

**Մարիամ Կարապետյան**  
Նոր մեդիայի և հաղորդակցության  
ամբիոնի դոցենտ, ք. գ. ք.  
Էլ. փոստ՝ mariamkarapetyan@ysu.am

## **ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔԱՅԻՆ ՀԱՎԱԿՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ**

**Քանալի բառեր** - այլընտրանքային հավակնություններ, այլընտրանքային մեդիա, այլընտրանքային լուսաբանում, մեդիայի ինքնաբերականություններ, մեդիայի դիրքեր, վավերագրություն:

### **Մուտք**

«Այլընտրանքային մեդիա» ձևակերպումն արդեն վաղուց առնվազն խորք չի հնչում մեդիաշրջանակներում: Թեման հանգամանորեն ուսումնասիրված է արևմտյան հետազոտողների կողմից, որոնցից շատերը նաև այլընտրանքային մեդիայի գործիչներ են: Տարբեր հետազոտողներ այլընտրանքային մեդիայի զանազան ձևեր և չափանիշներ են նշում՝ ոչ առևտրային բնույթ, պակաս լսելի ձայների արտահայտում, քաղաքացիական ակտիվ կեցվածք, մասնակցային կամ քաղաքացիական լրագրություն, մեդիան որպես հանրային ոլորտ, մեդիան սոցիալական շարժումների հարթակ և այլն: Ի տարբերություն կորպորացիաների կամ պետական կառույցների տեսակետների շուրջ «համաձայնություն արտադրող» մեդիայի<sup>1</sup> այլընտրանքային է այն մեդիան, որը հետամուտ է դրանցից դուրս մնացող խմբերի շահերին: Հետազոտողները, սակայն, իրենց այլընտրանքային համարող տեղեկատվամիջոցների պատմությանն անդրադառնալիս նկատում են, որ հաճախ դրանց մեծ մասն առևտրայինանում է կամ լուսանցքային դառնում:

Մեդիայի և մշակույթի պրոֆեսոր Քրիս Աթոնի բնութագրմամբ՝ այլընտրանքային լրագրությունը ելնում է ոչ միայն որոշ խնդիրների

---

<sup>1</sup> Տե՛ս **Herman E. S., Chomsky N.**, Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, Pantheon Books, 1988:

և քեմաների զանգվածային լուսաբանման վերաբերյալ դժգոհություննից, այլև լուրերի իմացաբանությունից (epistemology), այն է՝ լրագրությունն իբրև արհեստ ընկալելու փոխարեն շեշտադրելով փաստերի և գիտելիքի սոցիալական կառուցվածքը, քննադատական մտածողությունն ու անդրադարձի ունակությունը: Նրա քննադատությունը շեշտադրում է նաև տեղեկատվության աղբյուրների և ներկայացման դաշնագրերը, լուրերի շրջված բուրգը, առևտրային ժողովրդային աստիճանակարգային և կապիտալացված տնտեսությունը, ժողովրդային օրպես պրակտիկայի մասնագիտական, ընտրախավային հիմքը, օբյեկտիվության մասնագիտական նորմը (փոխարինելով այն սոցիալական պատասխանատվությամբ և բացահայտ դիրքորոշմամբ) և լսարանի՝ որպես հասցեատիրոջ ստորադաս դերը: Աթոնը կարևոր է համարում *լրագրություն ուսուցանելիս այլընտրանքային մեդիապրակտիկաների քննարկումը որպես այդպիսիք*: Այնինչ դրանք, ըստ նրա, չեն քննարկվում որպես առանձին պրակտիկաներ կամ դիտարկվում են որպես ծայրահեղական դեպքեր<sup>2</sup>:

Իսկ ինչի՞ հետ է կապվում այլընտրանքայնությունը Հայաստանում՝ տեսական մշակվածության բացակայության պայմաններում: Հարցին հետամուտ՝ քննելու ենք այլընտրանք առաջարկող տեղեկատվամիջոցների մեկնակետերը. ի՞նչն են այլընտրանք համարում՝ սահմանելով կամ չսահմանելով այլընտրանքայինը: Ըստ այսմ՝ հողվածի *առանցքային հարցը հետևյալն է՝ որո՞նք են այլընտրանքային հավակնությունների հիմնական դիրքերը մեդիայում*: Մյուս կարևոր հարցը՝ *դիրքերի ինչպիսի՞ քազմազանություն է ներառում «այլընտրանքայինի» և «ոչ այլընտրանքայինի» միջև տարածությունը, որ հո՞ծ միջավայր է, ի՞նչ ծավալ ունի և ինչպե՞ս է զբաղեցված դիրքերի լայնությամբ*: Մեզ հետաքրքրում է նաև՝ առավելապես բովանդակությամբ, քե՞ն հռետորության հարց է այլընտրանքայնությունը: Հարցին պատասխանելու համար հայաստանյան մեդիայում գե-

<sup>2</sup> Տե՛ս **Atton Ch.**, What is 'Alternative' Journalism?, Journalism: Theory, Practice & Criticism, 4 (2003), էջ 267-272:

րակայող լեզուներ ենք փնտրելու՝ հընթացս առաջարկելով մի շարք մոտեցումներ, որոնք կարող են նպաստել ոլորտի ուսումնասիրմանը:

*Վարկածը*, որից բխում է ուսումնասիրությունը, այն է, որ այսօր իբրև այլընտրանք է բնորոշվում ընդհանուր տպավորությամբ ոչ բավականաչափ պրոֆեսիոնալ գնահատվող տեղեկատվադաշտում առանձնանալու ցանկացած հավակնություն: Այլընտրանքը թերևս նկատի է առնվում որպես *առանձնահատկություն*:

*Ուսումնասիրության առարկան* տեղեկատվամիջոցների *ինքնաբնութագրումներն են*: Սպառիչ վերլուծության չհավակնելով՝ դիտարկելու ենք միայն տեղեկատվամիջոցների մի շարք աչքի ընկնող դիրքեր՝ փնտրելով դրանք տեղեկատվամիջոցների ինքնաբնութագրումներում: Մեզ հետաքրքրում են ոչ թե մեդիայի ինքնաբնութագրումների և բովանդակությունների համապատասխանությունը, այլ ինքնաբնութագրումներն ինքնին: Սահմանափակ թվով տեղեկատվամիջոցների ընտրությունը, իհարկե, թույլ չի տալիս ունենալ ամբողջ մեդիադաշտի լիարժեք ու հավաստի պատկերը, և առնվազն կանխադրված «զանգվածայինը», «մեծամասնությունը» լիարժեք կերպով չեն բացահայտվում: Մեր մոտեցումը, սակայն, թույլ կտա քննադատական դիրքից թեկուզ որպես օրինակներ զննել մի շարք կայացած տեղեկատվամիջոցների ինքնապատկերացումներն ու հանձնառությունները, դրանով՝ առկայի և քննադատության որոշ կարևոր հարաբերություններ:

Այսպիսով՝ ի՞նչ հատկանիշներ է ամփոփում այլընտրանքայինը հայաստանյան մեդիաոլորտում: Չնակերպման ակնարկած իմաստները որոշակիացնելու և ընդհանրացնելու համար *դիրքերի տիպաբանում* ենք կատարել՝ առանձնացնելով մի քանի հիմնական խմբեր:

## **1. Կենտրոնի դիրք**

Առանցքային հարց է, թե *այլընտրանքայնության հավակնությունն ինչի համեմատ է*: Սա տեղեկատվամիջոցները հստակ չեն սահմանում, թեև դրանց՝ իրենց մասին պատմող բաժիններում որոշ պատասխաններ կարելի է կարդալ: *Ընդհանրապես որտե՞ղ են տեղակայում իրենք իրենց տեղեկատվամիջոցները*: Կարող ենք անգամ

հարցնել՝ *որն է այլընտրանքայինի այլընտրանքը*: Այս հարցն իմաստ ունի, քանի որ այլընտրանքային լինելու հավակնությունն ավելի հեշտ է բնորոշել (մանավանդ որ այն հաճախ չի էլ հղվում որոշակիության), քան մյուս բևեռը, որին դժվար է անուն տալը, և որը հավանաբար տարասեռ է: Իբրև այս երկրորդ բևեռի աչքի ընկնող դիրքերից մեկը՝ առանձնացնենք *կենտրոնը*՝ կենտրոնական, առանցքային լինելու հավակնությունը: Կարծում ենք՝ մեր մոտեցումն անհիմն չէ, քանի որ սա առավելապես *պարունությանը* (օրինակ՝ երբ տեղեկատվամիջոցն առաջինն է հիմնադրվել), *ֆինանսավորման եղանակով* (օրինակ՝ հանրային միջոցներ), *գործառույթներով* (օրինակ՝ լուսաբանման հատուկ պարտավորություններ) առանձնացող դիրք է:

Այսպես՝ «*Արմենպրես*» լրատվական գործակալությունն իր մասին գրում է. ««*Արմենպրես*»-ի թիմը *պահպանում է գործակալության առաջարար դերը հայաստանյան լրատվադաշտում* (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.) և ամուր հիմքեր է ստեղծել տարածաշրջանային և միջազգային լրատվական հարթակներում՝ գործակալության ներկայությունն ապահովելու և զարգացնելու առումով»<sup>3</sup>: Ամենահինը լինելու հանգամանքը, որը ևս նշված է ինքնաբնութագրման մեջ, կարծես ավանդույթի ուժ է տալիս «առաջատարը լինելու» հավակնությանը, հռետորության մակարդակում ավելի համոզիչ դարձնում այն: Պետք է նշել, սակայն, որ գործակալության պատմությունը ներկայանում է միայն առաջին նախադասության մեջ, որը խանդավառության պաթոսով տեղեկացնում է՝ երբ է հիմնադրվել «նախադեպը չունեցող» Հայկական հեռագրական գործակալությունը: Գործակալության ինքնաբնութագրումը չի ապավինում ավանդույթի «հմայությանը»: Մասնավորապես հղում է անում արդի համաշխարհային տեխնոլոգիական ցանցին՝ իբրև վստահելիության և արդիականության երաշխիքի: «Գործակալությունն ակտիվորեն գործում է սոցիալական համարյա բոլոր հարթակներում: Այն Հայաստանում եզակիներից է, որի ֆեյսբուքյան էջը վերիֆիկացված է, որն ինդեքսավորվում է News google.com և Bing news միջազգային համակարգերի և «Յանդեքս»

<sup>3</sup> Գործակալության մասին, <https://armenpress.am/arm/about/> (մուտք՝ 22.06.2020):

նորությունների կողմից»<sup>4</sup>, - տեղեկացնում է կայքը՝ պատմելով իր միջազգային գործակցությունների, բաժանորդների, ծրագրերի մասին:

Իսկ ահա *Հանրային հեռուստաընկերությունը* կենտրոնի դիրքը հիմնավորելիս առանցքային դեր է հատկացնում *պարմնությանը*, կարելի է ասել՝ նաև *պարմասկանությանը*: Իհարկե, իրենց պատմությունը բազմաթիվ այլ տեղեկատվամիջոցներ ևս ներկայացնում են, բայց Հանրային հեռուստաընկերության պարագայում պատմության ներկայացումն առանձնահատուկ կողմեր էլ ունի:

Կայքի «Մեր մասին» խորագրի առաջին բաժնում՝ «Պատմություն» վերնագրով, փուլ առ փուլ, տարեթվերով ներկայացվում է հեռուստաընկերության անցած ճանապարհը՝ հաղորդաշարերի բովանդակային-ոճական զարգացումներով, տեխնիկական նորամուծություններով: Սա, իհարկե, հասկանալի է, քանի որ *Հանրայինի պարմությունը նաև հայաստանյան հեռուստադեստության սրեղծման պարմությունն է*, հանգամանք, որն անխուսափելիորեն ազդում է հեռուստաընկերության ինքնալեզվի տիմացման եղանակի վրա: Եթե այլ տեղեկատվամիջոցների դեպքում պատմությունը կարող է նախ օգնել ճանաչելու տեղեկատվամիջոցի կապն այս կամ այն երևույթի հետ, տեղեկատվական քաղաքականության կողմնորոշիչներն ու հիմնադիրներին, ապա Հանրայինի դեպքում պատմությունն անմիջականորեն լեզվի տիմացնող և արժևորող նշանակություն ունի:

«1956-ի նոյեմբերի 29-ին հաղորդավար Նարա Շլեպյանի գեղեցիկ ձայնով իրականացավ մեր բոլորի երազանքը. տրվեց հայկական հեռուստատեսության մեկնարկը, իրադարձություն, որին սպասում էին բոլորը»<sup>5</sup>, - սա պատմության առաջին նախադասությունն է: «Ներկայումս Հանրային հեռուստաընկերության եթերին կարելի է հետևել ինչպես անհատական համակարգիչներով, այնպես էլ բջջային հեռախոսներով և պլանշետներով: ....2016-ի սեպտեմբերի 13-ին մեկնարկեց Հանրային հեռուստաընկերության 60-րդ եթերաշրջանը, և նույն օրը անցում կատարվեց բարձր հստակության (HD որակի) հեռարձակման թե՛ մետրային, թե՛ արբանյակային հա-

<sup>4</sup> Նույն տեղում:

<sup>5</sup> Մեր մասին, <https://www.1tv.am/hy/history> (մուտք՝ 22.06.2020):

ճախակազմությունների համար»<sup>6</sup>, - սա պատմության եզրափակումն է՝ ներկայի հպարտությունը: *Կարողաքաղչության երանգով սկսվող պատմությունը հանգում է տեխնոլոգիական լավարեսության:*

«Մեր մասին» բաժնի մյուս խորագիրն է «Գործընկերները»:

Ընդհանրացնելով մեր հակիրճ անդրադարձը՝ կարող ենք ասել, որ կենտրոնի դիրքը խանդավառ է, անինքնաբնադատ, բանեցնում է սպառողականությանը բնորոշ հռետորություն՝ մասնավորապես տեխնոլոգիական լավատեսությամբ, կիրառելով նաև ավանդույթի և պատմության արժեքային բեռնվածությունը:

## 2. Պրոֆեսիոնալի դիրք

Գիտարկենք որոշ հանգամանքներ, որոնք իրենց գործունեության մասին խոսելիս պարբերականները ներկայացնում են պատմությանը զուգահեռ՝ հաճախ նաև գնահատելով որպես հիմնական, ուղենշային և առանձնացող: Հավակնությունները փնտրելու համար հարմար են նախ կարգախոսները կամ դրանց բացակայությունը: Այսպես՝ «Sputnik-ն ասում է այն, ինչի մասին լռում են մյուսները»։ Կարգախոսի ոճի բնորոշ օրինակ է՝ հիմնված սպառողականության չխնդրականացնող լեզվի ու գաղափարների վրա: «Գործակալությունը միաժամանակ և՛ *այլընտրանքային* (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.) լրատվական բովանդակության մատակարար է, և՛ ռադիոհեռարձակող: Sputnik-ի թիրախն ամբողջությամբ *արտասահմանյան* լսարանն է: ... *Գործակալությունն* ունի իր մուլտիմեդիոն մամուլի կենտրոնները, կայքերի համար ստեղծում է բացառիկ կոնտենտ, իրականացնում է ռադիոհեռարձակում տեղական լսարանի համար»<sup>7</sup>, - մասնավորապես նշվում է կայքում:

Ինչպես հուշում է այս օրինակը, այլընտրանք ասվածի հիմնական բովանդակություններից մեկը *պրոֆեսիոնալությունն* է, որ ենթադրում է ոչ պրոֆեսիոնալության լռելայն վերագրում մասնագիտական համայնքի առնվազն մի զգալի մասին: Կարծում ենք՝ սա

<sup>6</sup> Նույն տեղում:

<sup>7</sup> Նախագծի մասին, <https://armeniasputnik.am/docs/about/index.html> (մուտք՝ 22.06.2020):

բավականաչափ առանձնացող գիծ է՝ արժանի դիտարկվելու որպես առանձին դիրք: Մեր ուսումնասիրած մյուս տեղեկատվամիջոցները ևս անխտիր հավակնում են պրոֆեսիոնալության: Այսպես՝ «*Mediamax.am*-ում կգտնեք մարդկային պատմություններ, հատուկ նախագծեր, հեղինակային սյունակներ՝ այն ամենը, ինչ մենք անվանում ենք որակյալ լրագրություն»<sup>8</sup>, - կարդում ենք պարբերականի ֆեյսբուքյան էջում: Իրեն և ոլորտը սահմանելու փորձը՝ վերջնական և սպառիչ լինելու հավակնությամբ, նման ինքնատեղադրումը նմանեցնում է կենտրոնի անհիմնաբնադատ դիրքին (մեր առանձնացրած այս երկու դիրքերը թերևս զանազանվում են նախ՝ պատմության, կազմակերպման ձևի բերումով որոշակիորեն «արտոնյալ» կարգավիճակի, *նախապես* վերագրվող արժեքի և պարտականությունների առկայությամբ կամ բացակայությամբ): «Եթե մինչև 2011 թ. գարուն *Mediamax.am* կայքը հիմնականում ծառայում էր որպես ընկերության այցեքարտ, ապա այսօր այն ներկայանում է որպես էլ. թերթ՝ այցելուներին առաջարկելով լրատվություն, հեղինակային սյունակներ, բացառիկ նախագծեր, հատուկ ծրագրեր: Կայքում շեշտը դրվում է սեփական եզակի բովանդակության վրա»<sup>9</sup>, - շարունակում է ֆեյսբուքյան էջը:

Պետք է նշել, որ կայքում «Մեդիամաքս»-ի ինքնաներկայացումն ավելի զուսպ է, քան ֆեյսբուքյան էջում. «2011 թ. Մեդիամաքսը վերագործարկեց իր [www.Mediamax.am](http://www.Mediamax.am) կայքը՝ այն դարձնելով տեղեկատվական կայք՝ էլեկտրոնային թերթի տարրերով: Ինչպես և Մեդիամաքսի մյուս ինտերնետային նախագծերի դեպքում, [www.Mediamax.am](http://www.Mediamax.am) պորտալում հիմնական շեշտը դրվում է սեփական *եզակի* բովանդակության վրա՝ նորություններ, վերլուծություն, բացառիկ հարցազրույցներ»<sup>10</sup>:

«Միվիլներ»-ն իրեն հիմնադիր կազմակերպության հանձնառուությամբ է բնութագրում. «Միվիլները Միվիլիթաս հիմնադրամի ծրագիր

---

<sup>8</sup> «Մեդիամաքս»-ի ֆեյսբուքյան էջ, <https://www.facebook.com/pg/Mediamax.am/about/> (մուտք՝ 03.07.2020):

<sup>9</sup> Նույն տեղում:

<sup>10</sup> Նախագծի մասին, <https://mediamax.am/am/about/> (մուտք՝ 03.07.2020):

է: Սիվիլիթաս հիմնադրամը կոչված է աջակցելու Հայաստանի պետականության ամրապնդմանը և ժողովրդի բարօրությանն ուղղված ջանքերին: Սիվիլիթաս հիմնադրամը նպաստում է Հայաստանի քաղաքացիների իրավունքների ու պարտականությունների լիարժեք դրսևորմանը՝ խթանելով նորարար գաղափարներ և նախաձեռնություններ, ինչպես նաև ստեղծելով դրանք կյանքի կոչող մեխանիզմներ ու հաստատություններ կամ աջակցելով գործողներին»<sup>11</sup>: Կազմակերպությունը բնութագրող ոչ գործիքային, հոշակագրային ոճին համահունչ է կարգախոս հիշեցնող մեկ այլ ձևակերպում. «CivilNet.AM՝ լրատվության նոր տեսակ: Ոչ միայն ԻՆՉ է կատարվել, այլ նաև ԻՆՉՈՒ: Ներկայացնում ենք ոչ միայն փորձագետների կարծիքը, այլ նաև Ձերը»<sup>12</sup>, - կարդում ենք պարբերականի ֆեյսբուքյան էջում:

*«Եզակի», «բացառիկ», «հայրուկ», «այլընտրանքային», «լիարժեք»* և գերադրականի երանգ ունեցող նման բառերի առատությունը թեմատիկ ուղղվածության, տեղեկատվական քաղաքականության բնութագրումներում (ավելի շատ՝ ֆեյսբուքյան էջերում՝ թերևս «հրավիրելու», գայթակղելու նպատակով, ավելի պակաս՝ կայքերում՝ արդեն պարբերական այցելածներին զուսպ և առարկայականորեն ներկայանալու համար) կասկածելի է դարձնում այդ բնութագրումները, *անգամ եթե հեղափոխական դերուծությունը պարզի՝ դրանք իրավացիության բաժին ունեն:* Այդպիսով նույնանում են առանձնանալու, տարբերվելու ջանքերը, *չհավորվում են մեկ ընդհանուր պարկեր և դիրք, որոնց համեմատ այլընտրանքներ փնտրելիս այլընտրանքայինի որոնման ուղղություն է դառնում:*

Գիտարկենք նաև այլ՝ այս տեսանկյունից ավելի կամ պակաս չավոլ տարբերվող օրինակներ:

---

<sup>11</sup> Մեր մասին, <https://www.civilnet.am/%D5%B4%D5%A5%D6%80-%D5%B4%D5%A1%D5%BD%D5%AB%D5%B6> (մուտք՝ 25.06.2020):

<sup>12</sup> «Սիվիլներ»-ի ֆեյսբուքյան էջ, [https://www.facebook.com/pg/CivilNet.TV/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/CivilNet.TV/about/?ref=page_internal) (մուտք՝ 25.06.2020):



««168 ժամը» քննադատում է ոչ թե անձանց, այլ երևույթները»<sup>13</sup>, - իր ֆեյսբուքյան էջում պատմում է «168 ժամ» *թերթը*: Կարող ենք խոստումնալից դիրք համարել և մեկ այլ առիթով ստուգել՝ բովանդակային վերլուծություն կատարելով: Թեև կարգախոսներին հատուկ ընդհանրացում և հռչակագրայնություն է պարունակում, սակայն նաև որոշակիություն է խոստանում. կարգախոսի մակարդակով ամեն դեպքում մեխանիզմներ փնտրելու կարիք է առաջացնում, *հանգամանք*, որ կարելի է կարգախոսի առավելություն համարել: Կարծում ենք՝ այս տպավորության մեջ ոչ երկրորդային դեր ունի նաև այն հանգամանքը, որ անձինք-երևույթներ տարանջատման կարևորությունն ու կարելիությունը քննադատության էթիկական ու արժեքային տեսանկյուններից կարևոր և թեկուզ հարևանցիորեն, բայց հաճախ ծագող հարց է: Հարցը որակյալ է, որովհետև կարևոր խնդիր է հողավորում: Որպես պարբերականի հանձնառություն և հավակնություն ներկայանալիս այն թեև բովանդակությամբ մասամբ արժեգրկվում է (քանի որ դադարում է հարց լինելուց և հաստատական ասույթի է վերածվում, անգամ գրկվում է թեականության որևէ երանգից), սակայն հռետորության (ընդ որում՝ ոչ անբովանդակ) տեսանկյունից շարունակում է պահպանել գրավչությունը:

Խմբագրության բնութագրմամբ՝ թերթն անդրադառնում է բոլոր ոլորտներին, սակայն ընդգծված կերպով առանձնացնում է սոցիալական խնդիրները. ««168 ժամի» էջերում հրապարակվել են սոցիալական ծանր պայմաններում ապրող, պետության ու հասարակության կողմից անտեսված հարյուրավոր մարդկանց պատմություններ»<sup>14</sup>: Կատարված լրագրողական աշխատանքի մասին տեղեկատվությունը թերևս ավելի հավաստի կթվար, եթե չեզրափակվեր հռչակագրային ընդհանրացմամբ. «Մեր գործունեության հիմքում ընկած է մարդը, քաղաքացին: «168 ժամի» բոլոր հրապարակումների պատվիրատուն, գնահատողը և սպառողը քաղաքացիներն են: Մեր գործունեության հիմնական ուղենիշը մարդու՝ տեղեկացված լի-

<sup>13</sup> «168 ժամ»-ի ֆեյսբուքյան էջ, [https://www.facebook.com/pg/168.am/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/168.am/about/?ref=page_internal) (մուտք՝ 09.06.2020):

<sup>14</sup> Նույն տեղում:

նելու սահմանադրական իրավունքի իրացումն է»<sup>15</sup>: Քաղաքացիների՝ պատվիրատու լինելուց զատ՝ այստեղ տարակուսելի է նաև սահմանադրական իրավունքի վկայակոչումը: Գործնական կողմնորոշում և մարտավարություններ պահանջող տեղեկատվական գործունեության բնութագրման համար սահմանադրական նորմի հռչակումն իբրև ուղենիշ, պատկերավոր ասած, երկար ու դատարկ միջանցք է թողնում, անհամաչափորեն հեռու է:

«*www.168.am*» ինտերնետային կայքը, որը, պարբերականի ինքնաբնութագրմամբ, «168 Ժամ»-ի գործունեության շարունակությունն ու ընդլայնումն է վիրտուալ տիրույթում, «Գիտություն» բաժնում խոստանում է ծանոթացնել «բարձր տեխնոլոգիաների բնագավառում Հայաստանում և Հայաստանից դուրս կատարվող բոլոր իրադարձություններին, ոլորտի տեղական ու համաշխարհային մասնագետների գնահատականներին ու կարծիքներին»: Կայքը ևս շեշտադրում է տեղեկատվական գործունեության թեմատիկ կողմը. սոցիալական հիմնախնդիրների լուսաբանումն այստեղ նույնպես գերակա է հռչակվում: Կարող ենք ասել՝ *առարկայականության միջոցն այսօրեղ առանցքային թեմատիկայի որոշակիացումն է*:

«Հեյք»-ի օրինակն առանձնանում է արհեստավարժության հավակնող և «սպառողական», «խայծային» լեզուներ կիրառող բազմաթիվ տեղեկատվամիջոցների հարևանությամբ: «*Ո՞վ ենք մենք*» խորագրում որպես կարևոր ինքնաբնութագրում է հնչում 2002 թ. էթիկայի կանոնագիր ընդունած լինելը<sup>16</sup>: ««Հետքում» փորձառություն են ձեռք բերում նաև Երևանի պետական համալսարանի ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի ուսանողները: «Հեյքի» *հիմնական առանց-նահարկությունն այն է, որ պարբերաբար հրապարակվող լրագրողական հետաքննությունները հաճախ անցկացվում են թիմերով, ինչը նոր երևույթ է հայ լրագրության մեջ (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.)*», - գրում է պարբերականը: Կայքին վստահելիություն է հաղորդում ինքնաբնութագրման համար ընտրվող հանգամանքների *փաստական*,

<sup>15</sup> Նույն տեղում:

<sup>16</sup> *Sh'u* Մեր մասին, <https://hetq.am/hy/about> (մուտք՝ 25.06.2020):

կառուցվածքային-կազմակերպական բնույթը. չի շահագործվում կարգախոսներին բնորոշ ոճական ընդգծվածությունը՝ գուրկ փաստական հենքից: Հիշատակելի է նաև այն, որ կայքում և ֆեյսբուքյան էջում «Հետք»-ն իրեն միևնույն տեքստով է բնութագրում<sup>17</sup>. սոցցանցային տիրույթ անցնելիս պարբերականի լեզուն ավելի սպառողական և «խայծային» չի դառնում:

Այս ենթավերնագրում մի երրորդ հարաբերական դիրք ևս առանձնացնենք՝ ձևաչափով և հանձնառություններով տարբերվող «media.am»-ի մեդիափորձառությունը: «Մարդիկ են մեդիան», - հռչակում է կայքը և պատմում. «Media.am-ի լսարանի մի հատվածը պրոֆեսիոնալ լրագրողներն ու մեդիա մենեջերներն են: Նրանց հետ մենք քննարկում ենք Հայաստանի մեդիան ավելի որակյալ դարձնելու ճանապարհները: Մենք ձգտում ենք ընդլայնել նաև մեր լսարանի մյուս կարևոր՝ մեդիա սպառողների հատվածը, փորձում ենք զարգացնել մեդիա արտադրանքն ընկալելու, վերլուծելու, գնահատելու, մեդիայում հասարակական-մշակութային և քաղաքական ենթատեքստը հասկանալու նրանց կարողությունը»<sup>18</sup>: Այսպիսով՝ *հանձնառության ներկայացումն իբրև ձգրում* առնվազն ավելի հավաստի և ավելի կշռադատված դիրքորոշում է խոստանում:

«Media.am-ը մեդիայի մասին գրույցները վարում է ոչ միայն օնլայն՝ կայքի միջոցով, այլև ամիսը մեկ անգամ «Լրատվար» մեդիա ակումբի հանդիպումների ժամանակ»<sup>19</sup>. սա «Media.am»-ի «Հայեցակարգ» բաժնից մեջբերվող հատված է: Մեկ այլ հավակնության («Մենք հույս ունենք, որ media.am-ի աշխատանքի շնորհիվ լրատվամիջոցները, լրագրողները շունչ քաշելու, իրենց աշխատանքը քննադատական հայացքով գնահատելու, բացթողումները նկատելու, հաջողությունների հիմքերը ամրապնդելու հնարավորություն կունենան»<sup>20</sup>) հետ երևան է բերում մի առանձնացող հանգամանք՝ *գործու-*

<sup>17</sup> Տե՛ս «Հետք»-ի ֆեյսբուքյան էջ, [https://www.facebook.com/pg/hetqonline/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/hetqonline/about/?ref=page_internal) (մուտք՝ 06.07.2020):

<sup>18</sup> media.am-ի նպատակները, <https://media.am/hy/media-am-ի-հայեցակարգ/> (մուտք՝ 25.06.2020):

<sup>19</sup> Նույն տեղում:

<sup>20</sup> Նույն տեղում:

*նեության յուրահարկությունը կապվում է լրադադարի, շունչ քաշելու, դրանով, կարող ենք ասել, «կողքի» հայացքի հետ: Մեղիատեսուտի ձևաչափերով կառուցված վերլուծական հրապարակումները մեծ մասամբ մեղիային վերաբերող հանրամատչելի անդրադարձներ են՝ դիտորդական և կրթական հանձնառություններով: Այս կարևոր դիրքը կարող ենք բնութագրել որպես *մեղիա մեղիայի մասին*, որտեղ երևան է գալիս *ինքնանդրադարձը*՝ «միջանկյալ լեզու» բանեցնելով, *անդրադարձ, որը քննադատության սահմաններ չի հասնում*:*

### **3. Չանգվածայինի դիրք**

Այս ուղղությամբ նայելիս սպառման ծավալների և վարկանիշների թելադրող դիրքն ամենից ակնհայտ է երևում: Այսպես՝ «*Արմենիա*» հեռուստաընկերությունն ինքնաներկայացման «առավել սպառողական», «առավել անմիջական-հաղորդակցային» հարթակում՝ ֆեյսբուքյան էջում, պատմում է մեծ մասամբ իր նոր տեխնիկայի մասին: Նշվում է. ««Արմենիա» հեռուստաընկերության անցած ուղին ավելի քան 15-ամյա գործունեության արդյունքում կարելի է վստահ համարել հեռուստատեսային ժամանակակից դաշտի ամենահաջողված իրականացված և *իրականացվող* քաղաքականության արդյունք: Լինելով հանրապետության առաջատար հեռուստաընկերություններից մեկը՝ «Արմենիա» հեռուստաընկերությանը հաջողվել է ապահովել գերարդիական տեխնիկական և հեռուստատեսային տեխնոլոգիաներ, աշխատանքային պրոֆեսիոնալ կոլեկտիվ, հեռուստատեսային ժամանակակից՝ միջազգային ստանդարտներին համահունչ աշխատանքի կազմակերպում, տաղավարային տարածքներ, իսկ ամենակարևորը՝ հեռուստատեսքեր՝ սեփական հաղորդումների գերակշիռ դոմինանտությամբ, որոնք նաև արձանագրել են բարձր հասարակական վարկանիշներ: «*Արմենիա*» *հեռուստաընկերությունը երբեք չի հավակնել լինել կարարյալ, մանավանդ որ դա ուղղակի անհնար է* (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.): Բայց ստեղծել ավելի քան քսան հազար քառակուսի մետր տարածքում արդիական հեռուստաընկերություն՝ տաղավարներ, աշխատանքային տարածքներ, թվային բարձրորակ սարքավորումներ..., մի խոսքով՝ եթեր, որի

անունը միշտ եղել է «Արմենիա», հսկայական աշխատանք է, որն այլևս իրականություն է»<sup>21</sup>: Խանդավառության պաթոսով բնորոշվող այս երկար շարքը հավակնում է մեջտեղից հանելու քննադատության հնարավորությունն անգամ: Ինչպե՞ս: Ընդգծենք մի կարևոր հանգամանք. «Արմենիա» հեռուստաընկերության ինքնապատկերացումը հետաքրքիր է նրանով, որ զանգվածային համարում և հաջողություն ունեցողի դիրք է ուրվագծում, որն ինքն իրեն ընկալում է նաև իբրև առաջատար՝ *ամբողջությանը չնույնացնելով այդ հասկանիչը «կարարյալ լինելու հավակնության» հետ, ավելին՝ խոսարովանելով, որ չի էլ ձգտում դրան*: Մի կողմից՝ սա առնվազն ազնիվ շուկայական դիրք է, որ կարգախոսի մակարդակով չի «դատարկում» ձևակերպումների բովանդակությունը, մյուս կողմից՝ շուկայական հաջողությամբ ամրապնդվող ինքնավստահության դիրք, որ անգամ ցինիզմ է հիշեցնում: Մեկ այլ տեսանկյունից էլ պարզապես ինքնարդարացման փորձ է:

Հեռուստաընկերության կայքում թվարկումների ցանկն ավելի հակիրճ է և համեմատաբար ավելի զուսպ. ներկայացվում է «առաջին անգամների» ցանկ. «2002 թվականից սկսած՝ առաջինն է նկարահանել ամանորյա բացառիկ ֆիլմեր Դուրալում, Ամստերդամում, Փարիզում, Լոնդոնում: 2004-2005 թվականներին առաջին անգամ կնքել է էքսկլյուզիվ պայմանագրեր հոլիվուդյան կինոստուդիաների հետ և Հայաստան բերել աշխարհահռչակ ֆիլմեր»<sup>22</sup>: Առաջինն իրականացրած նախաձեռնությունների շարքում ձևավորմամբ, այն է՝ էլեկտրական լամպի նկարի հարևանությամբ և գրաֆիկական տեսքով, առանձնանում է տեղեկությունն այն մասին, որ հեռուստաընկերությունն առաջինն է սեփական նախագծերում ներգրավել «համաշխարհային ճանաչում ձեռք բերած մարդկանց՝ Արմեն Զիզարխանյան, Շեռլին Սարգսյան, Վարդիս Պելշ, Քիմ Քարդաշյան, Թինա Կանդելակի»<sup>23</sup>:

<sup>21</sup> «Արմենիա» հեռուստաընկերության ֆեյսբուքյան էջ, [https://www.facebook.com/pg/-ArmeniaTVMain/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/-ArmeniaTVMain/about/?ref=page_internal) (մուտք՝ 10.11.2019):

<sup>22</sup> Մեր մասին, <https://armeniatv.am/hy/about-us> (մուտք՝ 06.07.2020):

<sup>23</sup> Նույն տեղում:

Գերազանցապես սպառողական մշակույթ ներկայացնող, բայց ավելի քիչ սպառում ունեցող այլ մասնավոր հեռուստաընկերությունների շուկայավարությունը նույնքան բացահայտորեն չի կապվում հաղորդումների բովանդակության հետ: Պակաս հարուստ հեռուստաընկերությունների հաղորդացանկը հետաքրքիր վերագրությունների միջավայր է: Օրինակ՝ սեփական հաղորդումների փոխարեն, դիցուք, կենդանական աշխարհի մասին ֆիլմերի հաճախակի հեռարձակումը որոշ աստիճանակարգ է ստեղծում նաև հաղորդումների թեմաների միջև: Սեփական արտադրության հանգամանքը արժեքի հաստատումն է բաժին է տալիս այդ հաղորդումներին, դրանով իսկ անուղղակիորեն՝ դրանց թեմաներին: Եվ հակառակը՝ սեփական արտադրանք չունենալու և հաճախակի կրկնվելու հանգամանքը կարող է անուղղակիորեն իջեցնել այդ հաղորդումների, ապա նաև դրանց թեմաների հարզը: Սրա հետևանքով, օրինակ, գիտահանրամատչելի հաղորդումների ժանրը սկսում է պակաս նշանակալի դառնալ, քանի որ պակաս նշանակալի է որպես հեռուստաընկերության եթերային քաղաքականության բաղադրիչ:

#### **4. Այլընտրանքը՝ քննադատական դիրք**

Ուսումնասիրության համար հատուկ նշանակություն ունեն իրենց «այլընտրանքայինով» բնորոշվող այն տեղեկատվամիջոցների և մեդիաանալիսաձեռնությունների դիրքերը, որոնց հանձնառություններում կարելի է լուսաբանման լեզվի, նյութերի կառուցվածքի տեսանկյունից տարբերվող փորձառություններ գտնել: Փորձենք վերհանել դրանց առանձնահատկությունները:

Այսպես՝ Առաջին ալիքը «*Այլընտրանք*» հաղորդաշար է ունեցել, որ կանոնավոր պարբերականությամբ հեռարձակվել է 2018 թ., մեկ հաղորդում ունեցել է 2019 թ., ապա դադարեցվել է: Հեռուստաընկերության կայքում նշվում է. «Հաղորդաշարը պատմում է տարբեր մասնագիտությունների և նախասիրությունների նրբությունների, առանձնահատկությունների, հաջողության գաղտնիքների, բարոյ և ստեղծագործական ճանապարհների մասին: Հաղորդման շրջանակում հեռուստադիտողին ցույց կտանք, թե ի վերջո մե՞նք ենք ընտ-

րում մասնագիտություն, թե՞ մասնագիտությունը՝ մեզ»<sup>24</sup>: Վերջին մասնադասության ոչ առարկայական, դատարկ կարգախոսով ձևակերպվող հավակնությունը, անշուշտ, կանխում է քննադատական դիրք փնտրելու գայթակհությունը, բայց հաղորդաշարի համար ընտրված *առանց լրագրողի միջամտության* ձևաչափը հակված ենք համարելու *այլընտրանքայնության առանձնացող եղանակներից մեկը*: Մեկ նախադասությամբ դա կարելի է ձևակերպել այսպես՝ *ուղիղ խոսքը որպես առանձին լեզուների տրամաբանության պահպանման հնարավորություն*: Գիտակցված, թե ոչ՝ սա հնարավորություն է՝ խոսելու առանց նախաբանների, ընդհանրացնող ու ընդհանրական ձևակերպումների: Նյութի կազմակերպման այս եղանակն առավել բնորոշ է համացանցին, թեև այլ տեղեկատվամիջոցներում ևս կիրառվում է՝ ստեղծելով նոր նշանակություններ:

Տեսաբանները հուշում են մեղիայում *ներոճակաս* և *միջոճակաս* համեմատություններ կատարել. նախապես ծրագրված խոսքը ներոճական հետազոտության տիրույթում է, իսկ մեղիայի մեջբերած ուղղակի և անուղղակի խոսքերը՝ միջոճական: Թերևս սխալված չենք լինի, եթե ասենք, որ ոճերն ու դրանց իմաստները ներկայանում են որպես փոխազդեցություններ արդեն իսկ մեղիայում ունեցած հարևանությունների, մեղիայում տեղադրվածության հանգամանքով՝ անկախ դրանց փաստացի *հաղորդակցության* տեղի ունեցած լինել-չլինելու հանգամանքից: Իսկ ահա ցանցային հաղորդակցության զարգացման, տեղեկատվամիջոցների զուգամիտման հետևանքով ուղիղ խոսքը, կարող ենք ասել, ներկայանում է նույնիսկ որպես «*տեղեկատվական հարևանություններ*»<sup>25</sup> *չունեցող*: Օրինակ՝ ֆեյսբուքյան հղումով հասնելով որևէ կայքի կոնկրետ հրապարակմանը՝ չենք նկատում, թե ինչ հրապարակումների հարևանությամբ է այն տե-

<sup>24</sup> Այլընտրանք, Հաղորդման մասին, <https://www.1tv.am/hy/program/videos/%D4%B1%D5%B5%D5%AC%D5%A8%D5%B6%D5%BF%D6%80%D5%A1%D5%B6%D6%84> (մուտք՝ 10.11.2019):

<sup>25</sup> **Կարապետյան Մ.**, Հաղորդակցության ոճեր և մեղիահաղորդակցություն, Եր., 2020, էջ 52-53: Տե՛ս նաև **Կարապետյան Մ.**, Հասարակական հաստատություններ և մեղիա. հիմնախնդիրներ, «Ժուռնալիստիկա և հաղորդակցություն (տեսության և պատմության հարցեր)», 2018, № 1, էջ 28:

դադրված, տեղեկատվական ինչ համատեքստում է: Չևային (Ֆորմալ) առումով սա ոչ ձևայնացվածի ձգտում է: Առնչություն կարող ենք տեսնել «այլընտրանքային շարժումներ» (օրինակ՝ հակագլոբալիստական, բնապահպանական և այլն) կոչվող ժամանակակից սոցիալական շարժումների հետ: Ըստ տեսաբանների՝ դրանք կազմակերպման եղանակով արդեն իսկ այլընտրանք են ժամանակակից քաղաքականության և տնտեսության սկզբունքներին, քանի որ բացակայում է բյուրոկրատական ապարատի կամ մենեջմենթի կողմից մարդու կառավարումը:

Սեկ այլ օրինակ: «Որքանո՞վ է նպատակահարմար *անշտապ և սևեռուն* (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.) լուսաբանումը, օրինակ, վավերագրական ֆիլմերի միջոցով». սա հարցադրում է, որին խոստանում էր անդրադառնալ «*FOCUS*» արվեստի հասարակական կազմակերպության և «*ACTV*» նախագծի շրջանակում իրականացվող տեսական և պրակտիկ դասընթացը՝ «*Այլընտրանքային լուսաբանում*» *անվամբ*<sup>26</sup>: Դասընթացի հայտարարությունը *ներկայանում է* որպես կարևոր հարցերի շարք՝ զուսպ հռետորությամբ:

Ծրագրի շրջանակներում նկարահանված ֆիլմերը տեղադրված են «*ACTV.am*» կայքում: Դրանցից մեկի հակիրճ նկարագրության մեջ ասվում է. «Վավերագրական ֆիլմն անդրադառնում է հայաստանյան սոցիալ-տնտեսական, քաղաքական, բնապահպանական խնդիրների ընկալմանը և լուսաբանմանը: Մասնավորաբար՝ Ալավերդի քաղաքի և դրա անբաժանելի մասի՝ պղնձամոլիբդենային կոմբինատի փոխառնչություններին: Ի ցույց են դրվում սոցիալական իրականության և դրա լուսաբանման հակասությունները՝ դիտողին թողնելով եզրահանգում անելու գործը»<sup>27</sup>: Սա և՛ թեմայի, և՛ դրա լուսաբանման առանցքային մոտեցման տեսանկյունից (դիտողին թողնել եզրահանգում անելը) բնորոշ նկարագրություն է այլընտրանքայնության այս պատկերացման համար: Եթե նշված թեմաների՝ զանգ-

<sup>26</sup> Տե՛ս Այլընտրանքային լուսաբանման կարճ դասընթաց, 2017.06.08, Հայտարարություն, <https://media.am/hy/announcements/2017/06/08/8246/> (մուտք՝ 05.07.2020):

<sup>27</sup> **Անդրեսայան Ժ.**, Բարեգործության անվան ներքո, <http://actv.am/2019/02//2019/02/-բարեգործության-անվան-ներքո> (մուտք՝ 07.07.2020):



վածային լրատվամիջոցներով լուսաբանման հիմնական շրջանակը (frame) արևմտյան վերլուծությունների օրինակով կարող ենք քննուկը, խառնաշփոթը համարել, ապա վավերագրության միջոցների պարագայում կարող ենք այլ շրջանակներ ևս նկատել: Վավերագրությանը հաջողվում է ստեղծել դրանք՝ առնվազն *տրևակասացնելով/խնդիրը*, դուրս բերելով այն ուրիշ լուրերի հարևանությունից և օրվա ընթացքում պարբերաբար կրկնվող 2-3 բուպեի սահմաններից:

Համեմատելով նախորդ մեդիափորձառությունների հետ՝ պետք է ընդգծել վերջին օրինակների *քննադատական ներուճակությունը*: Որպես այլընտրանքային լեզու՝ ընտրվում են վավերագրությանը հատուկ հնարքներ:

Վավերագրության՝ լրագրության համար պիտանիության տեսանկյունից դիպուկ է հնչում Թ. Վուլֆի հետևյալ կարծիքը հանրահայտ «Նոր ժուռնալիստիկա» գրքում. «Ինձ հետաքրքրեց ոչ միայն այն, որ կարելի է գրել հավաստի վավերագրական գործ՝ օգտագործելով գործիքների այն զինանոցը, որն ավանդաբար վերագրվում է վեպի կամ պատմվածքի ժանրին: Ինձ համար դա այն փաստի բացահայտումն էր, որ վավերագրականության, ժուռնալիստիկայի շրջանակներում հնարավոր է օգտագործել գեղարվեստական գործին հատուկ ցանկացած հնարք՝ կիրառելով դրանք միաժամանակ կամ իրար ետևից՝ սրելով ընթերցողի հետաքրքրությունը ոչ միայն մտավոր, այլև հուզական մակարդակում՝ ստիպելով նրան մտածել»<sup>28</sup>: Վավերագրությունն այս մեջբերման մեջ ներկայանում է առավելապես որպես ընթերցողի, դիտողի վրա ավելի մեծ ազդեցության գործիք, սակայն ակնհայտ է նաև դրա քննադատական ներուժը. որպես մեդիալեզու կիրառվելիս այն տարբեր նպատակներ կարող է ունենալ: Իբրև լեզու՝ վավերագրությունն ինքնին բազմազան է: Մեկ այլ տեսաբանի բնորոշմամբ՝ «Որոշ վավերագրական ֆիլմեր ցանկանում են, որ իրենց լեզուն թափանցիկ թվա, ինչպիսին լրագրու-

---

<sup>28</sup> Wolfe T., Johnson E. W., The New Journalism, USA, Harper & Row, 1973. Մեջբերումն ըստ՝ Վարդանյան Ն., Ոճային հեղափոխության ժամանակակից դրսևորումները մեդիայում կամ հարմարավետ հաղորդակցության հետքերով, «Ժուռնալիստիկա և հաղորդակցություն», 2018, № 1, էջ 48:

թյան լեզուն է ձգտում լինել, մինչդեռ այլ ֆիլմեր ուզում են, որ մենք ուրիշ ոչինչ չանենք, բացի նրանց լեզուն նկատելուց, ինչպես ավանգարդի և այլ փորձարար արտադրողների կինեմատոգրաֆիական ուսումնասիրությունների դեպքում»<sup>29</sup>:

Ընդհանրապես գեղագիտության քննությունն ու կիրառումն այլընտրանքային փորձառություններում հարցի կարևոր կողմերից մեկն է: Հետազոտողները նկատում են, որ, կիրառելով արտադրության փորձարարական և նորարարական եղանակները, գեղագիտությունն այլընտրանքային մեդիայում կարող է իշխանության գերակա ուժը քայքայելու նպատակ ունեցող քաղաքական գործիք լինել: Իսկ քաղաքականությունն էլ իր հերթին, ըստ հետազոտողների, գերծ չէ գեղագիտական բաղադրիչից: Ամերիկացի անարխիստ փիլիսոփա և լրագրող Քրիստին Սարթուելը, օրինակ, ինչպես այլ հետազոտողներ և այլընտրանքային մեդիայի գործիչներ, քաղաքականությունը բնութագրում է որպես *գեղագիտական միջավայր*՝ քաղաքական համակարգերը (սահմանադրություններ, գաղափարախոսություններ) չհամարելով գլխավորապես (տեքստով արտահայտված) ուսմունքներից բաղկացած<sup>30</sup>: «Ես փորձում եմ ասել, որ մի կողմից՝ գեղագիտությունը քաղաքականության մեջ ավելի հեռուն է գնում, քան քարոզչությունը կամ հանրային կապերը, իսկ մյուս կողմից՝ հռետորության՝ որպես համոզման ուժի և պոետիկայի կամ գեղագիտության՝ որպես քաղաքական համակարգերի ինքնության պայմանի դիխոտոմիան ինքը բաժանման կարիք ունի»<sup>31</sup>, - գրում է նա:

Մեդիան ևս շարունակ առնչվում է քաղաքականության գեղագիտական կողմի հետ: Տեսաբանների դիտարկմամբ՝ արվեստային-քաղաքական համակարգերը ոչ միայն գեղագիտությունը կիրառում են իշխանության հասնելու համար, այլև գեղագիտական ձևերի միջոցով ներկայացվում են բոլոր տեղեկատվամիջոցներում: Սարթուելի բերած օրինակով՝ երբ լրատվամիջոցները *շուսաբանում* էին 2003 թ. ամերիկացիների ներխուժումն Իրաք, ցույց էին տալիս հատկապես

<sup>29</sup> Villarejo A., Film Studies: The Basics, London & New York: Routledge, 2007, p. 25.

<sup>30</sup> Տե՛ս Sartwell C., Political Aesthetics, London: Cornell University Press, 2010, էջ 11:

<sup>31</sup> Նույն տեղում, էջ 3:

Սաղամ Հուսեյնի արձանների տապալումը, նրա հսկայական դիմանկարների հեռացումը, նրա պալատների քանդումը: Երբ մեղիան ցանկանում էր հասկանալ ներխուժումը և դրա նշանակությունը, դիմում էր դրա խորհրդանշային և ձևային բովանդակությանը<sup>32</sup>: Իսկ ահա լուսաբանման նոր, ոչ ավանդական, արվեստի միջոցների որոնումը, ըստ հետազոտողների, այլընտրանքային մեղիային թույլ է տալիս վերաշարադրել, վերաքննարկել կամ բացահայտել դրանում առկա քաղաքականությունը:

Նման մտահոգություններ կարելի է որսալ նաև հայաստանյան մեղիայում: Այսպես՝ «ACTV.am»-ն իր մասին մասնավորապես գրում է. «Այսօր ականատեսն ու մասնակիցն ենք հայաստանյան հասարակական կյանքի զարգացման նոր փուլի, որի կենտրոնական հարցերից մեկը հանրային ոլորտ հասկացության, հանրայինի և մասնավորի հարաբերության վերանայումն է: Մտավորական այս աշխատանքը կարող է ունենալ վճռորոշ ազդեցություն հասարակական գործընթացների ծավալման վրա:

Այս գործում կարևորագույն դեր ունի մեղիան: Այն մի կողմից հանդիսանում է մեյնսթրիմ պրոպագանդայի և ձեռնածությունների գլխավոր գործիչ, մյուս կողմից, որոշ ըմբռնմամբ, դրան դիմադարձելու հնարավորություն: *Մեղիան ինքնին հարցի փակ առնելը կարևոր հանձնառություն է, բայց պրակտիկ հարթության մեջ արտերևարիվ հարթակները հաճախ միակ հասանելի միջոցն են որոշ խնդիրներ հանրային օրակարգ ներմուծելու կամ հրարարայ փեղեկավորություն փարսածելու համար* (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.)»<sup>33</sup>: Որտե՞ղ է այստեղ այլընտրանքը: Եթե համեմատենք «media.am»-ի՝ այս հանձնառության հետ աղերսներ ունեցող հանձնառության հետ, ապա կտեսնենք ակնհայտ տարբերություններ արդեն իսկ ինքնաբերությամբ լեզվում:

Որո՞նք են այլընտրանքային թեմաներ հանրային օրակարգ ներառելու հիմնական ուղղությունները կայքում: Իր չորս հիմնական

<sup>32</sup> Տե՛ս նույն տեղը, էջ 34:

<sup>33</sup> Նախագծի մասին, <http://actv.am/մեր-մասին> (մուտք՝ 07.07.2020):

հարթակներից մեկի՝ «*Հեղափոխություն հանրային տարածքը*» բաժնի մասին կայքը պատմում է. «Լինելով երկարատև հետազոտական գործընթաց՝ այս հարթակը նպատակ ունի ուսումնասիրել, ճանաչել և *արվեստի հնարքներով լուսաբանել* (ընդգծումը մերն է – Մ. Կ.) ծանոթ ու անծանոթ, հանրության կողմից որպես այդպիսին գիտակցված և/կամ անտեսված հանրային տարածքները: Շեշտը հատկապես դրվում է բողոքի ցույցերի և դրանցում զանազան դրսևորումների փաստագրման վրա»: «*Հոյովակ*» բաժնի երկու ենթաբաժիններից մեկում՝ «*Հակազուլազո*», ներկայացվում են «*զուլազոյի պարողիաներ, որոնք փորձում են խնդրականացնել լայն հասարակության մեջ գործող որոշ պարկերացումներ*»: Հետաքրքիր դիրք է ընտրված, որ կարող ենք մեկնաբանել «*մշակույթի խլացում*» (culture jamming) կոչվող արևմտյան քննադատական մարտավարությամբ, որի նպատակն է խնդրականացնել սպառողական մշակույթը: «*Սոցիալական*» բաժինը պարունակում է «զանազան սոցիալական խնդիրներին վերաբերող կարճ տեսանյութեր»: «*Դիմանկար*» բաժնի մասին ասվում է. «Ինչպիսի՞ մարդիկ են մասնակցում սոցիալական նախաձեռնություններին, ինչպե՞ս է անդրադառնում մասնակցությունը նրանց մտածողության փոփոխության և անձնական կյանքի վրա, ինչո՞ւ են նրանք շարունակում ակտիվ մնալ հանրային կյանքում: Ֆիլմաշարում նաև շոշափվում են անհատի, փոքր խմբերի և ավելի մեծ հանրությունների փոխներգործության նրբություններ ու դրվագներ»: Իսկ «*Վիդեոքառարանը*» մեկնաբանվում է որպես «Տաղավարային նկարահանումներ. տարբեր գիտնականներ բացատրում են քննական մտքի տիրույթի եզրեր, որոնք իրար հետ գտնվում են տրամաբանական կապի մեջ»: Սոցիալական և քաղաքական հարցերի, կարող ենք ասել, «ոչ տեղեկատվական» լուսաբանումն այս խորագրերի ընդհանուր միտումն է:

Պետք է նշել նաև, որ նման տեքստեր մատակարարելու հանձնառությունը սովորաբար հասարակական կազմակերպությունների գործունեության հետ է կապված: Կայքերը հասարակական կազմակերպությունների նախագծեր կամ գործընկերներ են: Այս հանգամանքը կարևոր է կազմակերպման եղանակ-քաղաքականություն

առնչություններ որոնելու համար, խնդիր, որ սույն ուսումնասիրության շրջանակներից դուրս է:

«*Քաղաքական դիսկուրս*» կայքը համանման հանճառություններ ունի: «*Միտքը փոփոխությունն է*», - հռչակում է կայքը: Կարգախոսների մեր քննադատական վերլուծության համապատկերում այս մեկի օգտին կարող է խոսել հաջորդող ինքնաբերականությունը. «...հարթակ քաղաքական մտքի և հանրային քննարկումների համար: Գլխավոր ազդակը եղել է քաղաքացիական խմբերի ակտիվացումը, ինչը տեղի էր ունենում թուլացած արհմիությունների և հանրային ոլորտի ընդհանուր ճգնաժամի, ինչպես նաև հասարակական կարգերի նկատմամբ քննադատական մտարտադրության պակասի պայմաններում»<sup>34</sup>: Ի դեպ, նշվում է նաև, որ «*Քաղաքական դիսկուրս*»-ում տեղադրվում են նյութեր, որոնք «*հանդիսանում են ակադեմիական ու հանրամատչելի ոճերի համադրում, ինչպես նաև դիսցիպլինների շրջագծից դուրս արվող վերլուծություններ*»<sup>35</sup>: Այս միջակայությունը հակված ենք համարելու հայաստանյան մեդիայում այսօր ամենից ներուճակ այլընտրանքայնությունը:

«*Քաղաքական դիսկուրս*»-ում ուսումնասիրման հետաքրքիր նյութ է նաև այն, թե ինչ սկզբունքով են բաշխվում «*Մեկնաբանություն և այլընտրանք*» և մյուս խորագրերի նյութերը, քանի որ դրանք առաջին (գուցեև ոչ միայն) հայացքից իրենց թեմաներով, հարցադրումներով, ոճով, նպատակներով դժվար է զանազանել: Վերլուծական ուղղվածություն ունեն բոլոր բաժինները, ուստի հարց է ծագում՝ ինչով է առանձնանում ամենից ստվար այս բաժինը: «*Մեկնաբանություն և այլընտրանք*» բաժնի նյութերը կարող էին բաշխվել մյուս՝ թեմատիկ բաժիններում: Միակ ակնհայտ առանձնահատկությունն այն է, որ այստեղ ավելի շատ են թարգմանված նյութերը և խմբագրակազմի նախաձեռնությամբ հրատարակված գրքերի առաջաբանները: Հստակ պատասխանի համար, սակայն, ավելի մանրակրկիտ հետազոտության կարիք ունենք:

<sup>34</sup> Քաղաքական դիսկուրսի մասին, <http://diskurs.am/մեր-մասին> (մուտք՝ 07.07.2020):

<sup>35</sup> Նույն տեղում:

Այստեղ կանգ առնենք խորագրի կազմության վրա. «մեկնաբանություն»-ը զուգորդվում է «այլընտրանք»-ի հետ՝ հուշելով, որ այլընտրանքը միշտ կապված է որոշակի մեկնաբանության հետ, մտածական է, ավելին՝ գուցե յուրաքանչյուր մեկնաբանություն (հատկապես նկատի ունենալով, որ, կայքի դիրքորոշմամբ, մեկնաբանությունները միշտ վերլուծական են, ծավալուն և հանգամանալի) այլընտրանք է: Ահա այլընտրանքի մի մեկնաբանություն, որ *հստակորեն զանազանվում է այլընտրանքի «կարգախոսային» կիրառություններից:*

Ինչպես նշեցինք, արդի սոցիոլոգիական, մշակութային ուսումնասիրությունների՝ դիսկուրսներ բանեցնող մնան նախածեռնությունների տարբերությունները նկատելի են արդեն իսկ *ինքնաբնութագրումների* լեզվում: Իսկ լեզուն խնդրականացնելու օրինակ է «Քննադատական հանդես»-ի գլխավոր խմբագիր, արվեստաբան Ելենա Այդինյանի միտքը. «Համացանցի ցանկացած օգտատեր կարող է իր մեկնաբանությունները թողնել զանազան տարածքներում՝ դառնալով տեքստի կայացման մասնակիցը: Առաջին հայացքից դա դրական տեղեկաց է, որը հակված է դեմոկրատացնելու տեղեկատվության դաշտը: Սակայն այն աղետալի մի հետևանք ունի: Այն դաստիարակում է տեքստի հանդեպ անփութություն, եթե կարելի է այդպես ասել՝ հետևողական անփութություն: Էլեկտրոնային մեկնաբանության նյութն ամենից հաճախ դառնում է հեղինակի առաջին ռեակցիան մեկնաբանվող երևույթին: Գրվող միտքն այլևս մտորումներ չի պահանջում, այն դառնում է վայրկենական հույզի անմիջական արտահայտություն: Այս իրավիճակում կարիք է առաջանում «տպագիր խոսքի», որը չի նշանակում պարտադիր ավանդական կերպով տպագրված խոսք, այլ ենթադրում է գրավոր խոսքի հանդեպ, այսպես ասած, «ավանդական» վերաբերմունք, այսինքն՝ հոգատարություն, երկարատև աշխատանք և պատասխանատվություն յուրաքանչյուր ձևակերպման հանդեպ: Միայն այդ դեպքում անմիջական ռեակցիան կարող է դառնալ վերլուծություն, կարող է զարգանալ և

կայանալ որպես միտք»<sup>36</sup>: «*Գրավոր» իմաստների մասին հոգաժո-  
թյունը զանգվածային հաղորդակցության ոլորտում* կարևոր  
հանձնառություն է, որ կարող ենք ձևակերպել և դուրս բերել այս  
տեքստից: Կարծում ենք՝ քննադատության և այլընտրանքայնության  
լավ դիրք է:

Հարց է ծագում՝ *դեպի արդի հումանիտար տեսություններ գնա-  
ցող այս մեկնակերպերն ինչպես են «տեղադրվում» զանգվածային  
տեղեկատվամիջոցների դաշտում կամ տեղադրվում են արդյոք:*  
Կարելի է անմիջապես ասել՝ սա լրագրություն չէ կամ շատ փոքր մա-  
սով է լրագրություն: Նման բաժանումը, սակայն, այլևս բավա-  
կանաչափ հիմնավոր չէ. այս տարբերվող մեկնակետերը, այդուամե-  
նայնիվ, մեղիափորձառություններ են, հետևաբար դիտարկելի են որ-  
պես հերթական դիրքեր հայաստանյան մեղիադաշտում, իսկ դրանց  
բովանդակություններն ու լեզուները՝ բովանդակություններ և լեզուներ  
«տեղեկատվական» մեղիայի բովանդակությունների և լեզուների  
շարքում:

## **5. Լեզվով՝ հանուն լեզվի: Այլընտրանքի ևս մեկ օրինակ**

Մեր ներկայացրած վերլուծությունների հիման վրա թերևս ար-  
դեն կարող ենք կարևոր մեղիահանձնառություն համարել «*իրավի-  
ճակային*», «*լրատվական*» *հաղորդակցությանը նպատակամետ տե-  
ղեկատվական ռազմավարություններ հակադրելու պրակտիկան*  
դրանց լեզուն և ոճը դիտարկելով որպես կարևոր գործոններ, դիս-  
կուրսն ընկալելով որպես, տեսաբանների բնորոշմամբ, «սոցիալա-  
կան գործողության կարևոր ձև»<sup>37</sup>: Հայաստանյան մեղիայի համար  
այլընտրանքային նախագծի մի մասնավոր ուղղություն էլ առաջար-  
կենք՝ դարձյալ քննելով լեզուն որպես այլընտրանքային մեղիափոր-  
ձառության կարևոր բաղադրիչ:

<sup>36</sup> **Այդինյան Ե.**, Տեքստի հանդեպ անփութությունը փոխարինել հոգատարությամբ, <https://media.am/Yelena-Aydinyan?fbclid=IwAR3TqRjdUsdBT-1wXrJw7wuJOD-qjSmhDfjmrnZ-Eva3nUweG3GZO6WVNJKA> (մուտք՝ 07.07.2020):

<sup>37</sup> **Филлипе Л., Йоргенс М. В.**, Дискурс анализ: теория и метод, Харьков, Гум. центр, 2008, с. 215.

Այսպես՝ ժամանակակից գրական արևելահայերենի և դրա վիճակի քաղաքական նշանակության մասին մի շարք արժեքավոր հոդվածներ է գրել մշակութաբան Հ. Բայադյանը՝ մասնավորապես նշելով, որ «հարկադրել հասարակությանը նոր, մաքրված լեզու, նշանակում է պարտադրել մաքրված, կատարելագործված մտքեր»<sup>38</sup>: Պարտադրանքի անիրականանալիությունը, սակայն, կարող է հանգեցնել այլընտրանքային մեխանիզմներ որոնելու՝ անուղղակի ազդեցության հասնելու ակնկալիքով: Այլընտրանքային թեմա է, որ կարող է այլընտրանքային մեդիա հանձնառության վերածվել. արդի հայաստանյան լեզվական իրականության և այդ իրականության ներկայացման լեզվաոճական կողմի շուրջ մտահոգությունները թերևս կարող են վերածել *կոնկրետ այլընտրանքային լեզվական պրակտիկաների սրեղծման* ուղղությամբ աշխատանքների<sup>39</sup>: Դա *կոնկրետ տեղեկարվական հոսքեր* ստեղծելու կոնկրետ աշխատանք է ենթադրում, տեղեկատվական հոսքերի, որոնք Կաստելար բնորոշում է որպես *նպատակաուղղված, կրկնվող, ծրագրելի հաջորդականություններ*: Սա կարող է ենթադրել նաև աշխատանք, մեր համոզմամբ, հայաստանյան հասարակության համար կարևոր մի ուղղությամբ՝ *սոցիալական վարկածների, հանրայինների բազմացում լեզվական պրակտիկաների միջոցով*<sup>40</sup>:

Մեր կարծիքը հիմնվում է դիսկուրսի վերլուծության պնդումների վրա: Ըստ դիսկուրսի տեսաբաններ Վոդակի և Ռեյսիգլի՝ դիսկուրսը կարելի է հասկանալ որպես գործողության սոցիալական ոլորտների ներսում և հանգուցակետերում ներկայացված միաժամանակյա և հաջորդական, փոխկապակցված լեզվական գործողությունների բարդ հանգույց, իսկ դիսկուրսիվ պրակտիկան՝ որպես սոցիալական

<sup>38</sup> **Բայադյան Հ.**, Լեզվի լեզվաիմության աղբյուրները, <https://hetq.am/hy/article/32201> (մուտք՝ 10.07.2020):

<sup>39</sup> Կոնկրետ խնդրից բխող կոնկրետ տեղեկատվական գործիքների կիրառման օրինակ կարելի է գտնել այստեղ՝ **Կարապետյան Մ.**, Մշակույթ և մերձավորություն: Մշակույթային իրազեկվածությունը մեդիափորձի համատեքստում, «ՎԷմ» համահայկական հանդես, 2016, № 2, էջ 138-153:

<sup>40</sup> Տե՛ս **Կարապետյան Մ.**, Մեր իրականության «ուժեղ ոճը»: Էլիտիստական հավակնությունների ներմուծում լեզվի մեջ, <https://www.youtube.com/watch?v=00TUhl3Jew> (մուտք՝ 10.07.2020):



արակտիկայի ձև, «կարող է ապակայունացնել այլ դիսկուրսների գերակա կառուցվածքները»<sup>41</sup>: Լեզվի կիրառման յուրաքանչյուր առանձին օրինակ վերարտադրում կամ ձևափոխում է հասարակությունը և մշակույթը, ներառյալ իշխանության հարաբերությունները:

Լեզուն *սոցիալապես նշանակալի խնդրի* և *խնդրի լուծման գործիքի* վերածելը, փաստորեն, այլընտրանքայինի ներունակ ուղղություն է: Սոցիալապես նշանակալի տեղեկատվություն ստեղծելուն հավակնող դաշտերը, ըստ Պ. Բուրդյոյի, երեքն են՝ *քաղաքականությունը*, *սոցիալական գիտությունները* և *մեդիան*: Այս շարքում մեր նշած խնդրի տեսանկյունից մեդիայի առավելություններից մեկը կարելի է ձևակերպել մեդիայի գերմանացի հետազոտող Ն. Լուհմանի տեսության կիրառմամբ: Ըստ Ն. Լուհմանի՝ «զանգվածային հաղորդակցության միջոցների (ի տարբերություն ներկաների միջև փոխգործակցության (ինտերակցիաների)) համար դժվար է որոշել դրանց հասցեատերերի իրապես ներգրավված շրջանակը: Այդ պատճառով ակնհայտ ներկայությունը պետք է նշանակալի չափով փոխհատուցվի վարկածներով: Դա կարևոր է առավել ևս այն դեպքում, երբ պետք է հաշվի առնվի հասկացման/չհասկացման վերածումը հաջորդ հաղորդակցության ՉՏՄ համակարգի ներսում կամ դրանից դուրս: Այս անիրագելությունը, սակայն, այն առավելությունն ունի, որ չի պահանջում հատուկ ոլորտների ռեկուրսիվ<sup>42</sup> հղկում, և հաղորդակցությունը նույն պահին չի արգելափակվում անհաջողության կամ հակասության պատճառով. կարող է, այդուհանդերձ, բարեհաճ հանրույթ գտնել և շարունակել տարաբնույթ հնարավորություններ փորձարկել»<sup>43</sup>:

<sup>41</sup> Филипп Л., Йоргенс М. В., указ. соч., с. 152.

<sup>42</sup> Այսինքն՝ ներառյալ բոլոր ենթակա բաժինները, երևույթները, ռեկուրսիա – որևէ օբյեկտի կամ գործողության բնորոշում, նկարագրություն, պատկերում հենց այդ օբյեկտի կամ գործողության ներսում, այսինքն՝ մի իրավիճակ, երբ օբյեկտն ինքն իր մասն է:

<sup>43</sup> Луман Н., Реальность массмедиа, М., Праксис, 2005, с. 12.

## **Որպես վերջաբան**

Ընդհանրացնելով մեղիայի առաջարկած այլընտրանքների որոնումները՝ կարող ենք ասել, որ այլընտրանքն ընկալվում է իբրև տարբեր՝ որակյալի, պրոֆեսիոնալի, նոր մոտեցման, քննադատականության հավակնություններ: Վերջին դիրքն ամենից խոստումնալիցն ենք համարում: Այս վարկածում այլընտրանքը հաճախ տեղեկատվական գործունեության խնդրականացումն է՝ իբրև *մեկնաբանություն և սրեղծարարության փորձ*: Չզարգանալով մինչև ինքնուրույն քննադատական տեսություններ, ինչպես Արևմուտքում է տեղի ունենում, այս ոչ ակադեմիական-կիսասակադեմիական փորձառությունները, այդուամենայնիվ, հիմնվում են արևմտյան գիտական տեսությունների վրա և ստեղծում հանրային հարթակներ, որոնցում *այլընտրանքներն արդեն սպառողական հասարակության, տեղեկատվական հասարակության համեմատ են*:

Այս համապատկերում ձևակերպենք մի հարց, որը՝ որպես գիտական քաղաքականության քաղաքիչ, կարևոր ենք համարում մեղիագործիչներ պատրաստող Ժողովրդավարական ֆակուլտետի համար: *Ո՞վ կհամարչակվի կասկածել պրոֆեսիոնալությանը: Ի՞նչ դեր կարող է ունենալ Ժողովրդավարական ֆակուլտետում կասկածը՝ մի շարք ոչ գործնական բան*: Մինչ այժմ կարծես ժողովրդավարական դերի վերաբերյալ կասկածներ ունեցողների պատմությունները սպառնալից տեսանկյունից անհաջողակների պատմություններ են: Եվ գուցե էական փոփոխություն մեղիատրոտում կարող է լինել այն դեպքում, երբ *կասկածողների հաջողության պայմանություններ* ունենանք:

Ուրեմն տարբերակվում են լրագրողի կասկած և հետազոտողի կասկած, որտեղ հիմնարար հարցադրումը հետևյալն է՝ *կարո՞ղ է հետազոտողի կասկածը օգտակար լինել լրագրողի համար*: Արդյոք դա կապիտալ է (Բուրդյույի տեսության, այն է՝ սոցիալական տարածության մեջ գործողությունն ուժ տվող ակտիվ հատկությունների իմաստով) զանգվածայինին այլընտրանք ձևավորելու համար: Հետազոտողի կասկածի գերակայության դեպքում լրագրողների փոխարեն միայն հետազոտող շրջանավարտներ կունենայինք: Սա, անշուշտ, տեղի չի ունենա, քանի որ միշտ էլ ավելի շատ կլինեն ուսա-

նողները, որոնք կնախընտրեն անմիջական մասնակցությունը մեդիա-աարդյունաբերությանը՝ տեղեկատվության միջնորդ և սոցիալական խնդիրներ փորփրող դառնալով: Հետազոտողի փորձառությունը, սակայն, առնվազն մեդիագործունեության լայն համատեքստերին կծանոթացնի, կհուշի քաղաքականություններ տեսնել այնտեղ, որտեղ դրանք չեն երևում: Այդուամենայնիվ, սպառողական հարաբերությունների պայմաններում կասկածի նշանակությունը կախված է հետևյալ կարևոր հարցի պատասխանից՝ *կարո՞ղ է ժամանակակից քննադատական գիտելիքների որոշակի պաշարը հաջողակ, սակայն նաև այլընտրանքային հանձնառություններով լրագրողներ կերպել:* Պատասխանելու համար նաև շրջանավարտների զբաղվածության անհատական պատմությունների սոցիոլոգիական ընդհանրացման կարիք կունենայինք...

## SUMMARY

*Mariam Karapetyan*

### PRETENSIONS TO ALTERNATIVE IN MEDIA

**Keywords:** *pretensions to alternative, alternative media, alternative coverage, media self-descriptions, media positions, documentary.*

The article aims at discussing the starting points of mass media offering alternatives, regardless of whether they define an alternative or not. Thus, the main question is the following: which are main positions of pretensions to alternative in media? The next question is which kind of position diversity the space between “alternative” and “not alternative” suggests.

The article also aims at clarifying what in general the alternativeness is associated with in Armenia – mostly with content or rhetoric? To understand this, the self-descriptions of media are researched.

As a result, we suggest the practice of promoting goal-oriented communication strategy considering its language and style as an important tool.