ԱՐՎԵՍՏՆ ՈՒ ՄՇԱԿՈՒՅԹԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ

Վերլուծական զեկույց

Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն
Երևան, 2026թ.

Զեկույցը ներկայացնում է «Արվեստի եւ մշակույթի լուսաբանումը հայաստանյան մեդիայում» թեմայով հետազոտության արդյունքները, որը կատարվել է 2025թ-ի սեպտեմբեր-դեկտեմբեր ամիսներին:

Kingdom of the Netherlands
ARé cultural foundation
ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ԱՐՎԵՍՏԻ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ
INSTITUTE FOR CONTEMPORARY ART YEREVAN
MEDIA INITIATIVES CENTER

Այս հետազոտությունը կատարվել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնի կողմից «Արվեստ և լսարան. կամրջելով անջրպետը» ծրագրի շրջանակում:

«Արվեստ և լսարան. կամրջելով անջրպետը» ծրագիրը ԱՐԷ հիմնադրամի և Ժամանակակից արվեստի ինստիտուտի համատեղ ծրագիրն է, որն իրականացվել է 2025-2026թթ-ին Հայաստանում Նիդերլանդների թագավորության դեսպանության դրամաշնորհով:

Ծրագիրը ներառել է նաև մշակութային լրագրության եռամսյա դասընթաց և հանրային դասախոսությունների շարք:

1. Ներածություն

Արվեստ լուսաբանող լրատվամիջոցները Հայաստանում քիչ են, լրագրողները՝ նույնպես: Մշակույթն ու արվետը հայաստանյան մեդիայի օրակարգում հաճախ պատահաբար, իսկ ավելի հաճախ՝ իներցիայով են հայտնվում՝ որպես ոչ կարեւոր, երկրորդային թեմաներ՝ քաղաքականությունից, սոցիալական և անվտանգային խնդիրներից հետո:

Արվեստի և մշակույթի վերաբերյալ հանրային քննարկումները հաճախ մնում են մասնագիտական նեղ շրջանակներում կամ տեղափոխվում են ոչ ֆորմալ հարթակներ և սոցիալական ցանցեր: Խմբագրությունները հիմնականում սահմանափակվում են մշակութային միջոցառումների, իրադարձությունների մակերեսային լուսաբանմամբ: Խորքային հայացք, վերլուծություն արվեստագետների, նրանց գործերի, ժամանակակից արվեստի միտումների, խնդիրների մասին հազվադեպ են հանդիպում:

Հազվադեպ են նաեւ հետազոտություններն արվեստի լուսաբանման վերաբերյալ: Հանրային խոսքում, անգամ՝ բուհական ֆորմալ կրթության ծրագրերում կա նաև տերմինների թյուրըմբռնում՝ արվեստի՞, թե՞ մշակույթի լուսաբանում/լրագրություն, արվեստի լրագրո՞ղ, թե՞ արվեստի քննադատ...

Համարյա չկան նաև թեմայի շուրջ վերլուծական նյութեր: Հետազոտողները հիմնականում անդրադառնում են կա՛մ մեդիայի, կա՛մ մշակույթի խնդիրներին. հազվադեպ են ուսումնասիրվում մեդիայի և արվեստի հարաբերությունները որպես առանձին հետազոտական ոլորտ:

Այս հետազոտությունը նպատակ ունի լրացնել այդ բացը: Համադրելով մեդիա բովանդակության մշտադիտարկումը և ոլորտի մասնագետների հետ անցկացրած խորքային հարցազրույցները՝ այն փորձել է վերլուծել և ձևակերպել արվեստ-մեդիա հարաբերությունների հիմնական խնդիրները, դրանց պատճառներն ու հնարավոր լուծումները:

2. Հետազոտության նպատակն ու խնդիրները

Հետազոտության նպատակն է բացահայտել այն խնդիրները, որոնք խոչընդոտում են որակյալ, խորքային, բազմաշերտ ու բազմազան մշակութային լրագրության զարգացումը հայաստանյան մեդիայում:

Հետազոտության խնդիրներն են.

- Մշտադիտարկել հայաստանյան հինգ լրատվամիջոցի երեք ամսվա մշակութային հրապարակումները՝ պարզելու արվեստին, մշակույթին վերաբերող լուսաբանման ծավալը, որակը, բովանդակությունը,

- ուսումնասիրել մասնագետների փորձն ու կարծիքը՝ հասկանալու ոլորտի խնդիրները և մասնագիտական գիտելիքի, հմտությունների հիմնական բացերը,

- բացահայտել մշակութային լրագրությանն առնչվող մասնագիտական վերապատրաստումների և կրթական ծրագրերի հիմնական կարիքները:

Հետազոտության արդյունքները հիմք կդառնան արվեստի և մշակութային լրագրության ոչ ֆորմալ կրթական ծրագրի մշակման համար՝ նախատեսված լրագրողների, արվեստի, հարակից մասնագիտությունների տեր մարդկանց համար:

3. Հետազոտության մեթոդները

Հետազոտությունն անցկացվել է 2 մեթոդի համադրությամբ՝ մեդիա բովանդակության մշտադիտարկում և առանցքային դերակատարների հետ խորքային հարցազրույցներ:

3.1 Մեդիա բովանդակության մշտադիտարկում: Մշտադիտարկվել են հայաստանյան 5 լրատվամիջոցի մշակույթի և արվեստի թեմաներով հրապարակումները 3 ամսվա ընթացքում ՝ 2025թ-ի սեպտեմբեր- նոյեմբերին:

Լրատվամիջոցների ընտրությունը կատարվել է Խոսքի ազատության և մեդիայի սպառման վերաբերյալ 2024 թ. հետազոտության հիման վրա**:** Առանձնացվել են այն լրատվամիջոցները, որոնք հարցվողների կողմից առավել հաճախ են նշվել որպես տեղեկություն ստանալու աղբյուր, ապա դրանցից ընտրվել են մեծ լսարան և լայն թեմատիկ ընդգրկում ունեցող հետևյալ խմբագրությունները.

- 1lurer.am/ (Հանրային հեռ. լրատվական կայք)
- armradio.am (Հանրային ռադիո)
- news.am
- azatutyun.am («Ազատություն» ռադիոկայան)

Հետազոտության մեջ ներառվել է նաև **Մեդիամաքսը** (mediamax.am)՝ որպես երկար ֆորմատներով մարդակենտրոն լրագրողական պատմություններ ներկայացնող խմբագրություն, որն ունի ոչ մեծ, բայց կայուն լսարան և կարողացել է պահպանել այն տարիների ընթացքում:

Մեդիայի հրապարակումները գնահատվել են հետևյալ քանակական և որակական չափանիշներով.

- թեմատիկ ընդգրկում
- ժանր և ձևաչափ
- լուսաբանման բնույթ, ներկայացման ոճ
- լուսաբանման հավասարակշռվածություն և խորություն
- լսարանի ներգրավվածություն կամ քննարկման պոտենցիալ

3.2 Խորքային հարցազրույցներ: Հետազոտության շրջանակում անցկացվել է 5 խորքային հարցազրույց մեդիայի և արվեստի ոլորտի փորձագետների հետ.

Տիգրան Պասկևիչյան	բանաստեղծ, լրագրող, հասարակական գործիչ
Լիլիկ Ստեփանյան	լրագրող, խմբագիր, դասախոս, Երևանի Վ. Բրյուսովի անվան պետական լեզվագիտական համալսարանի «Միջազգային ժուռնալիստիկայի կենտրոնի» ղեկավար
Գեմաֆին Գասպարյան	գրող, «Բուն» հիմնադրամի գործադիր տնօրեն
Մարինե Կարոյան	երաժիշտ, «ԱՐԷ» մշակութային հիմնադրամի հիմնադիր
Նելլի Ռաֆայելյան	լրագրող, Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն

Խորքային հարցազրույցներն օգնել են հասկանալ ոլորտի խնդիրները ներսից և ձևակերպել մեդիա–արվեստ հարաբերությունների հիմնական մարտահրավերները:

3.3 Հետազոտության սահմանափակումները: Սա փոքրածավալ հետազոտություն է և ունի որոշ սահմանափակումներ, որոնք անհրաժեշտ է հաշվի առնել արդյունքները մեկնաբանելիս:

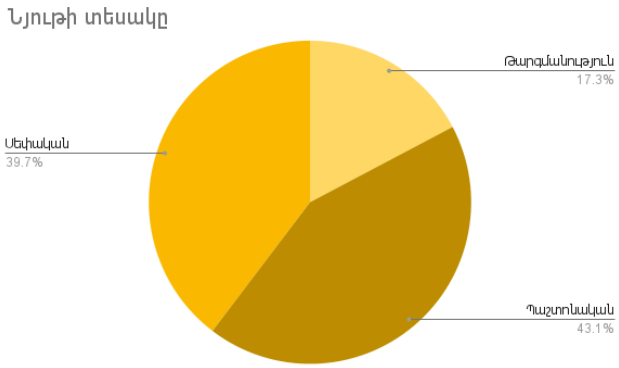
- Մշտադիտարկվել է ընդամենը 5 լրատվամիջոցի 3 ամսվա բովանդակություն: Սա բավարար ծավալ է փոքր հետազոտության համար, բայց կարող է չներկայացնել հայաստանյան մեդիայի մշակութային լուսաբանման բոլոր առանձնահատկությունները:
- Հանրային հեռուստատեսության, Հանրային ռադիոյի և «Ազատություն» ռադիոկայանի դեպքում ուսումնասիրվել է ոչ թե եթերի, այլ կայքերի բովանդակությունը, ինչը կարող է ամբողջությամբ չարտացոլել այս լրատվամիջոցների մշակութային լուսաբանման իրական ծավալը:
- Հետազոտության որակական մասը հիմնված է 5 խորքային հարցազրույցների վրա: Դրանք ներկայացնում են ոլորտի մասնագետների փորձն ու դիտարկումները, սակայն չեն հավակնում արտացոլել արվեստի և մեդիայի դաշտի բոլոր դերակատարների տեսակետները:

- Հետազոտության մեջ չեն ընդգրկվել մասնագիտացված կամ նիշային լրատվամիջոցները, որոնց բովանդակության մեջ մշակույթի և արվեստի լուսաբանումը կենտրոնական տեղ է զբաղեցնում: Այս հետազոտության նպատակն է ուսումնասիրել, թե ինչպես են արվեստի թեմաները ներկայացվում ընդհանուր (mainstream) լրատվամիջոցներում:

4. Քանակական պատկեր. ինչ է տեսնում լսարանը

4.1 Ընդհանուր ցուցանիշներ: 2025-ի աշունը հագեցած էր մշակութային տարբեր իրադարձություններով՝ փառատոններ, համերգներ, համաժողովներ: Այս ամենն արտացոլվել է մշտադիտարկված մեդիա հարթակների լրահոսում՝ հիմնականում պաշտոնական հաղորդագրությունների, կարճ լուրերի, երբեմն՝ հեղինակային ռեպորտաժների ձևով: Ֆորմալ առումով կարելի է ասել, որ որևէ մեծ մշակութային իրադարձություն մեդիայի ուշադրությունից դուրս չի մնացել: Սակայն խմբագրությունները սահմանափակվել են միայն իրադարձության մասին տեղեկություն հրապարակելով՝ առանց թեման հետագայում զարգացնելու կամ խորացնելու:

Մշտադիտարկման երեք ամիսներին (2025թ. սեպտեմբեր–նոյեմբեր) ուսումնասիրված 5 լրատվամիջոցում մշակույթի և արվեստի թեմայով 591 նյութ է հրապարակվել: Դրանց մեծ մասը, մոտ 75 տոկոսը, իրադարձային լուսաբանումներ են, հիմնականում լուրեր (63%):



Նյութերի 40%-ը պաշտոնական տեքստերի վերահրապարակումներ են (հիմնականում՝ մամուլի հաղորդագրություններ):
Սեփական արտադրանքը 21%-ն է. դրանց 6%-ն ավելի խորքային, հետաքննական նյութեր են, 13%-ը՝ ճանաչողական:

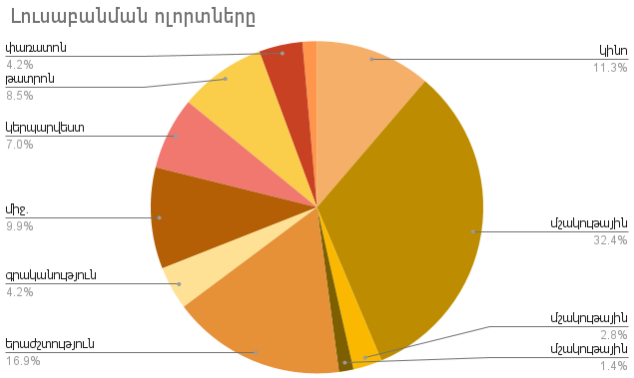
Ոլորտային առումով մշտադիտարկված հրապարակումները առավել հաճախ անդրադարձել են

- մշակութային ժառանգությանը (պատմամշակութային հուշարձաններ, թանգարաններ, ցուցադրություններ) - 32%
- երաժշտությանը (համերգներ, փառատոններ, հյուրախաղեր) -16.9%

Մշակութային քաղաքականության և ոլորտի կառավարմանը վերաբերող նյութերը համեմատաբար քիչ են: Այդ թեմային առավել հաճախ անդրադարձել է «Ազատություն» ռադիոկայանը (45.5%):

Ամենաքիչը լուսաբանվել է ժամանակակից արվեստը, այն շարունակում է մնալ մեդիայի ուշադրության լուսանցքում:

4.2 Գերակշռող ձևաչափերը և ժանրերը: Լրատվամիջոցների օնլայն հարթակներում այժմ հազվադեպ են միայն մեկ ձեւաչափով հրապարակումներ հանդիպում: Շատ դեպքերում նյութերը ներկայացվում են մի քանի բաղադրիչի համադրությամբ՝ տեքստ-ֆոտո-վիդեո: Սակայն մշտադիտարկումը ցույց է տալիս, որ այդ բաղադրիչները հաճախ կրկնում են իրար: Միայն Մեդիամաքսի հատուկ ռեպորտաժներում և նախագծերում է, որ ֆոտոշարքն ու տեքստը լրացնում են միմյանց՝ ավելի հարուստ ու բազմաշերտ դարձնելով պատմությունը:



Ընդհանուր առմամբ՝ մշտադիտարկված նյութերում քիչ են օրիգինալ, կրեատիվ վիզուալներն ու ձևավորումները, ինչը կարող էր արվեստի մասին նյութերին լրացուցիչ ուշագրավություն հաղորդել:

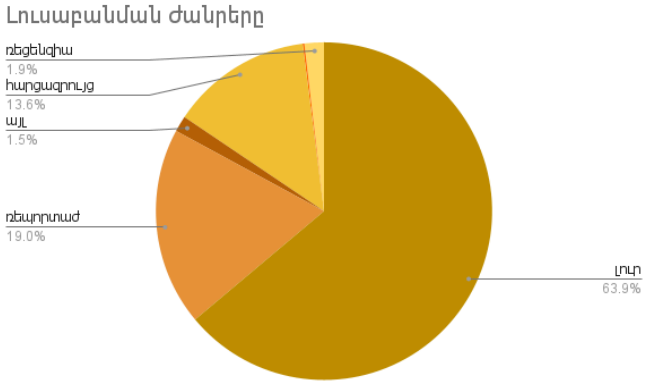
Մշակույթի մասին լրատվամիջոցների հրապարակումներում գերակշռում են լրատվական ժանրերը:

«Ազատություն»-ում գերակշռում են հատուկ ռեպորտաժները՝ 58. 3 %, լուրերը՝ 8.3%:

news.am-ի նյութերի 94.8%-ը լուրեր են,

Հանրային ռադիոյի կայքում պատկերը համեմատաբար բազմազան է՝ լուրե**ր** (50%), հաղորդում (39.1%), ռեպորտաժ (10. 3%)

Առաջինի լրատվական կայքում լուրերը 55.3%-ն են,



ռեպորտաժները՝ 41.6%, հարցազրույցը՝ 2 %,

Ժանրային առավել մեծ բազմազանություն ունի Մեդիամաքսը՝ ռեպորտաժ (28.2 %), լուր (28.2%), ռեցենզիա՝ (23.1%), հարցազրույց (10. 3%), ինչպես նաև՝ էսսեներ (5.1%) և վերլուծություն (2.6%):

Արվեստին եւ մշակույթին նվիրված առանձին շարքեր եւ հաղորդումներ ունեն Հանրային հեռուստատեսությունը եւ Հանրայն ռադիոն: Դրանք հիմնականում հարցազրույցներ կամ կարճ ճանաչողական ակնարկներ են՝ արվեստի մարդկանց, գործերի, թանգարանների, պատմամշակութային հուշարձաններ մասին: Քիչ են խորքային քննարկումներն ու բանավեճերը՝ շահագրգիռ կողմերի, այդ թվում՝ լսարանի ներգրավմամբ:

Հանրային ռադիոն արվեստին և մշակույթին նվիրված 4-6 հեղինակային հաղորդաշար ունի՝ ստուդիայում հարցազրույցի ֆորմատով: Այդ զրույցներում հաճախ կարևոր խորքային խնդիրներ են հնչում, սակայն դրանք հետագայում բավարար հնչեղություն չեն ստանում: Հանրային ռադիոյի լրատվական խմբագրությունն, օրինակ, հազվադեպ է այս հաղորդաշարերի եթերում բարձրաձայնված խնդիրը, հարցադրումը լրագրողական հետաքննության կամ հատուկ ռեպորտաժի թեմա դարձնում: Մի բան, որ ընդունված պրակտիկա է միջազգային լրատվամիջոցներում և քիչ հանդիպող գործելաոճ հայաստանյան խմբագրություններում::

4.3 Լուսաբանման բնույթը և որակը: Արվեստի և մշակույթի լուսաբանումը մեծ մասամբ իրադարձային է: Հազվադեպ են դեպքերը, երբ լրատվամիջոցն առանց որևէ առիթի անդրադառնում է այս կամ այն մշակութային թեմային: Խմբագրությունները հիմնականում սահմանափակվում են իրադարձության մասին տեղեկություն փոխանցելով, մինչդեռ առավել կարևոր է թեմայի շուրջ համատեքստ, բացատրություն կամ տարբեր դիտանկյուններ, ներկայացնելը:

Տարբերվում է Մեդիամաքսի մոտեցումը. այստեղ նույնիսկ իրադարձային նյութերը ավելի լայն համատեքստով են մատուցվում, օրինակ՝ Գրքի Երևանյան փառատոնի օրերին խմբագրությունը նոր գրքերի մասին քննարկումներին անդրադառնում է ոչ թե լուրի, այլ փոքր գրախոսականների ձևաչափով՝ կենտրոնանալով ոչ թե իրադարձության, այլև քննարկումների բովանդակության վրա:

«Ազատություն» ռադիոկայանը մշակութային թեմաներ լուսաբանում է հիմնականում այն դեպքերում, երբ որևէ խնդիր կամ քաղաքական համատեքստ կա. մշտադիտարկված նյութերի մոտ կեսը պրոբլեմային (խնդրահարույց) բնույթ են կրում:

Ամփոփելով քանակական վերլուծության արդյունքները՝ արձանագրենք ընդհանուր (mainstream) մեդիայում արվեստի լուսաբանման հիմնական խնդիրները.

- Մեծ մասամբ վերարտադրվում կամ վերատպվում է պաշտոնական տեղեկատվությունը՝ առանց լրացուցիչ վերլուծության կամ համատեքստի:
- Գրեթե բացակայում են քննադատական կամ մարդակենտրոն պատմությունները (storytelling):
- Միայն իրադարձության փաստն արձանագրող լուսաբանումը չի նպաստում արվեստի բովանդակային ընկալմանը:
- Պրոբլեմների մասին խոսվում է, երբ մշակույթը հայտվում է քաղաքական կամ հանրային սկանդալների կիզակետում:

5. Որակական պատկերը. ինչ են բացահայտում խորքային հարցազրույցները

Հետազոտության շրջանակում անցկացված խորքային հարցազրույցներն ուրվագծում են արվեստի լուսաբանման որակական պատկերն ու բացահայտում համակարգային խնդիրներ խմբագրական առաջնահերթությունների, լրագրողների մասնագիտացման, կրթական բացերի, լեզվամտածողության, ինչպես նաև՝ արվեստի և մեդիայի միջև ոլորտային կապերի մակարդակում:

5.1. Մշակույթը՝ երկրորդական թեմա խմբագրության և հանրային օրակարգում

Հայաստանյան լրատվամիջոցներում մշակույթը չի դիտարկվում որպես խմբագրական օրակարգի առաջնահերթ ուղղություն կամ հասարակության կյանքի լիարժեք ոլորտ: Այն ավելի շուտ ընկալվում է որպես հիմնական լրահոսի հավելված: Սա է նաեւ պատճառը, որ մեդիան արձանագրում է իրադարձությունը, բայց չի զարգացնում այն՝ չի տալիս համատեքստ, չի բացում խնդիրը, չի վերադառնում թեմային հաջորդ օրերին:

Նելլի Ռաֆայելյանը հիշում է, որ երբ խմբագրությունում նոր լրագրող էր հայտնվում, նրան հիմնականում ուղարկում էին մշակույթ լուսաբանելու. դա համարվում էր «ամենաանշառ» թեման: Իսկ եթե խմբագրի սպասելիքը ոլորտից «անշառ» է, այդպես է կառուցվում նաև լրագրողի լուսաբանումը `«Քո պրիզման էլ է առանց խնդիր դառնում:»:

Գեմաֆին Գասպարյանը հաստատում է՝ եղել է նման պրակտիկա. եթե խմբագրությունը կասկածում էր, որ լրագրողը կարող է լրատվական կամ քաղաքական թեմաներ լուսաբանել, ասում էր՝ մշակույթի մասին գրիր: Մինչդեռ հակառակը պիտի լիներ. «Քաղաքական անցուդարձի մասին կարող ես ինչ-որ բան

հորինել, բայց մշակութային կոնտենտի դեպքում պիտի հասկանաս նաև կոնտեքստը»:

Տիգրան Պասկևիչյանը բացատրում է, թե որտեղից է գալիս այդ պրակտիկան. «Սովետական ժամանակներում մշակույթից բացի ուրիշ հետաքրքիր թեմա չկար լրագրողի համար՝ քաղաքականությունը ձանձրալի էր, տնտեսություն, բիզնես չէր քննարկվում... Այն ժամանակ պատվաբեր (պրեստիժնի) էր լինել մշակութային լրագրող՝ Խորեն Աբրահամյանի հետ շփվել, արվեստի մարդկանց տեսնել»:

Այսօր առաջնահերթությունները փոխվել են: Լրագրողների համար հիմա ավելի «պատվաբեր» է շփվել պաշտոնյաների, քաղաքական գործիչների հետ քան արվեստագետների:

Սա խոսում է ընդհանուր առմամբ հասարակության մեջ արվեստի տեղի ու դերի մասին: Անկախության տարիներին պետությունը հիմնականում անտարբեր, երբեմն էլ՝ անլուրջ վերաբերմունք է դրսևորել մշակույթի նկատմամբ: Արդյունքում, նույն վերաբերմունքը ձևավորվել է նաև հասարակական մակարդակում:

> «Արվեստի նկատմամբ այսօր լուրջ պահանջարկ չկա,- ասում է Լիլիկ Ստեփանյանը, - Այս երկիրը լուրջ խնդիրներ ունի՝ դեռ մինչև արվեստը: Ես գուցե դրանք կդնեի արվեստից հետո, բայց երկրի կառավարիչները դրանք արվեստից առաջ են դնում:»

Հայաստանում կյանքը չափազանց քաղաքականացված է. երբ հասարակական կյանքի բոլոր խնդիրները դիտարկվում են քաղաքական պրիզմայով, մշակույթի բովանդակային հարցերը դուրս են մնում ուշադրությունից: Մյուս կողմից՝ Մարինե Կարոյանը նկատում է, որ ժամանակակից արվեստն էլ այսօր պրոբլեմատիկ թեմաների հետ է աշխատում. «Իր սիմվոլներով, իր բառարանով ցույց է տալիս այն լուրջ խնդիրները, որ հասարակություններն ունեն»:

Տնտեսություն, խոսքի ազատություն, բռնություն, էկոլոգիա՝ ամեն ինչին կարող է անդրադառնալ ժամանակակից արվեստը, բայց լրագրողը հազվադեպ է գնում արվեստագետի մոտ այս խնդիրների հետևից: Արվեստը մեդիայում «տեսանելի» է դառնում միայն այն ժամանակ, երբ կա քաղաքական համատեքստ կամ սկանդալ, ինչպես օրինակ Պարույր Սևակի հուշարձանի կամ «Ցանկապատը» ներկայացման շուրջ քննարկումների դեպքում:

Արվեստի քննադատ Վարդան Ջալալյանը իր հոդվածներից մեկում ևս մի հանգամանքի վրա է ուշադրություն դարձնում. «Չնայած համաշխարհային ճգնաժամին, արվեստը Արևմուտքում դեռ մնում է էլիտային սպառման ապրանք: Քիչ է լավ առանձնատուն կամ ավտոմեքենա ունենալ, հարկավոր է հասկանալ արվեստը և ունենալ արվեստի արժեքավոր գործեր: Սակայն հայաստանյան վերնախավը հետաքրքրություն չի ցուցաբերում արվեստի նկատմամբ, բացի մի քանի էլիտային միջոցառումներին մասնակցելը: Արվեստը հասկանալը թանկ ավտոմեքենա գնել չի, այն պահանջում է լուրջ պատրաստություն: Այդպես

պրեստիժային վերնախավը իրեն առանձնացնում է կասկածելի եղանակով հարստացածներից:»:

Այսպիսիով, քանի դեռ չկա պետության, հասարակության, էլիտաների կողմից մշակույթի իմաստի, նշանակության ավելի խորքային ընկալումը, մշակույթի հարցերի նկատմամբ մեդիայի վերաբերմունքն էլ մնում է մակերեսային:

Լիլիկ Ստեփանյանը, որ տարբեր հեռուստաընկերություն է աշխատել, հիշում է, որ նույնիսկ խոշոր խմբագրությունները հազվադեպ էին մշակույթի լուսաբանման համար առանձին ռեսուրսներ հատկացնում. «Ասում էին՝ մենք հազիվ հասցնում ենք քաղաքականություն և տնտեսություն լուսաբանել: Այդքան ռեսուրս չունենք, որ մշակույթ լուսաբանենք»: Արդյունքում, մշակութային թեման եթերում հայտնվում էր միայն այն ժամանակ, երբ որևէ խոշոր իրադարձություն էր կատարվում:

> «ժամանակակից աշխարհում օրակարգերը ձևավորում են այն ոլորտները, որոնք գումար են գեներացնում, օրինակ՝ SS ոլորտը: Իսկ արվեստը գումար չի գեներացնում:» Մարինե Կարոյան

Գեմաֆին Գասպարյանի կարծիքով՝ եթե լրատվամիջոցն արվեստ լուսաբանելու առաքելություն չունի, ինչպես օրինակ Բուն TV-ին, ապա դժվար լուսաբանի այն: Մեյնսթրիմ մեդիան գնում է հնարավորինս քիչ ջանքով, շատ փող աշխատելու տարբերակով:

> « Նորմալ որակյալ մշակութային կոնտենտ ստեղծելը ջանքն է, գիտելիքը է, ֆորմայի իմաստով էլ հաճախ այնքան էլ հետաքրքիր չէ մեծ լսարանին: Ավելի լավ է՝ այդքան փող ծախսեն, մի համերգային մրցույթ կազմակերպեն, ինչը իրենց մեծ օգուտ կբերի»

Մասնագիտացած լրատվամիջոցը կարող է կոմունիկացնել արվեստի թեմաները լսարանի հետ և խորքային փոփոխությունների հասնել, եթե բավարար ֆինանսական միջոցներ ունենա: Բուն TV-ի հաղորդումները, որոնք հրապարակման պահին քիչ լսարան են ունենում, հետո, ժամանակի ընթացքում, մեծ դիտումներ են հավաքում:

> «Մենք երկար ժամանակի մեջ ենք գնահատում մեր հաղորդումների ազդեցությանը: Չենք նեղվում, որ, հրապարակման պահին քիչ են դիտում: Մենք շարքեր ունենք, որ մի *10* տարի առաջ ենք դրել, *200* հոգի է նայել, հիմա՝ *20000* դիտում ունի: Արվեստը նիշային լսարանի համար է՝ անկախ ամեն ինչից՝ Հայաստանում կլինի, որտեղ ուզում է լինի: Կարևորը հնարավորինս լայնացնելն է լսարանը:»

Միաժամանակ, Գեմաֆին Գասպարյանը կարծում է, որ այս ֆունկցիան պետք է առաջին հերթին Հանրային հեռուստաընկերությունը վերցներ իր վրա, քանի որ հանրային ֆինանսավորում է ստանում դրա համար. «Բայց Հանրայինը

հիմնականում միջոցառում է լուսաբանում, մեկ էլ՝ տարբեր շոուներ է կազմակերպում: Բովանդակային առումով բան չի անում»:

Ֆորմալ առումով Հանրային հեռուստաընկերությունը ապահովում է մշակութային բովանդակության որոշակի ծավալ իր եթերում (օրենքը հստակ ժամաքանակ կամ կատարողական չի սահմանում), սակայն չունի հստակ կոնցեպտ կամ ռազմավարություն այս հարցում: Հեռուստաընկերությունը դեռ չի հրապարակել 2025թ-ի գործունեության տարեկան հաղորդումը: 2024թ-ի տվյալներով՝ մշակութային բովանդակությունը հեռարձակած հաղորդումների ընդհանուր ծավալի 15- 21% -ն է կազմել (Առաջին ալիք՝ 21%; Առաջին լրատվական՝ 15 %): Այս քանակի մեջ Հանրայինը ներառում է ինչպես հաղորդաշարեր՝ «5 րոպե արվեստ»; «Թանգարանում»; «Ընկերներ»; «Էթնոգույներ»; «Բաց երկինքի տա»; «Ազդագիր», «Մշակութային լուրեր», այնպես էլ՝ ֆիլմեր, հեռուստաթատրոն, մշակութային միջոցառումների, մրցանակաբաշխությունների, հոբելյանական երեկոների, փառատոնների հեռարձակում և այլն:

Մշակութային բովանդակությունն այսօր դժվար է մրցում քաղաքական, սոցիալական կամ ժամանցային թեմաների հետ: Չնայած հետազոտությունների մեջ մարդիկ ցանկություն հայտնում են ավելի շատ մշակութային հաղորդումներ ունենալ, բայց Գեմաֆին Գասպարյանի կարծիքով քչերն են իրականում դիտում դրանք:

> «Նույնիսկ դասական մշակութային կոնտենտը էդքան էլ լավ չի դիտվում, իսկ ժամանակակից արվեստի հետ կապված կոնտենտը ավելի մարգինալացված է: Ավելի շատ նայում են փոփ մշակույթ, ավելի շատ՝ երաժշտություն, բայց ոչ, ասենք, ժամանակակից կլասիկա (փոփարտ լոգիկայով), ավելի շատ՝ կինո, բայց ոչ՝ հայկական, նեթֆլիքսոտ ֆիլմեր:»
> Գեմաֆին Գասպարյան

Սա չի նշանակում, որ մշակութային բովանդակության պահանջարկ հանրության մեջ ընդհանրապես չկա: Սոցիալական ցանցերում փոքր, բայց կայուն համայնքներ կան, որոնք արձագանքում են արվեստի մասին տարբեր գրառումներին: Երբեմն ֆեյսբուքում ավելի հետաքրքիր գրառումներ, քննարկումներ են լինում, քան պաշտոնական արվեստային կայքերում: Այսինքն՝ ճիշտ չէ ասել, որ պահանջարկ ընդհանրապես չկա. ավելի ճիշտ կլինի ասել, որ այն նեղ է, մասնատված, ձևավորվում է մեդիայից դուրս հարթակներում և դեռ չի դարձել խմբագրությունների համար տեսանելի կամ տնտեսապես գրավիչ:

Նելլի Ռաֆայելյանը ևս մի կարևոր շերտ է ավելացնում այս խոսակցությանը՝ լրագրողը պետք է արվեստագետի արածից գտնի այն միտքը, որը կարևոր է հանրության համար, և փոխանցի մարդկանց, այսինքն՝ պահանջարկի «պասիվ սպասարկումից» անցնի «պահանջարկի ձևավորման». լավ մշակութային լրագրությունը պարզապես արձագանքող չէ, այն նաև պահանջարկ ձևավորող է:

5.2 Լուսաբանման խնդիրներն ու բովանդակային բացերը

Խորքային հարցազրույցների բոլոր մասնակիցների կարծիքով՝ այսօր մշակութային թեմաների լուսաբանման մեջ գերակշռում է ֆորմալ մոտեցումը, Նելլի Ռաֆայելյանի բնորոշմամբ՝ գրում են գալըչկայի համար:

> «Բոլորն են գալըչկա դնում. արվեստագետը իր հերթին է գալըչկա դնում, լրագրողը իր հերթին: Ամեն ինչի ֆորմալ կողմն է մնացել, բովանդակության մեջ չենք թաթախվում, չենք ուզում խորանալ:»

Նյութերը հիմնականում արձանագրում են՝ ինչ տեղի ունեցավ, չեն ասում, թե ինչու է դա կարևոր: Լիլիկ Ստեփանյանն օրինակ է բերում ֆիլմի շնորհանդեսի մասին նյութից՝ կարմիր գորգ, գեղեցիկ լուսանկարներ, շամպայն, հիացական խոսքեր, և վերջ: Ոչ մի խոսք այն մասին, թե ինչ խնդիրներ է ֆիլմը բարձրացնում, ում է ուղղված, արժե՞ արդյոք այն դիտել, թե՞ ոչ:

> «Լավագույն դեպքում՝ լրագրողը անդրադառնում է ինչ-որ միջոցառման և լավագույն դեպքում՝ լավ է լուսաբանում այն: Բայց արվեստի ընդհանուր զարգացումը, որը հասարակության զարգացման ընդհանուր տրամաբանության մեջ է, դուրս է մնում, չկա:» Մարինե Կարոյան

Հայաստանյան մեդիայում այսօր գրեթե բացակայում են քննարկումները մշակույթի զարգացման, կառավարման, մշակութային քաղաքականության մասին: Չկան նյութեր ոլորտում ծախսվող միջոցների արդյունավետության, ռազմավարական հարցերի, մասնագետների պակասի, մշակութային ենթակառուցվածքների մասին:

Մշակույթը հաճախ նույնացվում է միայն հոգևոր ժառանգության՝ խաչքարերի, եկեղեցիների հետ, մշակութային այլ շերտերը մնում են չբացահայտված: Եվ ամենակարևորը՝ հազվադեպ են արվեստի բովանդկաության մասին նյութերը, մեդիան չի կարողանում արվեստի գործը հանրայնացնել, «թարգմանել» մարդկանց համար:

Արվեստի քննադատության, ռեցենզիայի ժանրի հետ կապված էլ լուրջ խնդիրներ կան:

Լիլիկ Ստեփանյանն ասում է, որ մենք չունենք դասական գրախոսության՝ ռեցենզիայի ժանր: Հեղինակները հաճախ խուսափում են այդ ժանրից, արդյունքում լսարանը զրկվում է ուղղորդող, բացատրող մասնագիտական խոսքից:

Տիգրան Պասկևիչյանը խնդիրն ավելի սուր է նկարագրում. ցանկացած քննադատական խոսք հաճախ ընկալվում է որպես մարդուն նեղացնել: Որևէ արձանի, ցուցահանդեսի, մշակութային նախագծերի շուրջ հանրային խոսքում բուն գործի մասին քննարկումները արագ տեղափոխվում են անձնական հարաբերությունների հարթություն: Իրական դժգոհությունները մնում են կուլիսների հետևում, իսկ հրապարակային տեքստերը դառնում են միակողմանի դրական («դիֆերամբներ»); Նաեւ այս «գավառական» մոտեցումն է պատճառը, որ չի զարգանում արվեստի հարցերի շուրջ բանավեճը և արվեստի քննադատությունը:

Փորձագետները ևս մի կարևոր հանգամանք են նկատում ՝ արվեստագետների շրջանում քիչ է նաև մասնագիտական հարցերի շուրջ ռեֆլեքսիան, սեփական գործին քննադատաբար նայելու մշակույթը:

> «Մենք չունենք անհրաժեշտ քննադատական մտածողություն և կրթական մակարդակ: Այս երկուսը ոչ միայն արվեստին են վերաբերում, այլ մեր կյանքի բոլոր ոլորտներին:» Տիգրան Պասկևիչյան

5.3 Արվեստը և մեդիան «խոսում են» տարբեր լեզուներով

Արվեստը մեդիայում հաճախ կա՛մ չափազանց բարդ է ներկայացվում, կա՛մ չափազանց պարզունակ: Երկու դեպքում էլ լսարանը չի ստանում այն բովանդակությունը, որը կօգներ նրան հասկանալ արվեստը:

> «Ժամանակակից արվեստի ստեղծագործությունը մինչև չթարգմանվի, չխոսվի, հնարավոր է՝ չհասկանան: Արվեստ լուսաբանելիս անհրաժեշտ է նախապես պատրաստվել, խորանալ թեմայի մեջ**:** Ժամանակակից արվեստը գեղեցկության մասին չէ, այլ միտքը տեղ հասցնելու մասին է:» Մարինե Կարոյան

Ժամանակակից արվեստը փոխել է իր արտահայտչամիջոցներն ու «բառապաշարը»՝ դառնալով ավելի կոնցեպտուալ և համատեքստային: Իսկ մեդիան շարունակում է խոսել «սովետական» ֆորմալ բյուրոկրատական լեզվով:

> «Արվեստագետների լեզուն փոխվել է, լրագրության լեզուն մնացել է նույնը. դաշտում չկա մեկը, որ այդ գնդակը բռնի ու փոխանցի:» Տիգրան Պասկևիչյան

Լիլիկ Ստեփանյանը հակառակ կողմից է նայում խնդրին. լեզուն խրթին է, որովհետև լրագրողն էլ մինչև վերջ չի հասկանում՝ ինչի մասին է գրում:

> «Երբ լրագրողը վախենում է մի բանից, չի հասկանում, փորձում է թաքնվել դժվար եզրույթների, բառերի հետևում»:

Գեմաֆին Գասպարյանն ասում է, որ վերջին 20 տարում արվեստի մասին հայերեն մասնագիտական բառապաշարում հազիվ երկու նոր եզրույթ է ներմուծվել՝ խոսույթն ու պատումը: Առանց թարգմանական նյութերի և արդիական եզրույթների ակտիվ շրջանառության, արվեստի լեզուն չի դառնա հասարակության մտածողության մաս:

> «Արվեստի իրադարձությունը պահանջում է ժամանակակից լեզու, որին պետք է արվեստին համարժեք ոգի հաղորդել: ,- գրում է Վարդան Ջալոլյանը, - Լրագրողը պետք է գրի հանրամատչելի, բայց կարողանա նաև փոխանցել արվեստի ոգին: Արվեստի լավ լրագրող լինելու համար հարկավոր է սիրել արվեստը, այն կդրդի լրագրողին ավելի լավ հասկանալ այն:»

6. Ում վստահել արվեստի լուսաբանումը՝ լրագրողնե՞րին, թե՞ արվեստագետներին

Խորքային հարցազրույցներում ձևակերպված մյուս առանցքային խնդիրը լրագրողների մասնագիտական պատրաստվածություն է և գիտելիքի պակասը:

Լրագրողը, որ գրում է արվեստի մասին, պետք է իմանա ոչ միայն արվեստի հիմունքները, տարբերակի լավ ու վատ արվեստը, կարողանա որոշել ճիշտ -իզմը, այլ նաև ծանոթ լինի արվեստի դաշտում գործող ներքին մեխանիզմներին:

Գեմաֆին Գասպարյանը նշում է, որ լրագրողները հաճախ պարզապես չեն ճանաչում դաշտը՝ չգիտեն՝ ինչ է տեղի ունեցել նախկինում, ինչ միտումներ կան հիմա, և հատկապես ինչ է փոխվել 1990-ականներից հետո՝ ժամանակակից արվեստում: Նրա դիտարկմամբ՝ ավագ սերնդի լրագրողների խնդիրը հին մոտեցումներն են, իսկ երիտասարդներինը՝ գիտելիքի պակասը:

Բուն TV-ին գերադասում է ոչ թե լրագրողների, այլ արվեստի մարդկանց ներգրավվել հաղորդումներում: Փորձել են աշխատել լրագրողների հետ, բայց հասկացել են, որ դա ավելի երկար ճանապարհ է, քան «երբ արվեստաբաններն են դառնում լրագրող և ոլորտը հանրայնացնող:»

Լիլիկ Ստեփանյանն ասում է, որ լրագրության ֆակուլտետները պարզապես չենք պատրաստում այնպիսի լրագրողներ, որոնք կարող են լուսաբանել արվեստի իրողություններն ու իրադարձությունները: Նա դասավանդում է «Արվեստի լուսաբանում» առարկան Բրյուսովի անվան լեզվաբանական համալսարանում, իր ասածը հիմնավորում է սեփական փորձից դիտարկումներով. «Եթե լրագրողը չունի մշակութային նվազագույն հենք, դժվար է նրանից սպասել ճիշտ հարցեր, լավ համատեքստ կամ հասկանալի խոսք: Ընդ որում, արվեստի մասին այս նվազագույն հենքով ուսանողը դպրոցից պետք է գար բուհ, ոչ թե բուհում այս գիտելիքը ձեռք բերեր: Սակայն ուսանողների կրթական մակարդակը բոլոր ոլորտներից, այդ թվում

նաև արվեստից, շատ ցածր է»: Իր գիտական հոդվածում Լ. Ստեփանյանը առաջարկում է «Արվեստի լուսաբանում» առարկան անցնել ոչ թե մեկ կիսամյակ, այլ առնվազն երեք տարի, որ ուսանողները զուգահեռ ծանոթանան արվեստի հիմնական ճյուղերին և կոնցեպտներին:

Մարինե Կարեյանն այս հարցին այլ շեշտադրում է ավելացնում՝ արվեստ լուսաբանող լրագրողը պարտադիր չէ, որ արվեստաբան լինի, բայց պարտադիր է, որ հետաքրքրված լինի արվեստով, և պատրաստ լինի անընդհատ սովորելու:

Լրագրողական ունիվերսալիզմը արվեստի լուսաբանման դեպքում կիրառելի չէ: Արվեստը հասկանալու և դրա մասին հետաքրքիր ու հասկանալի պատմելու համար ոլորտային գիտելիք է անհրաժեշտ: Թե ինչպես ձեռք կբերեն արվեստի մասին գրող հեղինակներն այս գիտելիքը, այլ խնդիր է:

Խորքային հարցազրույցներում հնչած մտահոգությունները ցույց են տալիս, որ արվեստի և մշակույթի լուսաբանման խնդիրները հայաստանյան մեդիայում համակարգային են և հաճախ փոխկապակցված իրար հետ:

Արվեստը խմբագրական օրակարգում սովորաբար երկրորդական թեմա է, ոլորտային պատրաստվածություն ունեցող լրագրողները քիչ են, քննադատական խոսքը թույլ է, իսկ ժամանակակից արվեստի լեզուն հաճախ «չի թարգմանվում» լայն լսարանի համար: Արդյունքում, մեդիան հիմնականում արձանագրում է մշակութային իրադարձությունները, բայց հազվադեպ է դրանք վերածում հանրային քննարկման, վերլուծության կամ կրթական բովանդակության:

Այս խնդիրների հաղթահարման համար անհրաժեշտ է աշխատել մշակութային լրագրության զարգացման, մեդիայի և արվեստի ոլորտների համագործակցության ընդլայնման, ինչպես նաև՝ արվեստի թեմաների ներկայացման նոր ձևաչափերի ներդրման ուղղությամբ:

7.Լուծումներ, Առաջարկություն

Խորքային հարցազրույցներում առաջարկված լուծումները երկու հիմնական ուղղություն ունեն՝ կրթություն, մասնագիտացում և մեդիայի հետ աշխատանքի և կապերի բարելավում:

7.1. Կրթություն եւ մասնագիտացում: Փորձագետների առաջարկները ենթադրում են մասնագիտական կրթության նպատակների և մոդելների մասնակի վերակազմակերպում և աշխատանք երկու տարբեր թիրախային խմբերի հետ.

- **արվեստագետների, որոնք ցանկանում են և կարող են ներգրավվել մեդիա արտադրության մեջ**: Արվեստի ոլորտի մարդիկ ավելի լավ են հասկանում թեման և կարող են ստեղծել ավելի խորքային բովանդակություն: Այս մոտեցման հաջողված օրինակ է Բուն TV-ն, որտեղ հաղորդումների ստեղծմանը հաճախ մասնակցում են հենց արվեստի ոլորտի մասնագետները:
- **լրագրողների, որոնք ցանկանում են խորանալ արվեստի լուսաբանման մեջ:** Ի տարբերություն արվեստագետ հեղինակների՝ լրագրողները կկարողանան «դրսից հայացքով» տեսնել, ներկայացնել, «թարգմանել» արվեստը լայն լսարանի համար:

Կարևոր է նշել, որ այս երկու ուղղությունը ոչ թե փոխարինում, այլ լրացնում են իրար:

Որպես արդյունավետ մոդելներ կարող են դիտարկվել.

Ֆորմալ կրթության համար

- Բուհերում արվեստի լուսաբանման հեղինակային ծրագրերի ներդնումը և ընդլայնումը՝ ներգրավվելով շահագրգիռ կազմակերպությունների որպես կոնկրետ պրոդուկտների պատվիրատուներ (օրինակ՝ թանգարանի, թատրոնի, փառատոնի համար օնլայն ռեսուրսների, կայքերի ստեղծում, վիրտուալ ցուցադրությունների, արվեստի կրթական խաղերի գաղափարների մշակում և իրականացում և այլն) :

- Բուհերում միջմասնագիտական մագիստրոսական ծրագրերի գործարկումը, որտեղ մի կողմից՝ արվեստագետները կսովորեն լրագրություն, մյուս կողմից՝ լրագրողները՝ արվեստաբանություն, երաժշտություն, կինո և այլն:

Ոչ ֆորմալ կրթության համար

- Լրագրողների, արվեստաբանների, նաև՝ արվեստի բուհերի ուսանողների համար թիրախային կրթական ծրագրերի իրականացումը: Օրինակ՝ արվեստ լուսաբանողների համար ամենամյա դպրոցներ, ինչի արդյունքում նոր մասնագետներ կմտնեն դաշտ:

- Լրագրողների և արվեստագետ հեղինակների համատեղ աշխատանքի ձևաչափերի և հնարավորությունների ստեղծումը: Օրինակ, բովանդակության ստեղծման հատուկ նախագծեր, որտեղ լրագրողներն ու արվեստագետները կաշխատեն մեկ թիմով՝ ստեղծելով ավելի խորքային և հետաքրքիր մեդիա բովանդակություն:

7.1.1 Այլ կրթական առաջարկներ

- Նեղ մասնագիտացման խրախուսում (կինոյի, թատրոնի, ժամանակակից արվեստի լրագրող և այլն՝) ֆոմալ և ոչ ֆորմալ կրթության հատուկ ծրագրերի, նպատակային կրթաթոշակների, այլ երկրներում վերապատրաստվելու կամ փորձի փոխանակման հնարավորությունների միջոցով: Սա կօգնի արվեստի մասին գրող հեղինակներին խորանալ արվեստի կոնկրետ ճյուղերի լուսաբանման մեջ:

- Փորձի փոխանակման միջազգային հնարավորությունների ստեղծում և ընդլայնում՝ արվեստ լուսաբանող հեղինակների համար: Սա թույլ կտա հայաստանյան լրագրողներին լինել այս գործում մեծ փորձ ունեցող խմբագրություններում, շփվել միջազգային գործընկերների հետ, տեսնել, թե ինչպես են նրանք լուսաբանում արվեստը:

- Արվեստի լուսաբանման ուսումնական ռեսուրսների, կրթական պրոդուկտների ստեղծում, օրինակ՝ պատրաստել արվեստի լուսաբանման բառարան կամ տեղեկատու, թարգմանել արվեստի մասին լավագույն միջազգային հոդվածները: Սա կօգնի լրագրողներին՝ զբաղվել ինքնակրթությամբ և հետազոտական կարողությունների զարգացմամբ:

7.1.2 Բովանդակային առաջարկներ: Մշակութային լրագրությունը ոչ թե պարզապես տեղեկատվության փոխանցման միջոց է, այլ հասարակության մշակութային հիշողության, ինքնության և արժեքների ձևավորման կարևոր գործիք: Այն ունի նաև միջնորդական կարևոր դեր՝ ստեղծում է կապեր արվեստագետների, հանրության և մշակութային քաղաքականություն իրականացնողների միջև:

Խորքային հարցազրույցների մասնակիցների դիտարկմամբ՝ արվեստի լուսաբանման առանցքային հմտություններից մեկը արվեստի բովանդակությունը «թարգմանելու» կարողությունն է. լրագրողը պետք է կարողանա արվեստի լեզուն դարձնել հասկանալի և կապել այն մարդկանց առօրյա կյանքի հետ: Այս մոտեցումը կնպաստի, որ արվեստը դառնա ավելի հասանելի և մտերմիկ լայն լսարանի համար:

Երիտասարդներն այսօր արագ յուրացնում են տեխնիկական հմտությունները (մոնտաժ, նկարահանում), բայց խուսափում են տեքստի հետ աշխատելուց, վերլուծությունից և հետազոտական աշխատանքից: Արդյունքում, լրագրողը պատրաստում է նյութ, բայց դժվարանում է բացատրել դրա իմաստը և արժեքը: Փորձագետներն առաջարկում են արվեստի լուսաբանման կրթական ծրագրերում առաջնահերթությունը տալ տեքստ գրելու, պատմություն պատմելու (storytelling) և վերլուծական հմտությունների զարգացմանը:

7.2 Ռազմավարական առաջարկներ:

Թվային միջավայրի սրընթաց զարգացման պայմաններում ավանդական մեդիան ինքն էլ այսօր դժվար իրավիճակում է հայտնվել: Նախկին բիզնես մոդելները չեն աշխատում, նորերը դեռ փորձարկվում են: Մեդիայի եկամուտը վերջին 15-20 տարում շարունակվում է կրճատվել ամբողջ աշխարհում: Սա ազդում է նաև արվեստի քննադատության և մշակութային լրագրության վրա: ԱՄՆ-ում և Եվրոպայում խմբագրակազմի կրճատումները հաճախ սկսվում են արվեստի բաժնից (Washington Post-ը, Los Angeles Times-ը և այլն): Արվեստի բովանդակության նախկին ծավալն ու որակը դեռ պահպանում են Հանրային հեռարձակողներն և մասնագիտացված թվային մեդիաները:

Սակայն ցանկացած ճգնաժամ նաև հնարավորությունների պատուհան է: Այսօր մեդիան իր գործունեությունը ընդլայնելու և բիզնես համագործակցության հնարավորություններ է փնտրում այլ ոլորտներում՝ գրահրատարակչություն, միջոցառումների կազմակերպում, կրթական, ճանաչողական նախագծեր և այլն: **Սա բարենպաստ պահ է մեդիա-արվեստ համագործակցության և փոխշահավետ բիզնես մոդելներ գտնելու համար**:

Ցանկալի է, որ արվեստագետների համայնքը ձևակերպի ոլորտի կարիքները, ակնկալիքները մեդիայից, քարտեզագրի խնդիրները և նախաձեռնի քննարկումներ խմբագրությունների, մեդիայի ներկայացուցիչների հետ: Մեդիա-արվեստ համագործակցության միջազգային հաջողված ռազմավարություններից մի քանիսը կարող են կիրառելի լինել նաև Հայաստանում.

- **Մեդիա-մշակութային հաստատություններ համագործակցություն,** (համատեղ նախագծեր, ուղիղ հեռարձակումներ, խորքային լուսաբանում և այլն): Բրիտանական BBC-ին վաղուց և արդյունավետ աշխատում է թանգարանների հետ, Guardian-ը՝ տարբեր փառատոների հետ: Այս պրակտիկան կա նաև Հայաստանում, սակայն կարիք ունի հետագա զարգացման և ընդլայնման:

- **Թվային ձևաչափերի և պատմասացության/storytelling-ի զարգացում:** (կիրառում են Guardian Culture-ը, BBC Arts-ը, Hyperallergic-ը): Սոցցանցային ֆորմատները (TikTok/Instagram սերիալներ, փողքասթներ) հատկապես արդյունավետ ռազմավարություն են երիտասարդների լսարանին ներգրավվելու համար:
- Պատմասացությունը (storytelling) մեդիայի և արվեստի սահմանին գտնվող ժանր կամ ձևաչափ է՝ գեղարվեստական լուծումների և հուզական ազդեցության մեծ ներուժով: Հայաստանում այն լայնորեն օգտագործվում է գովազդային, մարքետինգային նախագծերում, ավելի քիչ՝ կրթական, ճանաչողական ծրագրերում: Սթորիթելինգը արվեստի և մեդիայի համագործակցության համար մեծ հնարավորություններ է բացում, այն լսարանին հասնելու ամենաազդեցիկ ժանրերից մեկն է այսօր:

- **Մշակույթի, արվեստի լուսաբանման խրախուսում և նպատակային ֆինանսավորում**: Մասնավոր և հանրային հիմնադրամներ, որոնք կարող են դրամաշնորհներ տրամադրել անկախ մեդիային և անհատ լրագրողներին կոնկրետ թեմաներով խորքային նյութերի պատրաստելու համար (ինչպես օրինակ՝ Knight Foundation, MacArthur Foundation, Arts Council England): Մասնագիտական մրցույթներ ու մրցանակաբաշխություններ, որոնք խրախուսում են լրագրողների և ստեղծագործական խմբերի լավագույն աշխատանքները: Օրինակ, Թվապատում ամենամյա մրցույթում, որը տասը տարուց ավելի է անցկացվում է հայաստանյան լրագրողների համար, կարելի է սահմանել արվեստի և մշակույթի լուսաբանման առանձին անվանակարգ:

- **«Արվեստն ամեն թեմայում/ arts on any beat» մոտեցման փորձարկումը հայաստանյան մեդիայում:** Խրախուսել խմբագրություններին ներդնելու լուսաբանման և վերապատրաստումների arts on any beat մոտեցումը, որը մշակվել է Poynter Institute-ում: Գաղափարն այն է, որ խմբագրությունում արվեստի թեմաներին միայն մշակութային լրագրողները չանդրադառնան. քաղաքական, սոցիալական, տնտեսական լրագրողները նույնպես կարողանան ինտեգրել արվեստի հարցերին ու խնդիրներին իրենց թեմատիկ նյութերում:

8. Ամփոփում

Հետազոտության նպատակն էր քանակական և որակական մեթոդներով գնահատել արվեստի լուսաբանման ծավալը, որակը և բնույթը հայաստանյան հինգ լրատվամիջոցներում 2025 թվականի սեպտեմբեր–նոյեմբեր ամիսներին:

Քանակական մշտադիտարկումը ցույց տվեց, որ արվեստի լուսաբանումը հայաստանյան մեդիայում անհամաչափ և մակերեսային է: Գերակշռում են իրադարձային, պաշտոնական հրապարակումները, իսկ վերլուծական և խորքային նյութերը քիչ են:

Որակական հարցազրույցները լրացրեցնում են այս պատկերը՝ բացահայտելով հիմնական խոչընդոտները՝ ռեսուրսների պակաս, խմբագրական այլ առաջնահերթություններ, լսարանի ցածր հետաքրքրվածություն, արվեստագետների ու լրագրողների միջև համագործակցության բացակայություն:

Հետազոտության արդյունքները թույլ են տալիս եզրակացնել, որ հայաստանյան մեդիայում արվեստի լուսաբանման ճգնաժամը ոչ թե տեխնիկական կամ միայն ֆինանսական է, այլ արժեհամակարգային: Քանի դեռ մշակույթը դիտարկվում է

որպես հիմնական լրահոսի «անշառ» հավելված, լուսաբանումը կմնա մակերեսային, իսկ լսարանը՝ անհաղորդ:

Իրական փոփոխությունը հնարավոր է միայն այն դեպքում, երբ արվեստը դադարի լինել մարգինալ թեմա և դիտարկվի որպես հասարակության զարգացման և քննադատական մտածողության ձևավորման կենսունակ միջավայր և մարդիկ կարողանան տեսնել, վերլուծել իրականությունը նաև արվեստի պրիզմայով:

Այս փոփոխությունների համար անհրաժեշտ է համակարգային մոտեցում և արվեստ-մեդիա երկկողմանի հետաքրքրվածություն: Ամենակարևոր նախապայմանը մտածելակերպի փոփոխությունն է և արվեստի դերի վերաարժևորումը հանրային կյանքում:

Հետազոտության արդյունքները կարող են ծառայել որպես հիմք ԿԳՄՍ նախարարության, մշակութային և մեդիա կազմակերպությունների և արվեստագետների համայնքի գործողությունների համար՝ բարձրացնելու արվեստի տեսանելիությունը և ամրապնդելու հայաստանյան մեդիայի դերը որպես մշակույթի պահպանման և զարգացման կարևոր գործիք:

9. Հետազոտության մեջ օգտագործված աղբյուրները

Արտ ժուռնալիստիկան լրագրողական կրթության հոլովույթում;

Ինչպես լուսաբանել ժամանակակից արվեստի իրադարձությունը;

Մշակութային լրագրության մշակույթ, media.am

Արվեստի գնահատումը լրագրողի նկուն ուսերին , media.am

Art Criticism as a Way to Live; hyperallergic.com

The arts are thriving — and we can't afford to ignore them, poynter.org

2025 Prize Winners; Rabkin Foundation;

Traditional Criticism Is in Trouble. Here's What's Replacing It. theatlantic.com;

Journalism and Art: Complementary and Collaborative Storytelling