդել կամ չհաջորդել **յուրացումը**, որտեղ հավելյալությունն ապահովում են այլ մտահոգություններ, ինչպես, օրինակ, հայերենի հարստացումն ու արդիականացումը, ժամանակի հետ համընթաց քայլելու նպատակը և այլն: **Հավելյալության այս կամ այն տեսակի այս անխուսափելիությունը**, թերևս, բոլոր փոխառված նորաբանությունների ճակատագիրն է, որ սերում է թերևս հայերենի հնության և ինքնուրույնության, ազնվականության և դրա հետ սերտորեն կապվող բարձրարժեք մշակութայնության մասին պատկերացումներից: Հարցը մշտապես հանգում է հայերենի և հայկական քաղաքակրթության արտադրունակության շարունակականությանը կամ սպառվածությանը: Լեզվի այսօրվա դրության վերլուծությունն այս տեսակետից ցույց է տալիս, որ գերակայում է նշված հավելյալության առաջին տեսակը: Տվյալ դեպքում հայերեն **ստեղծարարություն** բառը կիրառման նոր համատեքստերով հարստացնելու փորձ չի արվում, թեև հայերենին հատուկ է նոր իմաստները սեփական միջոցներից բխեցնելը: Բացի հավելյալության մասին նշված ընդհանուր միտումից՝ սա վկայում է նաև կոնկրետ այս բառի կիրառման պայմանների հետ կապված խնդիրների մասին: Մասնավորապես այն մասին, որ **նկատելի անջրպետներ կան *ստեղծագործականության (ստեղծարարության)* և *շռկայականության* հարանշանակությունների միջև**: Մյուս կողմից՝ սա վկայում է նաև **հնության, վերամբարձության կամ մեկուսիության, անջրպետվածության** այն երանգի մասին, որ սովոր ենք տեսնել իբրև **ստեղծագործության հատկանիշ**: Մեր ընկալմամբ ստեղծագործականությամբ հատկանշվող ոլորտը՝ մշակույթը, **ինքնաբերաբար դադարում է կապվել այժմեականության հետ**, որ լավ երևում է մշակույթի լուսաբանումներում: Հարցն ուրեմն կարող է հնչել այսպես. **ի՞նչ հնարավորություններ ունի *ստեղծարարությունն* բառը՝ ընկալվելու և կիրառվելու *կրեատիվությունն* բառի փոխարեն կամ առնվազն որպես համարժեք:** Հարցն այստեղ ոչ միայն բառին, այլև ու նախ և առաջ դրա հարանշանակություններին է վերաբերում: Ուրեմն խնդիրը նաև ստեղծագործ բառի հարստացումն է առօրեական, գործնական նշանակություններով, ինչպես նաև ստեղծագործականության հետ կապվող բովանդակությունների նորացումը: Եվ քանի որ մշակութային լրագրությունը փոխանցում է հենց ստեղծագործականության ոլորտը, բացի այդ՝ ինչպես վկայում են մեդիաուսումնասիրությունները, մեդիան առաջինն է լեզվի շրջանառության ծավալի տեսակետից և խիստ զգայուն է հանրային լեզվական պրակտիկաների նկատմամբ, ուստի մերձավորություն–ստեղծագործականություն–լրագրություն հարաբերությունների տեսակետից ավելի հանգամանորեն քննենք հայաստանյան մշակութային լրագրության փորձը:

Այսպիսով, խնդիրը հետևյալն է. **փորձենք մտածել մեդիայի «միջնորդական առաքելության»՝ հնարավոր «օժանդակ բովանդակությունների» (գաղափարի կիրառման համատեքստեր, բառիմաստի ընկալման համատեքստեր) արտադրման մասին**, **որոնք կարող են նպաստել *ստեղծարար*, *ստեղծագործ* բառերի թարմացմանը**:

3. Ստեղծագործ մշակութային լրագրություն

Այժմեականությունը մշակույթի լուսաբանման համար կարող էր նշանակել **մշակութային լրագրության առևտրային բնույթի գիտակցում** և դրա **շուկայական** կազմակերպում՝ վաճառքի խթանման միջոցների կիրարկմամբ: Ընդհանուր առմամբ սա ենթադրում է հանրային բառապաշարներում թափ հավաքող բառի՝ շուկայական **կրեատիվի** մրցունակ բովանդակության ներմուծում մշակութային հրապարակումների մեջ: Ստեղծագործելու այս մտահոգությունը նշանակում է **պատրաստել վաճառվող տեղեկատվական ապրանքներ՝** գործադրելով բովանդակային և ոճական մի շարք հնարքներ: Մեկնարկ կարող է լինել մշակույթի ոլորտներին բնորոշ լեզուների (գույներ, ձևեր, ձայներ, նրբերանգներ, ուժգնություններ և այլն) և տեխնիկաների (ձևախախտումներ, ձևերի համադրումներ և այլն) ներբերումը մշակութային լրագրություն: Ստեղծագործականության ոլորտը փոխանցող այս լրագրությունը վաճառքը խթանող ձևեր ստեղծագործելիս կարող է սնվել հենց իր լուսաբանած ոլորտից: Այլ կերպ ասած՝ **ստեղծագործականությունը՝ որպես մշակույթի կարևորագույն բաղադրիչ**, կարելի է **փոխառել իբրև լեզու** մշակութային հրապարակումներում, ինչպես տարբեր մասնագիտական լեզուների տերմիններն են կիրառվում հասարակական-քաղաքական կյանքի տարբեր ոլորտներ լուսաբանելիս: Սա և՛ շուկայական խնդիր կլուծի, և՛ կհարստացնի մշակութային լրագրությունը՝ ստեղծելով փոխանցվող իրականության ավելի հավաստի և ակնառու պատկերներ: Եվ ապա հնարքների մի ողջ բազմություն, որոնք կարող են ծառայել նույն խնդրի լուծմանը: Օրինակ՝ **հումորը** (էլ չասած՝ երգիծանքը), որ հայտ է ներկայացնում դառնալու պատկերավորության, էսթետիկականության միակ հնարավոր տարբերակը զանգվածային գիտակցության համար: Կամ **մշակույթի լուսաբանումը սպորտի լուսաբանմանը հատուկ եղանակներով**[12]՝ փոխառելով շարժունությունը, գործողութենականությունը՝ դինամիկություն հաղորդելով թվացյալ անշարժ այս ոլորտին: Ռիթմ՝ նույնիսկ գեղանկարչական ցուցահանդես լուսաբանելիս, երբ նկարներն անշարժ կախված են: **Ռեպորտաժայնություն՝ ամենուր, աշխույժ ձայներանգներ՝ առնվազն մշակութային լուրերում, որ ամենաարագ ժամանակաչափի՝ քաղաքական – լրագրողական ժամանակաչափի ռիթմերի միջավայրում մշակույթը տեղավորելու միակ հնարավորությունն են**: Այսպես կոչված **արթ – ժուռնալիստիկային՝** արվեստի լրագրությանը հատուկ **հաղորդման** և **քննարկման** ձևաչափը ենթադրում է նաև **բանավիճայնություն**, որը մշակութային նյութին բազմաբևեռություն և շարժունություն կհաղորդեր՝ փոխանցելով նաև առհասարակ մշակութային արտադրանքի իմաստների շարժունության միտքը: Այնինչ բանավեճը հնարավոր է կարծեք միայն որպես փողոցային բանակռիվ թոք շոուի ձևաչափով: **Դիլետանտությունը՝** լրագրողների խոցելի կողմերից մեկը, վերափոխել զանգվածային լսարանի հետ հավասարը հավասարի, չիմացողի նման բացահայտելու հնարավորության: Թաքցված չիմացությունները՝ նրանք, որոնց մասին **ամաչում են** հարցնել, ուղիղ հասարակական գիտակցության բացերի ու վթարների, տաբուների ու չխնդրականացված կրեդոների վրա են բացվում: Սա կենթադրի, օրինակ, լրագրողական հարց արվեստաբանին. ինչու և ինչով է հրաշալի միջնադարյան հայ մանրանկարչությունը. բացատրել, հղումներ անել, կասկածել, սայթաքել, իմաստների մասին մտածել, միայն թե չցատկել այդ քողածածկ դատարկությունների վրայով:

Ստեղծագործականության անհրաժեշտությունը հատկապես ակնհայտ է երկու դեպքերում՝ **երբ նյութը ծամծմված է, և երբ նյութն անհայտ է**: Այս երկու պարագաներն էլ այսօր առկա են հայ մշակույթի լուսաբանման ոլորտում: Օրինակ՝ երբ թվում է, որ նյութն արդեն հազար անգամ կրկնված է, ամեն տարի ար-

12 Տես **Калужский М.** Культурная журналистика: современные тенденции // http://www.cpolicy.ru/analytics/83.html (16.03.16):

ծարծվում է նույն շեշտադրումներով, լուսաբանման մեջ նորությունը կարող է լինել հենց անդրադարձն այդ կրկնությանը: Կարճ ասած՝ ամեն անգամ **անվանել** խնդիրը՝ շրջանցելու փոխարեն և ամեն անգամ այն որպես ստեղծագործության մեկնակետ ձևակերպել: Սա **հեղինակայնության** խնդիրն է, որը ենթադրում է նյութի մերձավորության մի աստիճան, որ թույլ է տալիս տնտղել ու փոխարկել այն, դիմել դրա տարատեսակություններին:

Այսօր հայաստանյան գրաքննադատություն փնտրելիս որոշ բացառությամբ հրապարակախոսական տեքստեր ես ընթերցում, հաճախ՝ բավականին աշխույժ ու պատկերավոր հրապարակախոսական տեքստեր: Սա, սակայն, որակյալ գրաքննադատություն չէ, այնինչ կարող էր որակյալ մշակութային լրագրություն դառնալ, որին հատուկ է հրապարակախոսության տարրը: Իսկ հեռուստաթերում դարձյալ որոշ բացառությամբ բացակայում են կենդանության, աշխուժության, շարժման, հեղինակայնության տարրերը: **Ոճական ընդգծվածությունն** այս հարցի կողմերից մեկն է, որ ավելի հաջողված (դիպուկ և ազդեցիկ) է դարձնում անցումն իրականությունից դեպի դրա մեդիակառուցումը: Հաճախ հեղինակների անցումներ են լինում գրականությունից դեպի մշակութային լրագրություն, սակայն նույնիսկ այս դեպքերում մեծ մասամբ չեն պահպանվում նույն հեղինակին հատուկ որոշ ոճական երանգները, որոնք բանեցվում էին գրական կամ գրականագիտական պրակտիկայում: Խնդիրն ուրեմն **մեդիայի և մշակույթի հարաբերության մասին պատկերացումներն** են: Մեդիան՝ որպես կյանքի արդիական, հաճախ վիճարկվող, սպառողական ձևերի տարածող, կարծես **արժանի չի համարվում** դասականացված «ազգային արժեք» մշակույթին (նախապատվությունը տրվում է զսպվածությանն ու պատշաճությանը) և **համարժեք կերպով** չի ընկալվում մասնավորապես որպես արդի արվեստի և գրականության առաջարկած նոր ձևերը փոխանցելու միջոց (նոր տեխնոլոգիաների և ժամանակակից արվեստների ներքին առնչություններն ավելի սերտ են, ուստի լուսաբանման լուծումների տեսակետից թերևս ավելի ներունակ, քան ընկալվում են), ուստի հեռուստաթերը երկու դեպքում էլ մեծ մասամբ հեռու է մնում մշակութային նյութից անգամ երբ լուսաբանում է:

Մշակույթի օտարումն իրականանում է բազմաթիվ այլ եղանակներով ևս: Այսպես. առավելապես տղամարդակենտրոն հայաստանյան հասարակությանը կանացիաբար քնքշացված հաղորդավարական ձայնն է մատուցում Դանիել Վարուժանի տեքստերը՝ օտարելով գրականությունը զանգվածային ընկալմամբ կանացիական ոլորտ: Կամ Հանրային հեռուստաընկերությունը ցանկանում է լսարանին մերձեցնել Մեծարենցի պոեզիային, և հարկ է լինում տենդի մեջ գալարվող լալկան տղայի ցույց տալ, որին բնութագրող ավելի հարմար բառ չի գալիս, քան հիվանդոտը. որպեսզի տառապանքը մեզ մերձ լինի, պետք է քրտինքի կաթիլներ ու բղավոցներ ունենա:

Մշակութային քիչ թե շատ հաջողված նախագծերը հիմնականում **հարցազրույցի ձևաչափով** են, որը, սակայն, եզակիի արտահայտության եղանակ է, այն էլ հիմնականում բովանդակային մակարդակում (ձևային մակարդակում այն թերևս վերարտադրում է գիտելիքի սեփականատերերի և նրա միջոցով գիտելիքի հետ հաղորդակցվողների վերից վար՝ ուղղահայաց հարաբերությունը), մինչդեռ արտահայտման ձևերի մակարդակում (**ուղղահայաց, վեկտորային հարաբերության խախտում**, գիտելքի հորիզոնական տեղափոխություն) են փոփոխությունները, թերևս, ամենաբարդը:

4. Ձևեր և բովանդակություններ

Բալզակի գրականությունը բնութագրելիս իր հեռուստադասերում ֆրանսիական նոր վեպի հիմնադիրներից մեկը՝ Ալեն Ռոբ–Գրիյեն, մեկնաբանում է դա որպես գրողի ժամանակաշրջանի կարգից ծնված վիպասանություն, որը, չնայած քննադատական արծարծումներին, ձևով վերարտադրում է բուրժուական կարգը, քանի որ «**գրելու ձևն է, որ քննադատում է աշխարհը, և ոչ պատմած պատմությունները**»[13]: Եվ նույնքան ուշագրավ է, որ Ֆլոբերի արձակը նա համարում է արմատապես նոր, քանի որ նրա վեպերում հայտնվում են կարգավորության խզումը, անմեկնաբանելին, անհասկանալին, օրինակ՝ մի գլխարկի անսովոր, պատմության հետ կարծես անհամաչափ երկար նկարագրությամբ[14]: Մեր իրականությանը, թերևս, պակասում է հենց այդ **անիմանալիի արծարծումն իբրև այդպիսին՝ առանց մեկնաբանելու պատրաստակամության և առանց մեկնաբանության անխուսափելիության**: Կոնցեպտիվիստական ոգով այս պնդումը ենթադրում է չբացատրել և չփոխել իրականությունը, այլ միայն բազմակիացնել այդ իրականությունը, փիլիսոփայական ձևակերպմամբ՝ նրա **կոնցեպտուալ մտածելիությունը**[15]: Այսպիսի մտածողությանը հատուկ **իրադարձայնությունը**[16] մշակութային լրագրությունը կարող է իրացնել մասնավորապես ռեպորտաժայնությամբ, որի մասին խոսեցինք վերևում: Սա է, որ **կարող է անել *լրագրողական դիկտատուրությունն* այսօր**, եթե գիտակցի և խոստովանի ինքն իրեն իբրև այդպիսին՝ չլինելով տգետ, ըմբռնելով դա միայն իբրև **հնարավորություն**:

Այս ամենի անհրաժեշտությունը տեսանելի է առնվազն մշակութային ուսումնասիրությունների համատեքստում, որոնք կապակցված և փոխպայմանավորված իմաստները **կհասցեականացնեն կոնկրետ հասարակական ինստիտուտների համար**, կոնկրետ իմաստների արտադրման հնարավորություններ կվերագրեն կոնկրետ ոլորտների: Ըստ այսմ՝ կուզեի այստեղ **մշակույթ լուսաբանող մեդիային հասցեագրել *մշակույթի շարժունության, գլոբալացեալայնության, վարկածայնության, հեղինակայնության*** (ընդգծենք՝ ոչ թե տարբեր հեղինակների առկայության, այլ հեղինակայնության) **իմաստների արտադրությունը**: Իմաստներ, որոնք քաղաքական–տնտեսական լրագրության ոլորտներում երբեմն նկատելի են դառնում և զուգահեռվում են որոշ մեկնաբանների անունների ու ոճերի հետ:

Հայաստանյան մեդիայում այս իմաստների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս՝ ինչպես են ըստ հեռուստաընկերությունների եթերային քաղաքականության՝ բաշխվում անդրադարձները դասականացված մշակույթին և արդի մշակույթին: Նկատելի է, որ առավել դիտելի եթերաժամերին հեռարձակվող այն հաղորդումները, որոնցով հպարտանում է, օրինակ, Հանրային հեռուստաընկերությունը՝ իբրև եթերի արժեքային կողմի մասին մտահոգություններ, հիմնականում «կանոնական», «ուղղափառ», «վավեր» մշակույթին են վերաբերում, այն մշակույթին, որը կարծեք կասկածելիության տարր չունի և անվերապահորեն ազգային արժեք է համարվում: Առհասարակ բովանդակային և հատկապես ձևային մակարդակներում նորարարությունը հնարավոր է հիմնականում որպես **այլընտրանքայնություն**: Օրինակ՝ որպես առցանց հեռուստատեսություն, ինչպիսին է Բուն TV–ն՝ հայաստանյան գիտության տեսակետից ոչ ակադեմիական գիտելիք և իրականության քննարկման երկխոսային ձևաչափեր (օրինակ՝ արվեստի որևէ ոլորտի հարցերի քննարկում կենդանի զրույցի ձևաչափով) տարածելու հանձնառությամբ՝

13 **Ռոբ–Գրիյե Ա.,** նշվ. աշխ., էջ 112:
14 Տես **Ռոբ–Գրիյե Ա.,** նշվ. աշխ., էջ 25–26:
15 Տես **Делез Ж. Гваттари Ф.** Что такое философия? М., 2009, с. 6–7, 104: Հասկացություն, որ այլ կերպ անվանվում է ստեղծարար կոնստրուկցիոնիզմ (Տես **Эпштейн М.** Философия возможного. Модальности в мышлении и культуре. СПб, 2001, **Эпштейн М.** К философии возможного. Введение в посткритическую эпоху // Вопросы философии. N 6. М., 1999, сс. 59–72):
16 Տես **Делез Ж. Гваттари Ф.,** указ. соч., с. 16:

ընդ որում՝ **չդառնալով ժամանցային**: Հարց է առաջանում. ի՞նչ կարող է նշանակել ժամանակով չստուգվածի, արժեքավորության տեսակետից տարակուսելիի համանման ներկայացումը Հանրայինի եթերում: Արդյոք սա չի՞ վկայի, որ մենք սկսել ենք մտածել ներկայակենտրոն և ապագայակենտրոն մշակույթի մասին. **փոփոխված իրականության ներկայացումը հնարավոր է առավելապես իբրև *ներկայացման* փոփոխված ձև՝ արդի աշխարհի ձևերի հաշվառմամբ**:

Այս խնդիրը որոշ իմաստով լուծում է Հանրային հեռուստաընկերության «**Արվեստանոց**» հաղորդաշարը **տեսախցիկի շարժունությամբ ռակուրսների դինամիկ փոփոխության** միջոցով: Այստեղ, սակայն, նկատելի են նաև շոուի տարրեր՝ ժամանցայնության, թեթևության հստակ չափաբաժնով, որ առաջանում է լուսաձայնային ոճավորման և այլ միջոցներով: Բոլոր այդ միջոցները հաղորդման ընդհանրական արտահայտչամիջոցներն են և չեն բխում կոնկրետ հյուրի ներկայացրած կոնկրետ թեմայից: Դրանք առավելապես «շպարի» գործառույթ ունեն՝ ընդհանրական երանգ հաղորդելով բոլոր արվեստագետներին և բոլոր թեմաներին:

Այս տեսակետից կարելի է ուսումնասիրել նաև Հանրային հեռուստաընկերության «**Արտկանոն**» հաղորդումը, որի հեղինակը փորձառու լրագրող Արամ Աբրահամյանն է: Հաղորդումը կենդանի է, աշխույժ, բանավիճային: Որպես մշակութային կյանքի տարբեր ոլորտների մասին պատմող լրատվական հաղորդում՝ այն լուծում է իր խնդիրը՝ միևնույն ժամանակ թեմատիկ շեշտադրումներով առանձնացնելով որոշակի ոլորտներ և որոշակի հարցեր: Այստեղ, սակայն, թերևս խնդրական է այն դյուրինությունը, որով բոլոր թեմաները կարող են կողք կողքի դրվել արագ և հատվածաբար: Այսպիսի ձևաչափը խնդրական համարելով՝ **խտրություն ենք դնում հետարդիությանը բնորոշ էկլեկտիկության և հավասարարժեքության իմաստների առջև,** այսինքն՝ սահմանափակում ենք սպառողական դարաշրջանի առաջարկած գերակա ձևերի կիրառման ազատությունը, ցույց տալիս **հաղորդմանը հատուկ այս բազմազանությունը հետարդիության քննադատությունների համատեքստում քննադատելու հնարավորությունը**: Սա նոր խնդիր է ուրվագծում՝ մեր ժամանակների առաջարկած ձևերի **քննական ներմուծման** խնդիրը: Այս տեսակետից նախապատվություն ենք տալիս **առանձին ֆիլմերին ու ֆիլմաշարերին, որոնք ոչ թե պատմությունների բազմաքանակությամբ կամ որոշակի ձևաչափերին բնորոշ կայուն էֆեկտների միջոցով են աշխուժության և բազմազանության հասնում, այլ առանձին պատմությունների կառույցով**: Իբրև ասվածի վառ օրինակ՝ նշենք «Շողակաթ» հեռուստաընկերության պատրաստած «**Սիրելով պոեզիան**» հեռուստաակնարկը[17], որ ոչ միայն բովանդակության, այլև նյութի կառուցման ձևային կողմով պատմում է ակնարկի հերոսներ բանաստեղծ Տ. Չախչախյանի և նկարիչ, թարգմանիչ Է. Պողոսյանի արվեստի մասին:

Հետարդիական մշակույթը հաճախ անվանում են **խճանկարային**: Խճանկարը համակարգից տարբերվում է նրանով, որ չունի տարրերը համակարգի ամբողջականության մեջ միավորող միասնական կառուցվածք: Ա. Մոլի բնութագրած խճանկարային մշակույթը կազմվում է տարբաժանված հատվածներից, որոնք կապված են պարզ, **մերձության զուտ պատահական** (ըստ յուրացման ժամանակի, ըստ համահնչյունության կամ ըստ գաղափարների զուգորդման) հարաբերություններով: Այլ կերպ՝ չկա ոչ մի միասնական հասկացություն, բայց փոխարենը կան **բազմաթիվ ծանրակշիռ հասկացություններ**[18]:

Այս հանգամանքը մշակութային հրապարակումների պատումներում կարող է նշանակել, օրինակ, **կենսագրականության հաղթահարում** (որը «դասականության» լուսաբանման գրեթե միակ տարբերակն է), նույնիսկ **պատմողականության**

17 Տես http://shoghakat.am/am/telecasts/3547 (18.03.16):

18 Տես **Соколов А.** Общая теория социальной коммуникации // http://www.evartist.narod.ru/text16/075.htm (19.02.16). **Моль А.** Социодинамика культуры. М., 1973, с. 45:

հաղթահարում և **տեքստի հարստացում կողմնակի գործոններով**՝ կիրառելով թեկուզ ամենօրյա կյանքի մանրամասները՝ ըստ լրագրողական նյութի պատրաստման ընթացքի, դրա բովանդակության և այլ կողմերի հետ ունեցած **հաճախ պատահական առնչությունների, անշուշտ** (և սա ցանկանում ենք ընդգծել)**, խտրություն դնելով մասնակցության հավակնող ամենաբազմազան իմաստների միջև:** Հետանկախության շրջանի պոեզիան հաճախ քննադատվում է անհիմն խճանկարայնության համար, սակայն որպես իրականության պոետական ստեղծում՝ այն կարծեք աստիճանաբար ավելի մտածված ու կառուցիկ է դառնում: Բոլոր դեպքերում նկատելի են ձևի միանգամայն նոր որոնումները: Սակայն այն, ինչ լինում է մշակույթում, թերևս մեծ ուշացմամբ է արտացոլվում լրագրության մեջ հատկապես որպես լուսաբանման ձև. մեդիան մեզ **ցույց չի տալիս** այս ամենը: Դա հիշեցնում է կինոյի զարգացման առաջին փուլում այն մարդկանց տարակուսանքը, որոնք չէին կարողանում դիտել ֆիլմն այն պատճառով, որ չէին կարող երևակայել, որ մեկ վայրկյան առաջ դեմքով դեպի դիտողը կանգնած մարդը նույն մարդն է, որը հաջորդ վայրկյանին երևում է թիկունքից[19]: Ձևերի ու դիտանկյունների համանման շարժականության, կարծեք «տեսախցիկի ամենուրեքության» անսովորությունը ժամանակակից պոեզիայի չընկալման պատճառներից մեկն է մեզանում, ինչպես նաև լրագրողական հապաղման պատճառներից մեկը: Իսկ երբ **ժամանակավրեպ** է լրագրությունը, խախտված է նաև փոփոխության և պահպանման հավասարակշռությունը հասարակության ներսում[20]: Կարծում եմ, սակայն, ամեն ինչ կորած չէ. մասնավորապես լրագրողական դիլետանտության[21] մասին վերն ասվածը՝ ստեղծագործականության հետ զուգորդմամբ, կարող է ուշագրավ արդյունքներ արձանագրել:

Մշակութային, ապա նաև հասարակական իմաստների տեսանկյունից մշակութային ժուռնալիստիկայի նման միաժամանակ շուկայական և գաղափարական մասնակցությունը, իհարկե, լուրջ խնդիր է: **Մտածելու տեղիք է տալիս և՛ մերձավորությունը՝ իբրև մշակութային իմաստի արտադրման ոլորտում խաղացողների շատացման[22], ուստիև արտադրանքի որակական կողմի խնդիր, և՛ դրա բացակայությունը՝ որպես մշակութային իմաստի օտարման խնդիր**: Բոլոր դեպքերում մշակութային լրագրությունը մշակույթի ամենօրյա խմորման ընթացքում նշմարվող իմաստների և մտածողությունների զանգվածայնացման, առնվազն **հարցականացման** գործառույթ ունի: Խնդիրներն այստեղ կարող են լուծվել ոչ միայն լուսաբանման արժանի նոր պատմություններ, նոր մարդկանց ներառելու միջոցով, այլև, ինչպես փորձեցինք ցույց տալ, լուսաբանման նոր հնարքների: Ահա ստեղծարարությունը: Ստեղծարարություն, որ կարող է **հասարակական համատեքստեր արտադրել**:

---

19 Տես **Էկո Ու.,** Կարիեր Ժ.–Կ., Հույս չունենաք, թե կազատվեք գրքերից, Եր., 2015, էջ 47:

20 Տես **Կարապետյան Մ.,** Ժուռնալիստական ժամանակ և քաղաքակրթական ժամանակ // Պատմության հարցեր, Տարեգիրք 2, Եր., 2013, էջ 172–180:

21 Դիլետանտությունն ընդգծել եմ որպես առավել զանգվածային որակ՝ առաջնորդվելով «ձեռքի տակ եղածից» օգուտ քաղելու մտայնությամբ:

22 Ուշագրավ է, որ մինչարդիական գերմանական գրականագիտությանն անդրադառնալիս Վալտեր Բենյամինը հասարակության որոշակի շերտերի մոտ մշակութային արժեքներին մասնակցելու պատրանք ստեղծելու փոխարեն իրականությունն ամրացնելու գրեթե համանման ուղիներ է ուրվագծում: «Դրա համար նախադրյալ կարող է դառնալ ոչ միայն ավելորդությունները բացառելու վճռականությունը, այլև միանգամայն գիտակցաբար գրականության պատմության շարժումը որոշակի ժամանակի և տարածության մեջ ներառելու ունակությունը, որտեղ գրող մարդկանց (և ոչ միայն գրականագետների և բանաստեղծների) քանակն աճում է ամեն օր, և որտեղ գրավոր մշակույթի նկատմամբ տեխնիկական հետաքրքրությունը հայտնաբերվում է շատ ավելի համառորեն, քան վեհ հետաքրքրությունը»,– գրում է Բենյամինը: Ըստ նրա՝ տարբեր ժամանակների ժամանցային գրականությանը, հասարակության, գրողական միությունների, գրավաճառության սոցիոլոգիական ուսումնասիրություններին դիմելով՝ ժամանակակից հետազոտողները կարող էին իրենց ավանդն ունենալ այդ գործում (**Беньямин В.** Маски времени. Эссе о культуре и литературе. СПб., 2004, с. 425): Մոտավորապես այն, ինչ մեզանում այսօր կարող էր անել նաև մշակութային լրագրությունը:

5. Կազմակերպված ստեղծարարություն

Դեռ 16-րդ դարում Ֆրենսիս Բեկոնը մտածում էր՝ ինչպես կարելի է նորի ստեղծումը վերածել համակարգային մշտական գործընթացի: Հետագայում այս գաղափարը զարգացել է բազմաթիվ տեսություններում[23], որոնցից են, ինչպես նշեցինք հոդվածի սկզբում, ստեղծարարության մասին տեսությունները: Ընդ որում՝ կրեատիվության և հասարակական առաջընթացի կապի մասին խոսելիս նկատի է առնվում առավելապես **հանրային նշանակության կրեատիվության խթանումը՝** չնայած «հանրագումարային» կրեատիվությունը ձեռք է բերվում տվյալ հանրությունը կազմող անհատների մեջ կրեատիվ մտածողության ձևեր զարգացնելու միջոցով (այդպիսի ընդգծված տարր ունի ամերիկյան բարձրագույն կրթության կազմակերպումը)[24]:

Հետարդիության հետ կապվող այս բովանդակությունը նորի **համակարգային**, **արդյունական** արտադրությունն իր որոշակի **հավաքական, խմբային պայմանով** առավելապես **հավաքական կառուցվածքներ, հավաքական ջանքեր** է ենթադրում, որ նշանակում է դրա սկզբունքայնացումը **հանրային շերտերի, հավաքական նախաձեռնությունների** համար: Հանրային այս բնույթն էլ հենց հուշում է դրա կարևորությունն արդի կամ հետարդի բնորոշմամբ հատկանշվող տարբեր խմբային ինքնությունների, ի վերջո հայաստանյան հասարակության որոշակի ընդհանուր ընկալումների տեսակետից: Ստեղծարարության ամերիկյան ընկալումը՝ պրագմատիզմի հետ հստակ զուգորդմամբ, և եվրոպական ընկալումը՝ ինքնաբերականության (spontaneity) տարրով[25], հավասարապես անհրաժեշտ և կարևոր են հայաստանյան հասարակության համար: Մշակութային լրագրության բաժին ստեղծարարությունն այստեղ, ինչպես նշեցինք, **մշակութային իմաստների արդիականացման փորձն** է այնքանով, որ ընդգրկելով մշակույթի արտադրած իմաստները՝ լրագրությունը կարող է շրջանառել դրանք և դարձնել ամենօրյա, մեկնաբանել դրանք որպես **մշակութային որոշակիություններ**:

6. Փրկարար հեռավորություն

Եվ այսպես, **ստեղծագործականությունը մշակութային լրագրության մեջ անհրաժեշտ է մասնավորապես մշակույթ – լսարան հեռավորության կրճատման, լսարանի հետ մշակութային նյութի մերձության տպավորություն ստեղծելու համար**[26]: Ուշագրավ է, որ քաղաքաշինությանը, ճարտարապետությանն առնչվող թեմաների մերձավորությունն ավելի նկատելի է: Ճարտարապետական միջավայրն իր նյութականությամբ, շոշափելիությամբ կարծես «ավելի է մեր շուրջը», ու թեև հիմնականում առանց խորքային շեշտադրումների, այդուամենայնիվ շարունակ արծարծվում է որպես քաղաքային միջավայրի արագընթաց և վիճելի փոփոխությունների հետ կապված մտահոգություն, որ կարելի է կարդալ նաև իբրև քաղաքի և քաղաքացիների **ժառանգական կապի խզման մտահոգություն**: Այնինչ

23 Տես Теории творчества и креативности // http://4brain.ru/tvorcheskoe-myshlenie/teorii-kreativnosti.php (15.02.16):

24 Տես **Մանուսյան Ս.,** Գիտելիքը, նորարարությունը և կրեատիվությունը զարգացման ազգային հեռանկարներում // http://www.noravank.am/arm/issues/detail.php?ELEMENT_ID=6084 (12.02.16):

25 Տես **Մանուսյան Ս.,** նշվ. աշխ.:

26 Մշակութային հրապարակումներում մերձավորության բացակայությունն առավել շեշտվում է նրանով, որ լսարանի և մեդիայի համար անհասկանալի է մշակույթի իրական կապը մարդկանց իրական կյանքերի հետ: Բնավ այնպես չէ, որ այլ ոլորտներ լուսաբանելիս լրագրողներն ավելի ստեղծագործ են, պարզապես այդ այլ ոլորտների՝ քաղաքականության, տնտեսության, առողջապահության, անվտանգության, կրթության կապը մարդկանց կյանքի հետ անմիջական է և ակնհայտ, ուստի թեմաների մերձությունը լսարանի հետ, հետևաբար դրանցով հետաքրքրվածությունը մեծ մասամբ ինքնակա են:

ոչ նյութական մշակույթի մերձավորության հարցադրումն ավելի բարդ խնդիր է: **Մերձավորություն՝ առանց հրատապ ինֆորմացիոն առիթների**. սա է, որ ամենից դժվար է հաջողվում: Այստեղ է, որ տեսանելի են դառնում մի շարք էական դժվարություններ՝ կապված ոչ միայն մատուցման եղանակների, այլև բուն այդ լուսաբանվող նյութի ընկալման հետ:

Բարձր համարվող մշակույթն առհասարակ օտար է լայն զանգվածներին, սակայն հայկական միջավայրում սեփական բարձր համարվող մշակույթի՝ գրականության, ճարտարապետության հարցի ցավագին շեշտադրումները համամարդկային մտահոգություններ չեն, բարձր և հանրամատչելի մշակույթի հակասությունների մասին մտահոգություններ չեն, այլ զուտ դրանց հետ կապվող արժեքների (թերևս բավական անորոշ) կորստի մասին մտահոգություններ ««բարոյական խուճապի» հորիզոնում»[27]: **Հանրամատչելի մշակույթի** և **ժողովրդականի** մեկնաբանությունների անհստակությունները հետխորհրդային հայ հասարակության համար[28], անշուշտ, այս խնդրի կողմերից մեկն է. **ի վերջո մենք մտահոգվում ենք մեր մշակույթի համար առավելապես իբրև բարձր մշակույթի՞, թե՞ իբրև զուտ ազգային արժեքի**: Այս խնդիրները հայտնվում են եզակի հայ մշակութաբանների տեսադաշտում, երբեմն ձևակերպվում են նաև որպես լրագրողական հարցեր (ինչպես, օրինակ՝ **Ի՞նչ է նշանակում ազգային արվեստ: Արդյոք սա ճշմարիտ կատեգորիա է, թե՞ կեղծ: Ինչու՞**[29]), և զրուցակիցների պատասխաններ, օրինակ՝ **Արվեստն արվեստ է, չկա «ազգային արվեստ» հասկացություն: Կա «ազգային ֆոլկլոր», որը ներառում է ամենատարբեր երևույթներ՝ պարից ու արհեստներից մինչև կենցաղ, խոհանոց և այլն**[30]: Կարծում եմ՝ կրկին պետք է ընդգծել, որ մասնավորապես **դասագրքային** հայ գրականությունը բավարար ակադեմիական անդրադարձի դեռ չի արժանացել, անդրադարձի, որը ժամանակակից ընթերցողի համար կմեկնաբաներ դա իբրև բարձր մշակույթ, ուստի առավելապես ընկալվում է ազգային արժեքների տիրույթում: Հետևաբար, որպեսզի կարողանանք մտածել բարձր մշակույթի օտարության հաղթահարման մասին, **նախ պետք է մտածել այն որպես բարձր մշակույթ**: Սեփական մշակույթին **մոտենալն** ուրեմն կնշանակի նախ իսկապես արժևորել այն ոչ որպես թանգարանային ազգային մշակույթ, այլ առհասարակ որպես մշակույթ:

Ի՞նչ հարաբերություններ կան ստեղծագործականության այս «փղոսկրե աշտարակների» և սպառողական հասարակությանը հատուկ համահարթեցման միտումների միջև: Ըստ Թեոդոր Ադորնոյի՝ սպառողական դարաշրջանում «արվեստի գործերի ինքնավարությունից, որոնք մշակույթի սպառողներին վրդովում են նրանով, որ նրանց մասին մտածում են ավելի լավ, քան նրանք կան, ոչինչ չի մնում, բացի ապրանքի ֆետիշացված բնույթից, մշակույթի ծագման ժամանակաշրջանին հատուկ արխաիկ ֆետիշիզմի դիրքեր նահանջելուց»[31]: Մեր մշակույթի մասին ունեցած մեր պատկերացումներին բնորոշ է փղոսկրե աշտարակի այլաբանությունը: Մի բան, սակայն, որ կարելի է դիտարկել ոչ միայն Ադորնոյի մատնանշած սպառողական հասարակության զարգացումների դիտանկյունից, այլև այդ մշակույթի **չիմաստավորվածության և սրբազնացման՝** ազգային արժեքների նույնքան անորոշ հղացքի հետ զուգադրմամբ: Ստացվում է, փաստորեն, **կրկնակի օտարություն՝** տեղականին գումարած գլոբալ: Այստեղ կարելի է կրկին Ա. Ռոբ-

27 **Բայադյան Հ.,** Ջանգվածային մշակույթ (Վիդեոբառարան) // http://actv.am/2016/01/%D5%BE%D5%AB%D5%A4%D 5%A5%D5%B8%D5%A2%D5%A1%D5%BC%D5%A1%D6%80%D5%A1%D5%B6D5%A6%D5%A1%D5%B6%D5%A3%D5%BE%D5%A1%D5%AE%D5%A1%D5%B5%D5%AB%D5%B6D5%B4%D5%B7%D5%A1%D5%AF%D5%B8%D6%82%D5%B5%D5%A9-%D5%B0/ (10.03.16).

28 Տես նույն տեղում:

29 **Սարգսյան Լ.,** Ազգային ինքնություն և արվեստ // http://hetq.am/arm/news/48298/azgayin-inqnutyun-ev-arvest.html (17.02.2016):

30 Նույն տեղում:

31 **Адорно Т.** Эстетическая теория (Философия искусства). *М.*, 2001, с. 29.

Գրիյեի գրականության հեռուստադասերը հիշել՝ խոր, առարկայական և փոքր–ինչ հեգնական: Հայաստանյան մշակութային իրականությանը, թերևս, նաև նման խորագիտակ, նրբազգաց և, շեշտենք, **բարի** հեգնանքն է (Ռ. Ռիլկեն ասում էր՝ մաքուր կիրառելիս այն ևս մաքուր է[32]) պակասում: Մինչդեռ հայկական մշակույթը հայկական մեդիայում շարունակում է փողկապավոր մնալ: «Շողակաթ» հեռուստաընկերության «Մշակութային ազդագրի» հաղորդավարուհին բոլոր հաղորդումներում և հաղորդումների ողջ ընթացքում երբեք չի փոխում իր ձեռքերի դիրքը՝ մշտապես իրար ագուցված՝ գոտկատեղի հարթության վրա: Մեդիայի լուսաբանած մշակույթը մեծ մասամբ կամ անկիրք է[33], կամ փողոցային բանակռվի է նման: Երկու դեպքում էլ գործ ունենք **մշակույթի ակնհայտ հեռավորության** և այդ հեռավորությունը խախտելու ցանկության բացակայության հետ:

Եվ փողկապավոր ստեղծագործականության հետ սրբազանի գգրոցներն է նետվում նաև **ստեղծագործ** բառը, որ **անկարող է այլևս փոխանցել արդի բովանդակությունները**: Ստեղծագործությունը կարծեք այլևս անցյալ է՝ արարված և ավարտված: Ստեղծագործի **ապասրբազնացված, առօրեական** նշանակությունը մեր լեզու է մտնում օտար բառով:

Մեդիան, բնականաբար, իրավիճակի ողջ պատասխանատուն չէ. մշակույթի բնույթը մեդիայում նաև հասարակական օրինաչափությունների արտահայտություն է: Հեռուստաեթերում կարելի է հանդիպել, օրինակ, գիտնական արվեստաբանի, որը խոսում է միջնադարյան հայ մանրանկարչության մասին՝ չկիրառելով իր խոսքում որևէ գեղագիտական կատեգորիա: Նրա գնահատականները մնում են կամ հռչակագրային՝ ազգային արժեքի գովաբանության մակարդակում, կամ ներկերի որակի, դրանք պատրաստող վարպետների բարեխղճության ու սրտացավության մասին, մի խոսքով՝ անձնային և սոցիալական հատկությունների, բայց ոչ գեղարվեստական: Մեդիային մեղադրել այստեղ չենք կարող. կա նախաձեռնությունը՝ հրավիրելու կոչումավոր մտավորականի, որն ունի բոլոր «անվանական պայմանները»՝ մշակույթի մասին ուշագրավ խոսք ասելու, ուրեմն խնդիրն այստեղ ակադեմիական միջավայրերինն է: Այսպիսի օրինակների հանդիպելիս փրկարար **տրոհվածության** կարիք է զգացվում, տրոհվածության, որ տարբեր կատեգորիաները տարբեր դարակներում կդարսեր: Միայն այսպես է հնարավոր այսօր Հայաստանում ստեղծվող մշակույթի **տեղադրության** հարցը՝ զանգվածային – բարձր, ազգային արժեքներ – համամարդկային արժեքներ, էսթետիկական հարցադրումներ – սոցիալական հարցադրումներ և այլ բևեռների միջավայրում: Մեզ համար, ցավոք, դեռ հեռու է մնում բորխեսյան քարտարանների քարտարանի անհրաժեշտությունը:

Տրոհվածության և մերձավորության այս ուշագրավ հարաբերություններն այսօրվա հայ իրականության կարևոր խնդիրներից են: Այսօր շրջանառվող մեր լեզուն բավականաչափ խիտ չի դառնում՝ իմաստներն ամուր հանգուցելու և իմաստները բավարար մերձեցնելու համար, և դրան փոխարինում են մերձության պատրանք ստեղծող խառնաշփոթությունները: **Խիտ լեզվի** և **ծանծաղ լեզվի** այս

---

32 Տես **Ռիլկե Ռ.,** Նամակներ երիտասարդ բանաստեղծին // http://gretert.com/%D5%B6%D5%A1%D5%B4%D5%A1%D5%AF%D5%B6%D5%A5%D6%80D5%A5%D6%80%D5%AB%D5%BF%D5%A1%D5%BD%D5%A1%D6%80%D5%A4–%D5%A2%D5%A1%D5%B6%D5%A1%D5%BD%D5%BF%D5%A5%D5%B2%D5%AE%D5–%AB%D5%B6–%D5%BC–%D5%B4–%D5%BC/ (30.03.16):

33 Վալտեր Բենյամինն իր վերոնշյալ էսսեում գրում է. «Կրթության ճգնաժամի հետ ուղղակիորեն կապված է այն, որ գրականության պատմությունն ամբողջությամբ բաց է թողել իր տեսադաշտից ամենակարևոր խնդիրը, որով նա՝ որպես «գիտություն սքանչելիի մասին», աշխարհ եկավ: Խոսքը դիդակտիկության խնդրի մասին է» (**Беньямин В.,** указ. соч., с. 425–426): Այս էսսեն զարմացնում է առաջադրված գաղափարների՝ մերօրյա հայաստանյան իրականության մեջ կիրառելիությամբ: Տվյալ դեպքում մշակութային լրագրությանը՝ որպես լուսաբանության, ինչպես գրականության պատմությանը, պակասում է նշված տեսանելիությունը: Տեսանելիություն, որ հավաքում է ժամանակն իր դիտարժան դրվագներով, բոլոր փոխպայմանավորվածություններով, երբ մի մարդու կենսագրության ներկայացումը կարող է «համընդհանուր պատմություն» անունը ստանալ:

տարբերության հաշվառումը մեր մշակույթի լուսաբանման կարևոր խնդիրներից է: Այսօր հայաստանյան լեզվական պրակտիկաները մարմնացնում են, մշակութաբան Հ. Բայադյանի դիտարկմամբ, «նեղ խավային շահը, հաղորդակցության՝ պարզունակության հասնող միարժեքությունն ու անարգելությունը, որ շարունակ վերաճում է զուտ խավային պատկանելությունը հաստատող նշանների ցուցադրության»: Անմատչելի է մնում «դասակարգի և նրա լեզվի **բարերար հեռավորությունը**, (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.) օտարվածությունը, որ է՛ լեզվի ինքնավարության և արտահայտության ազատության գրավականը, հնարավորությունը՝ անտեսելու նեղ սոցիալական նախապատվություններն ու պարտադրանքները, գիտակցելու այնպիսի բաներ, ինչպես մարդկային արժանապատվությունն է և հասարակական շահը»[34]:

Իբրև ամփոփում

Մեր տունը մաքրել մեզ ստիպում է շրջափուլային ժամանակը, ասենք՝ Նոր տարվա գալը, և ոչ մեր սոցիալական ժամանակը՝ ըստ գործերի անհրաժեշտության, ըստ անձնական հարմարավետության: Մեր ընկերներին հաճախ ընտրում են ակամա տրվածությունները, ասենք՝ ավանդույթներն ու սովորությունները: Անձնական ընտրությունների համար ժամանակ կարող է և չմնալ: Մերձավորը մեզ համար ձեռքի հասածի չափն է, աչքի տեսածի սահմանը: Այս պայմաններում մշակույթին մշակութային լրագրության միջոցով մերձավորություն վերագրելը կնշանակի ակնկալել այդպիսի լրագրությունից հանրային պայմանականությունները, զանգվածային պատկերացումները, մշակույթի բոլոր դրսևորումները կիրառելու մեծ վարպետություն: Մշակութային լրագրության դրության շահեկանությունը մշակույթի նկատմամբ սա է. այն, ինչ չի կարող թույլ տալ իրեն արվեստը, կարող է թույլ տալ մշակութային լրագրությունը: Շուկայականության և ստեղծագործականության սկզբունքներն այստեղ հակասական չեն: Եթե, օրինակ, լսարան նվաճելու նպատակով առևտրային խայծերի կիրառումը կխաթարի արվեստի գործի ինքնակայությունը[35], ապա մշակութային լրագրությունը կարող է կիրառել (իհարկե, չափավոր և խիստ նպատակային) այս և նման այլ միջոցներ նյութի զանգվածայնացման նպատակով: Այլ խոսքով՝ մշակութային լրագրությունը պիտի **«վաճառվող ապրանքներ»** ստեղծի, որի համար առաջնային կարևորություն ունեցող խնդիրներից է «ապրանքի փաթեթավորումը»: Ստեղծագործականությունը կարող է նման տպավորիչ փաթեթավորումներ ստեղծել որպես շուկայական խնդրի լուծում և միաժամանակ փոխանցել փոփոխվող աշխարհի ձևային կողմը՝ որպես բովանդակություն: Սա, անշուշտ, հարցերը չի սպառի և չի լուծի խնդիրները, այլ կնշանակի միայն նոր՝ ավելի բարդ հարցերի արծարծում:

Մարիամ Մ. Կարապետյան – ԵՊՀ դասախոս, գիտական հետաքրքրությունների շրջանակն ընդգրկում է մեդիայի և մշակութային ուսումնասիրությունների, մշակութային լրագրության, հաղորդակցության տեսությունների, մեդիա – հասարակություն փոխառնչությունների հիմնախնդիրները:

34 **Բայադյան Հ.,** Հարմարվողականության լեզուն, http://hetq.am/arm/news/21387/harmarvoxakanutyan-lezun.html/ (29.04.2016):

35 Վալտեր Բենյամինի ձևակերպմամբ՝ «ոչ մի բանաստեղծություն նախանշված չէ ընթերցողի համար, ոչ մի նկար՝ դիտողի, ոչ մի սիմֆոնիա՝ ունկնդրի» (**Беньямин В.,** указ. соч., с. 27):

Summary

CULTURE AND PROXIMITY

Cultural Awareness in the Context of Media Experience

Mariam M. Karapetyan

Key words – cultural Awareness, Mass Culture, Mosaic Culture, Cultural Journalism, Cultural Proximity, Creativity, Modernity.

The article examines the problem of proximity of culture and modernity. The article focuses on the significant issue of the effectiveness of the bond of culture and cultural journalism on one hand and modernity on the other: how exactly do the Armenian TV channels produce contemporary cultural references or are they involved in the media production of modernity at all? And if they are, what kind of verbal and textual means do they use? The main question relates to the possible role of cultural journalism in overcoming the cultural alienation for Armenian society. Cultural journalism is presented as a sector of creativity with market issues. Explores the cultural journalism and two characteristic features of the modern world, relations of consumerism and creativity in the armenian context. An attempt was made to think about the media's "mediation mission" possible "auxiliary content" (contexts of idea implementation, contexts of semantic perceptions) production, that can contribute to the creative and constructive words' update. Particularly, the production of meanings of "culture's mobility", "variety", "hypothetical situation", "authorship" is addressed to the culture illustrating media. Theoretical inquiries are presented along with a number of practical ways to solve them.

Резюме

КУЛЬТУРА И БЛИЗОСТЬ

Культурная осведомленность в контексте медиа-опыта

Мариам М. Карапетян

Ключевые слова – Культурная осведомленность, массовая культура, мозаичная культура, культурная журналистика, близость культуры, креативность, современность.

В статье рассматривается проблема близости культуры и современности. В центре внимания один важный вопрос, относящийся к продуктивности связи культуры, культурной журналистики и современности: как, какими словесными, текстовыми средствами культурные программы армянского телевидения производят современное или участвуют вообще в медиапроиз-

водстве современного? Главный акцент ставится на возможную роль культурной журналистики в преодолении отчуждения армянского общества от культуры. Культурная журналистика представляется как сфера творчественности с рыночными проблемами. Изучаются взаимоотношения культурной журналистики и характерных черт современного мира – потребительства и креативности. Автор пытается обдумать ‘’посредническую миссию’’ медиа, т. е. производство ‘’вспомогательных содержаний’’ (контексты применения идеи, контексты восприятия смысла слова), которые могут способствовать “освежению’’ слов “созидающий”, “творческий”. В частности медиа, освещающего культуру, приписывается производство мыслей “подвижности”, “разнообразности”, “вариативности культуры”. Вместе с теоретическими вопросами представляется и ряд практических способов их решения.

ՀԱՅ հասարակական գիտությունների ազգային ակադեմիայի տեղեկագիր, 2016 թվական, հատոր 7 (ԺԳ), թիվ 2 (54)

водстве современного? Главный акцент ставится на возможную роль культурной журналистики в преодолении отчуждения армянского общества от культуры. Культурная журналистика представляется как сфера творчественности с рыночными проблемами. Изучаются взаимоотношения культурной журналистики и характерных черт современного мира – потребительства и креативности. Автор пытается обдумать ''посредническую миссию'' медиа, т. е. производство ''вспомогательных содержаний'' (контексты применения идеи, контексты восприятия смысла слова), которые могут способствовать "освежению'' слов "созидающий", "творческий". В частности медиа, освещающего культуру, приписывается производство мыслей "подвижности", "разнообразности", "вариативности культуры". Вместе с теоретическими вопросами представляется и ряд практических способов их решения.

Scanned by CamScanner