ՀՈԳԵՎՈՐ-ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐԻ ԼՈՒՍԱԲԱՆՈՒՄԸ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԶԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ

ՇԱՀԲԱԶՅԱՆ Լ. ՅՈՒ.

Տեղեկատվությունը՝ որպես մշակույթի և մարդկային կենսակերպի զարգացման մաս, գոյություն ունի մարդկության առաջացման իսկ օրերից: Իսկ առաջին «տեխնիկական միջոցներից» են եղել մարդկային լեզուն և խոսքը: Գրերի ստեղծումը զգալիորեն ընդլայնել է տեղեկատվության տարածման հնարավորությունները: Այդ են վկայում մեր օրերում պատմական ժամանակաշրջանի վերաբերյալ կատարվող հետազոտությունները, որոնց հիմքում ընկած են հնագույն ժամանակներում գրառված և պահպանված տեղեկությունները և փաստերը:

Նոր տեխնիկական միջոցների հայտնագործումները (թերթերը, ամսագրերը՝ իրենց զանգվածային տպաքանակով, ռադիոն և հատկապես հեռուստատեսությունն ու համացանցը) առավել լայն հնարավորություններ ընձեռեցին տեղեկատվությունը տարածելու գործում: Հասարակության աշխարհայացքը, որ հիմնականում ձևավորվում է ԶԼՄ-ների միջոցով, դառնում է ավելի կցկտուր և հատվածական: Այս կամ այն իրադարձության գնահատման ժամանակ կորչում է բարոյականության բաղկացուցիչ մասը: Ի հայտ են գալիս մարդկության գիտակցությանը ավելի վաղ ժամանակներում անտեսանելի մեքենայությունները, մոռացության են տրվում հոգևոր արժեքները: Յուրաքանչյուր հոգևոր արտահայտություն անխուսափելիորեն միջնորդավորված արտահայտություն է, որը սերտ կապված է հաղորդակցության տարբեր միջոցների հետ: Դրանցից կարելի է առանձնացնել խոսքը, երգը, սրբանկարչությունը, ճարտարապետությունը և այլն: Վերոնշյալները այն բազմաթիվ թեմաներից են, որոնք պետք է շոշափեն կրոնի և ԶԼՄ-ների միջև եղած կապի վերաբերյալ հետազոտությունները[1]*:*

Եկեղեցու քարոզչական գործունեությունը և հասարակական տարածությունում դրա ներկայությունը տարբեր տեսակի մեդիաների միջոցով՝ արժեքների և մտահղացումների հեռարձակումն է: Համաձայն դրա՝ եկեղեցին շատ հզոր և բարդ հաղորդակցային համակարգ է: Եվ ընդհակառակը, այսօր որոշ «սեկուլյար» ԶԼՄ-ներ ձրգտում են կատարել այդ գործառույթները:

ԶԼՄ-ները, և հատկապես հեռուստատեսությունը, մեծ դեր ունեն ասքերի և իրադարձությունների վերաբերյալ տեղեկությունների տարածման հարցում: ԶԼՄ-ները մեզ « ստիպում» են հավատալ, որ եթե տեղի է ունենում ինչ-որ նշանակալի իրադարձություն,

---

[1] **Чапнин С.** *Доклад на конференции “Дать душу Европе. Миссия и ответственность церквей”, Вена, 2006.*

ապա այն պարտադիր կցուցադրվի հեռուստատեսությամբ, իսկ եթե չի ցուցադրվում՝ այդ նյութը քիչ նշանակություն ունեցող նյութ է, կամ նման դեպք տեղի չի ունեցել: Այդ իսկ պատճառով հեռուստատեսությունը պարտադիր պիտի լինի եկեղեցու հատուկ ուշադրության կենտրոնում: Եթե ցանկություն կա հեռարձակելու կրոնական գաղափարները ԶԼՄ-ների միջոցով, ապա պետք է շատ լավ գիտակցվեն այն արժեքները, որոնք կրում է եկեղեցին:

Իսկ ի՞նչ է կրոնը և որտեղի՞ց է ծագել:

Կրոն բառը հայերեն ստուգաբանվում է՝ կարգ, կանոն, վարք, օրենք, սովորություն, վարդապետություն, հավատք՝ ծագելով կրել բառից՝ որպես թե կրեալ և պահեալ, կամ կրելի օրենք[2]: «Սկզբնապես քրիստոնեությունը եբրայա-հուդայական կրոնի ա-ղանդներից էր, հետևորդներն էլ հրեաներն էին: Սակայն այն հալածվեց ու դուրս մղվեց բնօրրանից՝ տարածվելով հռոմեական կայսրությունում ու ընդգրկելով հասարակության լայն խավերը: Ժամանակի ընթացքում կայսրության կրոնաքաղաքակրթական ու արժեքային միջավայրում նախնական հուդայա-քրիստոնեությունը ձևափոխվեց, վերարժևորվեց ու կանոնակարգվեց համաշխարհային կրոնի:

Քրիստոնեությունը սկզբնապես ներթափանցել էր Հայաստան Աբգար թագավորի օրոք (մ.թ.ա. I դար) ապազգային աղանդների տեսքով՝ Թադեոս և Բարդուղիմեոս առաքյալների կողմից (սրա համար էլ Հայ եկեղեցին կոչվում է Առաքելական)»[3]: Ավելի ուշ՝ 301 թ., Տրդատ Գ-ի օրոք, այն հռչակվեց որպես պետական կրոն: Վերջին մի քանի տասնամյակների ընթացքում ԶԼՄ-ները մոռացության էին մատնել հոգևոր թեմատիկան, ու առաջ էին մղված սեկուլյար մշակույթը, ապատեղեկատվությունը և հակաքարոզչությունը՝ ընդդեմ կրոնի: Սակայն ակներև է, որ վերջին տարիներին հոգևորականների շնորհիվ հասարակություն– եկեղեցի կապը թևակոխում է նոր փուլ: Հոգևոր բնույթի հեռուստածրագրերի որոշ հեղինակներ, թեմային թերի տիրապետելու հետևանքով, ոչ ամբողջական տեղեկատվություն են հաղորդում լսարանին: Նշենք, որ 1998 թ. Հայ առաքելական եկեղեցու Արարատյան հայրապետական թեմի առաջնորդական փոխանորդ Տեր Գարեգին արքեպիսկոպոս Ներսիսյանի նախաձեռնությամբ ստեղծվեց նախ հեռուստաստուդիա, որը 1999 թ. նրա՝ Ամենայն հայոց կաթողիկոս ընտրվելուց հետո, տեղափոխվեց Էջմիածին և 2001 թ. գրանցվեց որպես հեռուստաընկերություն (Շողակաթ)[4]:

Հարկ է նշել, որ վերոնշյալ հեռուստակայանում հաղորդումները պատրաստում են թեմային լավ իրազեկ մասնագետներ: Տեղին է այն հարցը, թե ո՞րն է այն «լավ լրագրության» բանալին, որը մարդկանց անտարբեր չի թողնում և օգնում է հաս-

---

[2] **Աճառյան Հ.**, *Հայերենի արմատական բառարան, հ. II, Ե., 1977, էջ 685:*

[3] **Լալայան Վ.**, *Հայոց դիցաբանության և քրիստոնեության համեմատություն, Ե., 2009, էջ 4:*

[4] *www.shoghakat.am*

կանալու, թե ինչ է կատարվում մեզ շրջապատող աշխարհում: Ի՞նչ կարող է լրագրողն անել, որ լուրը լսարանի համար անհասանելի չլինի: «Լրագրողի խնդիրն է՝ իրադարձությունը տեսնել, զգալ և հասցնել լսարանին: Եթե չլինի նկարագրողը, չի լինի և լուրը»[5]: Եթերում ի հայտ են գալիս եպիսկոպոսներ, հոգևորականներ, որոնք ազատ հնարավորություն ունեն խոսելու կրոնի, հայ եկեղեցու, դրա պատմության և մշակույթի մասին: Ուղիղ եթերում բավական հաճախ ցուցադրվում են հոգևոր պատարագներ: Սակայն այդ «հոգևոր և մշակութային հարստությունների» հետ շփումը հասանելի է միայն Երևանի և մոտակա մարզերի բնակչությանը[6]: Մյուս մարզերին, փաստորեն, հասանելի չէ տվյալ լրատվամիջոցը: Սակայն պետք է գիտակցել, որ այդ հարցի լուծումը, այնուամենայնիվ, պետք է ստանձնեն զանգվածային լրատվության միջոցները:

Փորձենք վերլուծել տվյալ հարցը՝ մյուս հեռուստաալիքների եթերաշրջանակում: Հաշվի առնելով այն, որ հայ ժողովուրդը առաջինն է ընդունել քրիստոնեությունը որպես պետական կրոն՝ եկեղեցին միշտ կարևոր դեր է ունեցել հայ հասարակությունում: Սակայն այսօր նույն հայ հասարակությունը հեռացել է հոգևոր արժեքներից՝ հոգևոր-բարոյական արժեքների անկում է տեղի ունեցել: Ակներև է, որ այդ հարցում իրենց մեղքի բաժինն ունեն նաև ԶԼՄ-ները, քանի որ լրատվամիջոցները մեծ պատասխանատվություն են կրում լսարանի առջև՝ հոգևոր-մշակութային թեմատիկա-յով տեղեկատվություն տարածելու հարցում: Սակայն հայկական լրատվամիջոցները շատ քիչ են անդրադառնում տվյալ թեմային կամ էլ առհասարակ անդրադարձ չեն կատարում:

Եթերը ողողված է տարատեսակ թոք-շոուներով, ժամանցային հաղորդաշարերով, սերիալներով, որոնք հիմնականում հանցագործ աշխարհի հոգեբանությունն են ուսուցանում հեռուստադիտողներին, մասնավորապես երեխաներին ու երիտասարդներին, և կարծիք է ստեղծվում, որ հոգևոր թեմաների վերաբերյալ հաղորդաշարերի համար այլևս եթերային ժամանակ չի մնում: Եթերում թեմային մեծ մասամբ անդրադարձ է կատարվում միայն եկեղեցական տոների կամ էլ նշանակալից իրադարձությունների ժամանակ: Օրինակ՝ 2011 թ. փետրվարի 28-ին Մայր Աթոռ Ս. Էջմիածնում գումարված ամենամյա քահանայից հավաքի ժամանակ մի հայտարարություն[7] էր արվել, որում եկեղեցին իր մտահոգությունն ու բողոքն էր արտահայտել հասարակության գիտակցության և վարքի մեջ դրսևորվող երևույթների վերաբերյալ, որոնք հոգևոր կյանքի ու ավանդական բարոյական արժեքների տկարացման,

---

[5] Լրագրություն. Ժանրեր, ուսումնական ձեռնարկ, Ստեփանակերտ, 2006, էջ 107:

[6] Այսօրվա դրությամբ հեռուստատեսությունն ունի Երևանի և հարակից մարզերի մոտ 1.5-միլիոնանոց լսարան: Հեռուստաեթերով հեռարձակվում են բազմաթեմատիկ հաղորդաշարեր, այդ թվում՝ պատմության, կրոնների, համաշխարհային հոգևոր-մշակութային արժեքների մասին պատմող բազմաժանր գիտահանրամատչելի հաղորդումներ:

[7] Առաքելական եկեղեցու հայտարարությունը՝ հայկական ընտանիքների վերաբերյալ, 28.II.2011 (news.am):

համաշխարհայնացման ու աշխարհիկացման գործընթացների, սոցիալական և տնտեսական դժվարությունների հետևանքներն են: Եկեղեցին իր հայտարարության մեջ անհատներին, պետական և հասարակական կառույցներին, ինչպես նաև ԶԼՄ-ներին համագործակցության առաջարկություն էր արել՝ իրավիճակը կանխարգելելու նպատակով:

Տվյալ հիմնահարցը «Հեռանկարի» («Շանթ» հեռուստաընկերություն) շրջանակում քննարկման առարկա էր դարձել (փաստորեն, թեմային անդրադարձ է կատարվում լուրջ իրադարձության դեպքում): Նշենք, որ տվյալ հաղորդումը եթեր է հեռարձակվել ժամը 00:30-ին, որի ընթացքում սահմանափակ քանակությամբ լսարան է հավաքվում: Հաղորդման շրջանակում բարձրացվեց հիմնահարցը, ներկայացվեցին տեսակետներ, և տրվեցին որոշ բացատրություններ իրավիճակի կապակցությամբ: Սակայն ժամանակի սղության պատճառով այդպես էլ չլուսաբանվեցին բազմաթիվ հարցեր, և չներկայացվեցին հանգուցալուծումներ: Փաստորեն, տվյալ հաղորդման միջոցով լսարանին պարզապես տեղեկացվեց նման հիմնահարցերի առկայության մասին:

Հոգևոր-մշակութային թեմաների շուրջ լուսաբանման հիմնահարցին ևս մեկ մոտեցում կա. եթե նույնիսկ եթեր է դուրս գալիս հոգևոր-մշակութային բնույթի հաղորդում, ապա միանշանակ կարելի է փաստել, որ թեմային անդրադարձող լրագրողները ոչ լիարժեք պատկերացումներ են ներկայացնում հեռուստադիտողին: Դա կարելի է բացատրել հետևյալով. լրագրողները խորապես չեն ուսումնասիրում ներկայացվող նյութը, և միայն փաստագրական մի քանի տվյալներ «իրար կցելը» դեռ չի նշանակում, որ լսարանին մատուցվել են հավաստի իրողություններ: Լսարանը ստիպված է կատարել ինքնուրույն վերլուծություններ և կազմել սուբյեկտիվ պատկերացում, քանի որ հաղորդումը կամ ռեպորտաժը պատրաստված է միայն մի քանի փաստերի հիման վրա: Որպես օրինակ՝ 12.02.2011 թ. եթեր հեռարձակված «Հատուկ ռեպորտաժ» («Հ1» հեռուստաալիք) հաղորդաշարի «Թակելով երկնի դարպասը» խորագրով հաղորդումը: Տվյալ հաղորդման ստեղծագործական խումբը հաղորդման շրջանակում փորձ էր արել բացահայտելու հոգևոր գաղտնիքներ: Ազդագրերում ցուցադրվում էին, թե տարիների ընթացքում ինչ «բացառիկ» հետաքննություններ են անցկացրել լրագրողները: Իհարկե, նման ամպագոռգոռ ներկայացումը մեծ հետաքրքրություն էր առաջացրել հանդիսատեսի մեջ, և լսարանը անհամբեր սպասում էր հաղորդման եթեր հեռարձակվելուն: Սակայն հաղորդման բովանդակությունը բոլորովին տարբերվում էր սպասվածից: Հաղորդման հիմնական գլխավոր հերոսներն էին գուշակներն ու շոու-բիզնեսի ճանաչված աստղերը: Հարց է ծագում՝ իսկ ուշագրավ հոգևոր ի՞նչ տեղեկություն կամ նորություն կարող են մեզ հաղորդել գուշակներն ու շոու-բիզնեսի ներկայացուցիչները (ըստ հաղորդման բովանդակության՝ մեզ հայտնի է դառնում, որ գոյություն ունեն չար ուժեր և չար ոգիներ: Որքանո՞վ է վերոնշալ տեղեկությունը նորություն հանդիսատեսի համար, կամ ո՞րն է տվյալ պարագայում բացահայտումը: Յուրաքանչյուր հավատացյալի համար գաղտնիք չէ, որ գոյություն

ունի Աստված և հակոտնյա՝ սատանա և չար ուժեր: Այս ամենը ասվում է (այլ ձևակերպումներով) Աստվածաշնչի մեջ: Փաստորեն, լրագրողները առաջ են բերել լսարանի համար հետաքրքիր հարցադրումներ, մեջբերել են ձեռքի տակ ունեցած մի քանի փաստեր, սակայն հանգուցալուծումը և բացահայտումը թողել են գուշակների և ճանաչված աստղերի հիմնավորումներին: Ճիշտ է, լրագրողները իրենց մասնագիտական գործունեության ընթացքում փորձում են հնարավորինս ճշմարիտ լինել և ռեպորտաժներում արժանահավատորեն ներկայացնել իրենց ունեցած բոլոր փաստերը: Սակայն ակներև է, որ հոգևոր-մշակութային բնույթի թեմաները լրատվամիջոցներում և՛ սակավաթիվ են, և՛ հպանցիկ:

Առկա է հոգևոր-մշակութային հարցերի լուսաբանման հիմնախնդիրը: Մոռացության է մատնված հոգևոր դաստիարակությունը: Ուշադրություն ցուցաբերելու դեպքում էլ լսարան նվաճելու նկատառումով եթերը ողողվում է «դատարկ և անիմաստ», ոչ բովանդակալից տեղեկատվությամբ, և ենթադրվում է, որ լուրջ անդրադարձ է կատարվել թեմայի շուրջ:

Նշենք, որ ԶԼՄ-ները պետք է նախնառաջ պահպանեն կրթադաստիարակչական գործառույթը, որի կարևոր «նպատակն է կրթել և դաստիարակել հանրությանը»[8]: Ճիշտ կրթությունը անհրաժեշտ է XXI դարի մշակութային արժեքներին համընթաց քայլելու համար՝ պահպանելով ազգային-հոգևոր նկարագիրը: Հոգևոր-մշակութային թեմաների շուրջ ճիշտ քաղաքականություն վարելու դեպքում ԶԼՄ-ները կարող են նպաստել լսարանի հոգևոր, ազգային, մշակութային աշխարհայացքի ձևավորմանը՝ «ինչը կնպաստի հայրենիքի, ազգային արժեքների հանդեպ սիրո և նվիրվածության ամրապնդմանը և քրիստոնեական կենսակերպի ձևավորմանը»[9]:

ОСВЕЩЕНИЕ ДУХОВНО-КУЛЬТУРНЫХ ТЕМ В АРМЯНСКИХ СМИ

ШАХБАЗЯН Л. Ю.

Резюме

СМИ, и в особенности телевидение, играют важную роль в освещении духовно-культурных тем и имеют огромное воспитующее значение в личностном формировании. Безусловно, журналисты и тележурналисты пытаются озвучивать вопросы духовно-культурной сферы, однако отсутствие глубоких знаний в данной области сказывается на уровне их репортажей и газетных публикаций. Между тем СМИ могут способствовать становлению духовного, национального, культурного мировоззрения аудитории.

---

[8] *Հեռուստատեսության տերմինների և հասկացությունների տեղեկատու բառարան, Ե., 2008, էջ 151:*

[9] http://www.lusamut.net/: *Քրիստոնեական դաստիարակությունը ընտանիքում և հավատքի ձևավորումը երեխաների մոտ:*