

Մարիամ Մ. Կարապետյան  
*Բանաս. գիյր. թեկնածու*

## ՄՇԱԿՈՒՅԹ ԵՎ ՄԵՐՁԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ

Մշակութային իրազեկվածությունը մեդիա-փորձի  
համատեքստում\*

**Բանալի բառեր** – մշակութային իրազեկվածություն, զանգվածային մշակույթ, խճանկարային 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՝ կանդադադառնա՞նք **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 հեռուստա-ընկերությունների մշակութային անդրադարձներն արտադրում ժամանակակիցը** կամ մասնակցում են առհասարակ **ժամանակակիցի** 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 հեռուստատարատաղրողների պատկերացրած լսարանի հետ՝ բնութագրելով նրան որպես **զանգվածային սպառման ներկայացվող հեռուստատարտադրանքի պահանջարկի հայտատու:**

Այսպիսով, հողվածում 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 հանգամանակից 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: 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 ձևակերպելով 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 սրբող տեղեկատվության ցանկում, պետք է նաև մերձ լինի լսարանին: Այդպիսի մերձության ինչ հնարավորություն ունի այսօր հայաստանյան մշակույթը, և որը կարող է լինել այստեղ մեդիայի գործառնությունը:

**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<sup>1</sup>: 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 Տե՛ս **Черных А.** Мир современных медиа. М.: Издательский дом “Территория будущего”, 2007, с. 61–79:

2 Տե՛ս **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»<sup>3</sup>: Ավելի վճռական է Կ. Միտչեյի մեկնաբանությունը: Ըստ նրա՝ **մերձավորությունը լուրին արժեքավորություն հաղորդող վեց հատկանիշներից մեկն է**<sup>4</sup>: 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 ամո՞վազն 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»<sup>5</sup>, նյութի և դրան մոտենալու եղանակի անձնականության ու անմիջականության<sup>6</sup> 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 Տե՛ս Միտչեյ 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 վերատեղեցելիս: Տե՛ս Բարտ Բ. 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 (Տե՛ս 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)**<sup>7</sup>: Վերջինս (հղացական դարաշրջանը) առանձնանում է իր մշտական նորարարություններով և ինտուիտիվ ու տրամաբանական բարձր ունակությունների համադրմամբ, որի կրող-ներկայացուցիչներն են, ըստ Փինքի, **ստեղծարարները և «էմփոթայզները»** (empathizers)<sup>8</sup>: Այս համատեքստում ստեղծարարությունը կարևորում ենք երկու տեսանկյունից՝ որպես ժամանակակից աշխարհի զարգացումները բնորոշող հասկացություն և միաժամանակ որպես մշակույթի ոլորտը բնորոշող հասկացություն: Ընդ որում հողվածում առանցքային է համարվում հենց այս երկուսի համադրությունը մշակութային լրագրության մեջ:

Ինչպիսին է այս տեսակետից հայկական իրականությունը:

Ժամանակակից սպառողական, շուկայական կարգի մուտքը, բնականաբար, նաև նոր եզրույթներ պետք է ներմուծեր հայաստանյան իրականություն: Այս նշանակությամբ դիտարկենք **կրեատիվը**<sup>9</sup> 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<sup>9</sup>: Նախ՝ մշակույթի լուսաբանման մեղիապարակտիկաներում **creativ** ասվածի բացակայությունը, ինչպես նաև **«կրեատիվ»**<sup>10</sup> 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<sup>11</sup> **կրեատիվին**, չեն կիրառվում կամ շատ քիչ են կիրառվում լրագրողական պրակտիկաներում և առօրյա համատեքստերում: Մա կարող է բառի անորոշությունը քողարկող նշանակություն ունենալ, ինչպես

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

8 Տե՛ս **Pink D.**, Op. cit., p. 50:

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

10 S-ձ, դ-ձ հնչյունային անցումներին, ռուսերենի ունեցած դերին և հարանշանակություններին անդրադարձել է Հրաչ Բայադյանը՝ մասնավորապես նշելով. «...Ռուսերից է լեզուն ստանում իր լեզվատիրության երաշխիքը, ինչ է նշանակում տիրապետող լեզվական բանիմացությունը (կոմպետենտությունը) Հայաստանում: Կարծում եմ, որ հայերեն բանավոր խոսքի լեզվատիրությունը երաշխավորող արտահայտչական ոճերը տատանվում են [...] երկու հիմնական բևեռների միջև: Մի դեպքում լեզուն իր սոցիալական համոզությունը ստանում է թաղաքային ժարգոնի առզանությունից և շարժունից (նախկինում լուսանցքային, բայց որոշակի սոցիալական հեղինակություն ունեցող «ապերոյական լեզվից»), իսկ մյուսում՝ նախկին վերնախավային նշաններից (ռուսականացված արտաբերությունից)»: Ավելի մանրամասն տե՛ս **Բայադյան Հ.**, Լեզվի լեզվատիրության աղբյուրները // <http://hetq.am/arm/news/32201/lezvi-legitimutyam-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: Թե՛ն սրան էլ կարելի է առարկել բառիմաստների ընդլայնման և բառաստեղծման տարբեր հնարավորությունների վկայակոչմամբ, սակայն դրանք ավելի բարդ լեզվաբանական հնություններ և կիրառման գիտակցված ու նպատակային հանձնառություններ են պահանջում:

Նաև բառի մեջ հավելյալ իմաստների առկայության ենթադրություն պարունակելի 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 դրսևելության, 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 արտադրումակության 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 հարատևեցնելու 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 սրեղծագործականության (սրեղծարարության) և շուկայականության** 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 սրեղծարարություն բառը՝ ընկալվելու և կիրառվելու կրեատիվություն 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 մեդիատուտումսափրությունները, 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 սրեղծարար, սրեղծագործ 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 սովորել 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**<sup>12</sup>՝ 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 բանակոծիլ թոք շոուի ձևաչափով: **Գիլետանտությունը**՝ լրագրողների խոցելի կողմերից մեկը, վերափոխել զանգվածային լսարանի հետ հավասարը հավասարի, չիմացողի նման բացահայտելու հնարավորություն: Թաքցված չիմացությունները՝ նրանք, որոնց մասին **ամաչում են** հարցնել, ուղիղ հասարակական գիտակցության բացերի ու վթարների, տարւոների 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 ծամծամված 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-

ԳԻՏԱԳՈՐԾՆԱԿԱՆ

Ը (ԺՊ) ԳՄՈՐԻ, ԹԻՎ 2 (54) ԱՄՔԻԼ-ԽՈՒՆԻ, 2016

ՎԷՎ համահայկական հանդես

12 Տե՛ս **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: Կարձ 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 են 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 հեռուստատեսքերում 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 հեռուստատեսքերը 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 լավկան 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»<sup>13</sup>: Եվ նույնքան ուշագրավ է, որ Ֆլոբերի արձակը նա համարում է արմատապես նոր, քանի որ նրա վեպերում հայտնվում են կարգավորության խզումը, անմեկնաբանելի, անհասկանալի, օրինակ՝ մի գլխարկի անսովոր, պատմության հետ կարծես անհամաչափ երկար նկարագրությամբ<sup>14</sup>: Մեր իրականությանը, թերևս, պակասում է հենց այդ **անիմանալի 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**<sup>15</sup>: Այսպիսի մտածողությանը հատուկ **իրադարձայնությունը**<sup>16</sup> մշակության լրագրությունը կարող է իրացնել մասնավորապես ռեպրտաժայնությամբ, որի մասին խոսեցինք վերևում: Սա է, որ **կարող է անել լրագրողական դիլեմանությունն այսօր**, եթե գիտակցի և խոստովանի ինքն իրեն իբրև այդպիսին՝ չլինելով տգետ, ըմբռնելով դա միայն իբրև **հնարավորություն**:

Այս ամենի անհրաժեշտությունը տեսանելի է առնվազն մշակության ուսումնասիրությունների համատեքստում, որոնք կապակցված և փոխալայնմանավորված իմաստները **կհասցեականացնեն կոնկրետ հասարակական ինստիտուտների համար**, կոնկրետ իմաստների արտադրման հնարավորություններ կվերագրեն կոնկրետ ոլորտների: Ըստ այսմ՝ կուզեի այստեղ **մշակույթ լուսաբանող մեդիային հասցեագրել մշակույթի շարժանության, փարսաբասկայնության, 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 գրույցի ձևաչափով) տարածելու հանձնառությամբ՝

13 Ռոբ-Գրիյե Ա., նշվ. աշխ., էջ 112:

14 Տե՛ս Ռոբ-Գրիյե Ա., նշվ. աշխ., էջ 25-26:

15 Տե՛ս Делез Ж. Гваттари Ф. Что такое философия? М., 2009, с. 6-7, 104: Հասկացություն, որ այլ կերպ անվանվում է ստեղծարար կոնստրուկցիոնիզմ (Տե՛ս 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 Տե՛ս Делез Ж. Гваттари Ф., указ. соч., с. 16:



ընդ որում՝ **չդառնալով ժամանցային**: Հարց է առաջանում. ինչ կարող է նշանակել ժամանակով չստուգվածի, արժեքավորության տեսակետից տարակուսելի 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 **տեսալսցիկի շարժունությամբ ռակուրսների դինամիկ փոփոխության** միջոցով: Այստեղ, սակայն, նկատելի են նաև շուրի տարրեր՝ ժամանցայնության, թեթևության հստակ չափաբաժնով, որ առաջանում է լուսաձայնային ռճավորման 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՝ մինևույն 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 հավասարաբժեքության 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 բազմաբանակությամբ 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<sup>17</sup>, 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 համահնչունության կամ ըստ գաղափարների զուգորդման) հարաբերություններով: Այլ կերպ՝ չկա ոչ մի միասնական հասկացություն, բայց փոխարենը կան **բազմաթիվ ծանրակշիռ հասկացություններ**<sup>18</sup>:

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

17 Տե՛ս <http://shoghakat.am/am/telecasts/3547> (18.03.16):

18 Տե՛ս **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. մեղիան 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<sup>19</sup>: Ձևերի ու դիտանկյունների համանման շարժականության, կարծեք «տեսալսցիկի 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<sup>20</sup>: Կարծում են, սակայն, ամեն ինչ կորած չէ. մասնավորապես լրագրողական դիվետանտության<sup>21</sup> մասին վերն ասվածը՝ ստեղծագործականության հետ զուգորդմամբ, կարող է ուշագրավ արդյունքներ արձանագրել:

Մշակույթային, ապա նաև հասարակական իմաստների տեսանկյունից մշակույթային ժուռնալիստիկայի նման միաժամանակ շուկայական և գաղափարական մասնակցությունը, իհարկե, լուրջ խնդիր է: **Մտածելու տեղիք է տալիս և՛ մերձավորությունը՝ իբրև մշակույթային իմաստի արտադրման ոլորտում խաղաղոնների շատացման<sup>22</sup>, ուստիև արտադրանքի որակական կողմի խնդիր, և՛ դրա բացակայությունը՝ որպես մշակույթային իմաստի օտարման խնդիր:** Բոլոր դեպքերում մշակույթային 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 Տե՛ս **Էկո Ու.**, Կարիեր Ժ.-Կ., Հույս չունենաք, թե կազատվեք գրքերից, Եր., 2015, էջ 47:

20 Տե՛ս **Կարապետյան Մ.**, Ժուռնալիստական ժամանակ և քաղաքակրթական ժամանակ // Պատմության հարցեր, Տարեգիրք 2, Եր., 2013, էջ 172-180:

21 Դիվետանտությունն ընդգծել են 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 մշակույթային արժեքներին մասնակցելու պատրանք ստեղծելու փոխարեն իրականությունն ամրացնելու գրեթե համանման ուղիներ է ուրվագծում: «Դրա համար նախադրյալ կարող է դառնալ ոչ միայն ավելորդություններ 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 ուսումնասիրությունների դիմելով՝ ժամանակակից հետազոտողները կարող էին իրենց ավանդն ունենալ այդ գործում (**Беньямин В.** Маски времени. Эссе о культуре и литературе в СПб., 2004, с. 425): Միտավորապես այն, ինչ մեզանում այսօր կարող էր անել նաև մշակույթային 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<sup>23</sup>, որոնցից են, ինչպես նշեցինք հողվածի 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)<sup>24</sup>:

Հետադիության 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<sup>25</sup>, 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**<sup>26</sup>: 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 Տե՛ս Теория творчества и креативности // <http://4brain.ru/tvorcheskoe-myshlenie/teorii-kreativnosti.php> (15.02.16):

24 Տե՛ս **Սանույան Ս.**, Գիտելիքը, նորարարությունը և կրեատիվությունը զարգացման ազգային հեռանկարներում // [http://www.noravank.am/arm/issues/detail.php?ELEMENT\\_ID=6084](http://www.noravank.am/arm/issues/detail.php?ELEMENT_ID=6084) (12.02.16):

25 Տե՛ս **Սանույան 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»<sup>27</sup>: **Հանրամատչելի մշակույթի և ժողովրդականի** մեկնաբանությունների անհատակությունները հետխորհրդային հայ հասարակության համար<sup>28</sup>, 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՝ **Ինչ է նշանակում ազգային արվեստ: Արդյոք սա ճշմարիտ կատեգորիա է, թե՛ կեղծ: Ինչու**<sup>29</sup>), և գրուցակիցների 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**<sup>30</sup>: Կարծում եմ՝ կրկին պետք է ընդգծել, որ մասնավորապես **դասագրքային** հայ գրականությունը բավարար ակադեմիական անդրադարձի դեռ չի արժանացել, անդրադարձի, որը ժամանակակից ընթերցողի համար կմեկնաբաններ 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:

Ինչ 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 արխայիկ ֆետիշիզմի դիրքեր նահանջելուց»<sup>31</sup>: 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 **Քայադյան Հ.**, Զանգվածային մշակույթ (Վիդեոբառարան) // <http://actv.am/2016/01/%D5%BE%D5%AB%D5%A4%D5%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 Տե՛ս նույն տեղում:

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

30 Նույն տեղում:

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

Գրիչի գրականության հեռուստադասերը հիշել՝ խոր, առարկայական և փոքր-ինչ հեզնական: Հայաստանյան մշակութային իրականությանը, թերևս, նաև նման խորագիտակ, նրբագագ և, շեշտենք, **բարի** հեզնանքն է (Ռ. Ռիլկեն ատում էր՝ մաքուր կիրառելիս այն ևս մաքուր է<sup>32</sup>) պակասում: Մինչդեռ հայկական մշակույթը հայկական մեղիայում 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: Մեղիայի լուսաբանած մշակույթը մեծ մասամբ կան անկիրք է<sup>33</sup>, կան փողոցային բանակովի 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:

Մեղիան, բնականաբար, իրավիճակի ողջ պատասխանատուն չէ. մշակույթի բնույթը մեղիայում 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 կան հռչակագրային՝ ազգային արժեքի գովաբանության մակարդակում, կան ներկերի որակի, դրանք պատրաստող վարպետների բարելավության ու սրտացավության մասին, մի խոսքով՝ անձնային և սոցիալական հատկությունների, բայց ոչ գեղարվեստական: Մեղիային մեղադրել այստեղ չենք կարող. կա նախաձեռնությունը՝ հրավիրելու կոչումավոր մտավորականի, որն ունի բոլոր «անվանական պայմանները»՝ մշակույթի մասին ուշագրավ խոսք ասելու, ուրեն խնդիրն այստեղ ակադեմիական միջավայրերին 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 Տե՛ս **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%B4-%D5%BC/> (30.03.16):

33 Վպտեր Բենյամինն իր վերոնշյալ էսսեում գրում է. «Կրթության ձգնաժամի հետ ուղղակիորեն կապված է այն, որ գրականության պատմությունն ամբողջությամբ բաց է թողել իր տեսաաշտից ամենակարևոր խնդիրը, որով նա՝ որպես «գիտություն սքանչելիի մասին», աշխարհ եկավ: Խոսքը դիդակտիկության խնդրի մասին է» (**Беньямин В.**, указ. соч., с. 425–426): Այս էսսեն զարմացում 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 փոխապայմանավորվածություններով, 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 գուտ 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»<sup>34</sup>:

## Իբրև ամփոփում

Մեր տունը մաքրել մեզ ստիպում է շրջափոխային 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<sup>35</sup>, ապա մշակութային լրագրությունը կարող է կիրառել (հիարկե, 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/harmarvoxakanutyam-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 творческой деятельности 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.

ԳԻՏԱԳՈՐԾՆԱԿԱՆ

Ը (ԺՊ) ԳՄՐԻ ԹԻՎ 2 (54) ԿՄՐԻԼ-ԽԱՆԻՒ, 2016

ՎԼՎ ԽԱՆԻՒԿԱՅԻՆԻԿԱՆ ԽԱՆՐԵՆ