

Մ-53

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ
ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ

ՀՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԱԶԳԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ
ՄԵԼԹՈՒՍՅԱՆ ՀԱՄԼԵՏ ԼՈՐԻՎԻ

ՀԱՅ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՊԱՀՊԱԼՄԱՆ ԵՎ ԶԱՐԳԱՅՄԱՆ
ՇԱՐԺՐԱԹԱՅՆ ԱՐԴԻ ՓՈԻԼՈՒՄ
(ԸՍՏ ԵՐԵՎԱՆՑԱՆ ՎԵՐՆԻՍԱՐՆԵՐԻ
ՄՇԱԿՈՒԹԱԲԱՆԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ)

Թ.00.06 «Մշակութաբանություն» մասնագիտությամբ
պատմական գիտությունների թեկնածուի
գիտական աստիճանի հայցման
ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ
ԵՐԵՎԱՆ – 2011

РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ
НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ АРХЕОЛОГИИ И ЭТНОГРАФИИ
МЕЛКУМЯН ГАМЛЕТ ЛОРИКОВИЧ

**ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ И СОХРАНЕНИЕ АРМЯНСКОЙ
КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**
(на примере культурологического исследования
ереванских вернисажей)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук
по специальности 09.00.06 "Культурология"

ЕРЕВАН – 2011

ԵՂ-Ն

Ատենախոսության թեման հաստատվել է ԵՊՀ պատմության ֆակուլտետի գիտական խորհրդում:

Գիտական ղեկավար
ՀՀ ԳԱԱ թղթակից անդամ Լ. Ն. Աբրահամյան

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ
պատմական գիտությունների դոկտոր Շ. Տ. Մարության
պատմական գիտությունների թեկնածու Հ. Վ. Պիկիչյան

Առաջատար կազմակերպություն՝ Երևանի պետական համալսարանի պատմության ֆակուլտետի հնագիտության և ազգագրության ամբիոն

Պաշտպանությունը կայանալու է 2011 թ. հունիսի 7-ին, ժ. 14:00-ին ՀՀ ԳԱԱ Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտում գործող ԲՈՀ-ի 007 մասնագիտական խորհրդում (հասցեն՝ Երևան-0025, Չարենցի 15): Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ՀՀ ԳԱԱ Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտի գրադարանում: Մեղմագիրն առաքված է 2011 թ. մայիսի 7-ին: Մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար պատմական գիտությունների թեկնածու *Կ. Արմ* Հ. Ա. Մելքոնյան

Тема диссертации утверждена на ученом совете факультета истории ЕГУ

Научный руководитель: член-корреспондент НАН РА Л. А. Абрамян

Официальные оппоненты: доктор исторических наук А. Т. Марутян
кандидат исторических наук Р. В. Пикичян

Ведущая организация: кафедра археологии и этнографии факультета истории Ереванского государственного университета
Защита состоится 7 июня 2011 г. в 14:00 часов, на заседании специализированного совета 007 в Институте археологии и этнографии НАН РА (адрес: Ереван 0025, ул. Чаренца 15).
С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института археологии и этнографии НАН РА.
Автореферат разослан 7 мая 2011 г.
Ученый секретарь специализированного совета кандидат исторических наук *Կ. Արմ* Կ. Ա. Մելքոնյան

Ատենախոսության ընդհանուր բնութագիրը
Հետազոտության արդիականությունը

Մշակույթը, մշակույթի խորհրդանշանային տեքստերի և նշանների, ավանդականի և արդիականի համադրումները, վերարտադրությունը կամ նորերի ստեղծումը հիմնարար գործոն են ազգային և մշակութային ինքնության ձևավորման համակարգում: Չնայած տեղեկատվական կամ հետտեղեկատվական ժամանակաշրջանում ստեղծվում է գլոբալացվող-համընդհանրայնացվող մշակութային միջավայր, այնուհանդերձ, զուգահեռաբար ակտիվանում են ազգային մշակույթի վերարտադրման, մշակութային պատկանելիության ներկայացման միտումները հատկապես ավանդական հասարակություններում: Արտաքին միջավայրին ճանաչելի և հասկանալի լինելու ձգտումը տեղի է ունենում մշակույթի ժամանակակից և ավանդական խորհրդանշանների գործածման միջոցով: Նըշված միտումները ժամանակակից հայկական նյութում ներկայացնելու և մշակութաբանական առումով վերլուծելու համար ուսումնասիրության են առնվել 1980-ականների երկրորդ կեսից Երևանում ձևավորված և մինչև այժմ գործող ու զարգացող վերնիսաժներում առկա օրինակները: Վերջիններս հավակնում են ներկայացնելու հայկական ավանդական և ժամանակակից ազգային ինքնության հավաքական խորհրդանշանները և պատկերագրությունը: Մինևս ժամանակ թեմայի ընտրությունը պայմանավորված է ուսումնասիրվող նյութի յուրահատկությամբ՝ հաշվի առնելով, որ գործ ունենք քաղաքային միջավայրում «սպորտ» ճկուն և փոփոխվող մշակութային իրողության հետ: Վերնիսաժները նաև հայ հասարակության մեջ տեղի ունեցող սոցիալական, քաղաքական, տնտեսական փոփոխություններն արագ գրանցող և արտացոլող մշակութային համակարգեր են: Վերնիսաժներն արդեն բավական հիմնավոր տեղ ունեն ժամանակակից քաղաքային մշակութային բնատեսքում, սակայն մինչ այժմ դրանք մանրամասն մշակութաբանական հետազոտության առարկա չեն դարձել, և քանի որ վերնիսաժներն արագ փոփոխվում են, ապա կարևոր է գրանցել քաղաքային առօրյան արձանագրող, սակայն արագ անհետացող այդ երևույթը: Այսինքն՝ աշխատանքը արդիական է հենց նրանով, որ դաշտային նյութի հիման վրա կատարում է ազգային խորհրդանշանների վերաձևավորման, ստեղծման, ներկայացման մեխանիզմների գրանցումն ու վերլուծությունը, ինչպես նաև դրանք ներկայացնող մշակութային միջավայրերի՝ վերնիսաժների մշակութաբանական քննարկումը՝ նշված խնդիրները գիտական շրջանառության մեջ դնելով:

Հետազոտության նպատակն ու խնդիրները

Ատենախոսության նպատակն է ուսումնասիրել հայ մշակույթի ներկայացման, տարածման, մեկնության ձևերը արդի փուլում, մասնավորապես նկարագրել հուշանվերային, կամ զբոսաշրջիկային, արվեստում որպես հայոց ավանդական և ժամանակակից մշակութային ինքնություն ներկայացվող խորհրդանշանները, քննարկել դրանց առաջացման, կիրառման, փոխակերպման մեխանիզմները և միտումները: Աշխատանքի միջոցով փորձ է արվում դիտարկել Երևանում գործող երկու վերնխաժնեները՝ որպես տարածա-ժամանակային, մշակութային համակարգեր: Աշխատանքի խնդիրներից է ուսումնասիրել վերնխաժնեների ընկալումը քաղաքային բնակչության, ինչպես նաև զբոսաշրջիկների շրջանում և ըստ այդմ դրանք նկատելի մշակութաբանական դասակարգման: Հետազոտության խնդիրներն են նաև՝ վերնխաժնեում ներկայացված խորհրդանշանների տիպաբանումն ու դասդասումը, դրանց զարգացման և ձևափոխման մշակութային օրինաչափությունների բացահայտումը, հասարակական գործառնություններն ու դերը մայրաքաղաքի, և ընդհանրապես Հայաստանի կյանքում, նաև արտասահմանաբնակ հայերի և զբոսաշրջիկների համար:

Հետազոտության գիտական նորույթը

Աշխատանքում առաջին անգամ փորձ է արվում մշակութաբանական տեսանկյունից քննարկել և ընդհանրացնել հայ ժամանակակից և ավանդական մշակույթի ներկայացման, պահպանման և տարածման մեխանիզմների արդի դրսևորումները: Առաջին անգամ, օգտվելով մշակույթի հետազոտման և վիզուալ մարդաբանության մեթոդաբանական հնարավորություններից, սույն աշխատանքում հավաքվել են «հայկականություն», կամ հայ մշակութային ինքնություն, ներկայացվող խորհրդանշանների և դրանց պատկերագրությունների մեծաքանակ վիզուալ նյութ:

Առաջին անգամ մշակութաբանական քննախոսության առարկա է դառնում հայաստանյան քաղաքային մշակույթում ցուցադրություն-վաճառք երևույթը, դրա սոցիալ-տնտեսական, քաղաքական, մշակութային և նշանագիտական առանձնահատկությունները: Նկարագրվում են ցուցադրությունից տոնավաճառ տանող օրինաչափությունները, քննարկվում են քաղաքի տարածքում ինքնաբուխ շուկայի ձևավորման հատկանիշները:

Առաջին փորձն է մանրամասն անդրադարձ կատարելու ժամանակակից զբոսաշրջիկային արվեստի (հուշանվերների) ձևավորման, տարածման, ինչպես նաև մշակութային նոր «բրենդների» ստեղծման մեխանիզմներին:

Աշխատանքի գործնական նշանակությունը

Աշխատանքը կարող է հետաքրքիր լինել ժամանակակից հայ մշակութային և ազգային ինքնության խնդիրներով զբաղվող հետազոտողներին, քանի որ ի մի է բերում և ներկայացնում մինչ այժմ չգրանցված, նոր նյութեր:

Աշխատանքի հիման վրա կարելի է ստեղծել մշակույթի հետազոտման դասընթաց, որտեղ կներկայացվի հայ ինքնության ժամանակակից դրսևորման և զրբալացման կոնկրետ մեխանիզմներ:

Աշխատանքի առանձին հատվածներ կարող են հետաքրքիր լինել հատկապես հետխորհրդային շրջանի քաղաքային մշակույթի ուսումնասիրությամբ զբաղվող մշակութաբանների, ազգաբանների և սոցիոլոգների համար:

Հետազոտության մեթոդաբանությունը

Ատենախոսության հիմնական նյութը հավաքվել է 2006-2011 թթ. երկարաժամկետ ներգրավված դաշտային-հետազոտական աշխատանքի ընթացքում: Հետազոտական աշխատանքի իրականացման համար ընտրվել են այնպիսի մեթոդներ, որոնք կապահովեին հնարավորիսս արդյունավետ, համապարփակ և օբյեկտիվ նյութի գրանցում: Ըստ այդմ՝ կիրառված մեթոդներն են՝ որակական հարցումներ՝ սեղմ, խորացված, կիսաֆորմալացված (ուղղորդված հարցաշար՝ բաց պատասխաններով), կենսագրական (որպես բանավոր պատմություն), փորձագիտական հարցազրույցներ, ներգրավված դիտարկում: Աշխատանքում կիրառվել է նաև խորհրդանշանների նշանագիտական և տարածքի պրոքսեմիկ վերլուծություն, հուշանվերների՝ ինչպես որոշակի ընտրությամբ կատարված, այնպես էլ քանակական վերլուծություն, որոնք չեն հավակնում բացարձակ ճշգրիտ լինել, սակայն արտացոլում են կայուն միջինացված տվյալներ: Աշխատանքի առանձնահատկությունը նաև ժամանակակից վիզուալ մարդաբանության մեթոդների կիրառումն է, որի արդյունքում վերլուծվել են լուսանկարներ, վիդեո և աուդիո ձայնագրություններ:

Աշխատանքի փորձաքննությունն ու պաշտոնական հավանությունը

Աշխատանքի առանձին մասեր ներկայացվել են Հայաստանում և արտերկրում հրատարակված հոդվածներում: Աշխատանքում քննարկված նյութը և առաջադրված հարցերը ներկայացվել են հայաստանյան և արտասահմանյան միջազգային գիտաժողովներում, սեմինար-քննարկումներում:

Ատենախոսությունն ամբողջությամբ քննարկվել և հավանության է արժանացել ԵՊՀ-ի պատմության ֆակուլտետի մշակութաբանության ամ-

բիռնի նիստում: Քննարկման մասնակիցների արված նկատառումները հաշվի են առնվել ատենախոսության վերջնական տարբերակում:

Աշխատանքի կառուցվածքը

Աշխատանքը կազմված է ներածությունից, երկու գլխից (առաջինը բաղկացած է չորս, երկրորդը՝ երկու բաժիններից՝ յուրաքանչյուրն իր ենթաբաժիններով), վերջաբանից, եզրակացությունից, օգտագործած գրականության ցանկից և երկու հավելվածից՝ գծանկարների և լուսանկարների:

Աշխատանքի րովանդակությունը

Ներածություն

Ներածության մեջ ներկայացված են ատենախոսության հիմնական նպատակն ու դրանով պայմանավորված տեսական, մեթոդաբանական խնդիրները, աշխատանքում առկա գիտական եզրերի սահմանումները, ուսումնասիրության առարկայի հիմնավորումները, թեմայի կարևորությունն ու արդիականությունը, գիտական նորույթը, աղբյուրների և գրականության հակիրճ նկարագրությունը:

20-րդ դ. վերջից մշակութային հետազոտությունների բնագավառում մշակութային ինքնության դրսևորման ավանդական միջոցները (պատմական տեքստեր, վերարտադրվող ավանդույթներ և բանահյուսական նյութեր) ուսումնասիրելուց բացի սկսեց քննարկվել ավելի առօրեական նյութերում մշակութային ինքնության կառուցվածքի դրսևորումների հետազոտման խնդիրը, քանի որ, ըստ տեսաբանների՝ զգացվում էր կենդանի շերտի, առարկայական նյութի պակասը: Հետազոտման նշված մտտեցումը իր նկարագրությամբ համահունչ է առօրյայի, կամ այսպես կոչված մշակույթի «ժողովրդականացված» շերտերի ուսումնասիրությանը: Մշակույթի «ժողովրդականացված» շերտ հասկացությունը գործածում ենք որպես ժողովրդական մշակույթի դրսևորումներից մեկի անվանում, քանի որ մեր հետազոտության նյութը իրականում ձևավորվում է որպես ժողովրդական, սակայն արդյունքում փոխակերպվում է կամ միտում ունի փոխակերպվելու զանգվածային մշակույթի: «ժողովրդականացված» մշակույթի շերտը հետաքրքիր է մշակութային ինքնության և ազգայնականության հետազոտման առումով, քանի որ բավական հազեցած արտահայտում է մշակութային այն փոփոխությունները, որոնք արտացոլում են ինքնության կառուցվածքում կատարվող տեղաշարժերը: Մշակույթի ուսումնասիրության առօրեական այս շերտն ունի մի առանձնահատկություն ևս. այն հասարակագիտական բնագավառում հաճախ ընկալվում է որպես մակերեսային, փոփոխական երևույթ, ինչի պատ-

ճառով այնտեղ արտացոլված խորքային ինֆորմացիան (օրինակ, այս դեպքում մեզ հետաքրքրող մշակութային ինքնության պատկերագրությունը), մնում է «անտեսանելի»: Մինչդեռ իրականում այս շերտը զարմանալիորեն դառնում է մշակութային ժառանգությունը պարուրող թաղանթ, որը կարողանում է ընդունել մշակույթի ներսում կատարվող փոխակերպման ազդանշանները և արտացոլել սոցիալական միջավայրում:

Մշակույթի ներկայացման և վերարտադրման ժամանակակից սոցիալական միջավայրերից քննարկվում են Երևանի երկու վերնխաժնեների օրինակները, որոնք քաղաքի մշակութային բնատեսքում (լանդշաֆտում) ունեն իրենց ճանաչելի նիշան: 20-րդ դ. և 21-րդ դ. ազգային մշակույթի ուսումնասիրություններում ուղղակի անդրադարձ է կատարվում հենց քաղաքային միջավայրի գործոնին: Համարվում է, որ հետարդյունաբերական շրջանի քաղաքները դառնում են ակտիվ միջավայր՝ մշակութային ինքնությունը կամ ազգային մշակույթը վերարտադրելու և ներկայացնելու համար: Այս առումով է, որ քաղաքը որպես այդպիսին դառնում է հետաքրքիր և խոսուն ոչ միայն սոցիոլոգ-ուրբանիստների կամ ազգագրագետների, այլ նաև մշակութաբանների համար: Վերնխաժնեները փաստորեն ներառվում են մշակույթի հետազոտման պոստմոդեռնիստական քննախոսության այն դաշտ, որտեղ քաղաքային տարածքում հայտնված սոցիո-մշակութային միջավայրերը դիտարկվում են որպես տվյալ մշակութային նշանների ընկալումների, տարածման կամ գործածման, վերաիմաստավորման եղանակների արտացոլում: Այս առումով երևանյան վերնխաժնեների ուսումնասիրությունը իսկապես կարևոր է այն պատճառով, որ վերջիններս դառնում են հետարդյունաբերական, տեղեկատվական գլոբալացման շրջանում սոցիալական, ազգային, մշակութային միտումները հավաքող համակարգեր, որտեղ դրսևորվում են նաև մշակութային ինքնության վերափոխումները: Հաշվի առնելով այս փաստը, վերնխաժնե «դերակատարների» կենսագրական ինֆորմացիայի հիման վրա հատուկ անդրադարձ է արվում վերնխաժնեների կազմավորման նարրատիվին: Հենց այդ դերակատարներն են ստեղծում վերնխաժնեների մշակութային միջավայրը և «հայկականություն» ներկայացնող ստեղծագործական արտեֆակտերը:

Գլուխ 1. Վերնխաժնի ձևավորումը

1.1. «Մարյանի վերնխաժն» կազմավորումը և զարգացումները

Ուրբանիստիկայի բնագավառի և քաղաքի սոցիոլոգիայով զբաղվող մասնագետները քաղաքի հատակագիծը և ճարտարապետությունը, ինչպես նաև դրանցով պայմանավորված սոցիալական տարածքները համա-

րում են տեքստեր: Դա համահունչ է նշանագիտության և մշակութաբանության մեջ օգտագործվող «տեքստ» լայնիմաստ եզրին: Առաջին գլխի առաջին բաժնի ներածական ենթաբաժնում ուսումնասիրվում է Երևան քաղաքի Օպերային հարող տարածքի սեմիոտիկ (նշանագիտական) տեքստը, քանի որ նույն օրինաչափությամբ այս նույն միջավայրում հետագայում ձևավորվում են «հայկականանության» ներկայացման նախադրյալները, այսինքն՝ բացահայտվում է մշակութային ինքնության արտահայտման և քաղաքային միջավայրի միջև գործող փոխկապակցվածությունը:

Ատենախոսության առաջին բաժնում ներկայացվում են Երևանում առաջին վերնիսաժի՝ որպես մշակութային միջավայրի ստեղծման նախադրյալները: Քննարկվում են քաղաքային մշակություն 1986-1993 թթ. ընկած շրջանում վերնիսաժի կազմավորման և կարգավորման գործընթացները: Վերնիսաժն ինքնաբոլիս առաջանում է 1986 թ. Օպերային հարող պուրակում, որտեղ նույն թվին տեղադրվում է Մարտիրոս Մարյանի հուշարձանը (այսուհետ ցուցադրություն-վաճառք ներկայացնող վերնիսաժը հասարակության մեջ ստանում է նաև «Մարյանի վերնիսաժ» անվանումը):

Վերնիսաժ երևույթը առաջանում է որպես նկարչական միջավայր, որը համընկնում է դասական ֆրանսիական վերնիսաժային մշակույթին և դառնում է Երևանում առաջին ինքնաբոլիս ցուցադրություն-վաճառքի միջավայր: Վերնիսաժային նկարիչները միաժամանակ հանդես են գալիս որպես նորարար ստեղծագործողներ, և քանի որ արդեն տեղադրվել էր Մարյանի հուշարձանը, ով նույնպես համարվում էր նորարար ստեղծագործող, նկարիչները նրան իրենց գաղափարախոսական առաջնորդ էին համարում, ինչն արտահայտվում է նաև տարածական կողի միջոցով հուշարձանի շուրջը նկարիչների շրջանաձև խմբավորմամբ:

Առանձնակի ուշադրություն է դարձվում վերնիսաժի կազմավորմանը, որը վերականգնվում է բանավոր պատմությունների նարրատիվի մեթոդի միջոցով: Վերնիսաժային միջավայրի մշակութաբանական վերլուծությունը կարևոր է նաև այն պատճառով, որ վերջինս ըստ էության դառնում է հայկական ինքնության խորհրդանշաններ ներկայացնող կիրառական արվեստի սաղմնավորման մշակութային միջավայր:

Այս բաժնում քննարկվող կարևոր խնդիրներից է «Մարյանի վերնիսաժի» տարածքի մշակութային յուրացման օրինաչափությունների հարցը, մասնավորապես, թե ինչու է վերնիսաժը կազմավորվում քաղաքի հենց տվյալ մշակութային և սոցիալական միջավայրում: Քննարկվում է

նաև «Մարյանի վերնիսաժի» ներքին տարածքի մշակութայնացումն ու յուրացումը կամ ստեղծագործական ֆոնը, որով դուրս են բերվում հասարակության մեջ վերնիսաժի կողմից իրականացվող մշակութային գործառույթները: «Մարյանի վերնիսաժի» կազմավորման և սոցիալական նշանակության ուսումնասիրության ճանապարհով, մասնավորապես կենսագրական միկրոպատմությունների միջոցով, վերակառուցվում է քաղաքային մշակույթի այս «անհայտ» կամ չգրանցված պատմությունը: Այս հարցը ոչ միայն ուրբանիստական նշանակություն ունի, այլև անմիջականորեն առնչվում է մշակութային մարդաբանության մեջ հայտնի մոտեցումներին, որոնք քննարկում են սոցիալական հիշողությունը, դրանով պայմանավորված մշակութային միֆերի առաջացումը (օրինակ, թե ինչպես է ստեղծվել նախնական վերնիսաժը, և ինչ վիզուալ դետալներ են ամրագրվել հանրային հիշողության մեջ): Այստեղ առաջ են գալիս նաև տարբեր սոցիալական, մասնագիտական խմբերի կողմից քաղաքային/հանրային տարածքի յուրացման, վերաիմաստավորման, տարածքի ներքին և արտաքին մենթալ-երևակայական սահմանների ձևավորման խնդիրները, սահմանից այնկողմնայինի ընկալումը՝ «օտար» – «յուրային» հարաբերությունը: «Մարյանի վերնիսաժին» վերաբերվող հատվածում քննարկվում է նաև հետխորհրդային շրջանում վերջինիս վերափոխումը նախաշուկայական միջավայրի, որտեղ արդեն նկարներից և հետագայում ավելացած կիրառական արվեստի ստեղծագործություններից բացի՝ սկսում են վաճառվել դասական քրջի շուկային և մանրածախ առևտրին հատուկ ապրանքներ, ինչը պայմանավորված էր տվյալ ժամանակաշրջանի սոցիալ-տնտեսական իրավիճակով: Այսպիսով, Մարյանի արձանի մոտ գործող վերնիսաժը, առաջակալով որպես նորարար և ազատական նկարիչների համար ստեղծագործելու միջավայր, սկսեց տարերայնորեն վերաճել տարբեր ապրանքների վաճառքի տարածքի, որի պատճառով էլ գործկոմի որոշմամբ 1993 թ. հուլիսին այն մասնակի տեղափոխվեց, իսկ «Մարյանի վերնիսաժը» վերաիմաստավորվեց որպես «միայն գեղանկարչական լավագույն գործերի ցուցահանդես-վաճառք», այսինքն՝ տեղի ունեցավ «վերադարձ» վերնիսաժի սկզբնական ֆրանսիական տիպի վիճակին: Իրականում այդ տարիների «Մարյանի վերնիսաժը» ոչ միայն լուրջ ստեղծագործական միջավայր էր, այլ ուներ հստակ արտահայտված մշակութային, սոցիալ-տնտեսական նշանակություն այն դառնում է նախ խորհրդային շրջանի, ապա հետխորհրդային Հայաստանի ժամանակակից մշակութային և սոցիալական իրավիճակը և փոխակերպումները արտացոլող միջավայր:

1.2. Նոր վերնիսաժը

1993 թ. գործկուսի որոշմամբ Խանջյան և Հանրապետության փողոցների միջև ընկած բուլվարում բացվեց կիրառական արվեստի ստեղծագործությունների, հուշամեդալների, գրքերի, նկարների վաճառքի տարածքը՝ նոր վերնիսաժը: Չնայած «վերնիսաժ» անվանումն այնքան էլ բնորոշ չէ հետազոտության նշված օբյեկտին (վերջինս «Ժառանգել» է այդ անվանումը նախկին՝ «Մարյանի վերնիսաժից» տեղափոխված լինելու պատճառով), քանի որ վերնիսաժը ենթադրում է նկարչական միջավայր, մինչդեռ նոր բացված վերնիսաժում ներկայացված է ավելի լայն ապրանքային տեսականի սկսած հուշանվերներից մինչև կենցաղային, տնայնագործական, գործարանային իրեր: Ուշագրավ է, որ նույն «վերնիսաժ» տիպի շուկաների ստեղծումը ընդհանրապես բնորոշ է հետխորհրդային տարածքի համար (օրինակ՝ Ռուսաստանում և Վրաստանում), դրանք ևս կազմակերպվում են հանրային զբոսավայրերում կամ այգիներում:

Մտաջին գլխի երկրորդ բաժնում ներկայացվում և վերլուծվում են նոր վերնիսաժի հատկապես ներքին տարածքի յուրացման մշակութաբանական օրինաչափությունները, բաժանումները: Ցույց է տրվում, թե ինչպես են կիրառական արվեստի ստեղծագործող վարպետները դառնում վերնիսաժի մշակութային կենտրոնը և «պրեստիժային» դերակատարները, որոնց ստեղծագործությունների հիման վրա հաջորդ գլխում քննարկվում են հայկական մշակույթի կամ «հայկականության» ներկայացման և պահպանման, վերափոխման և տարածման գործընթացները:

1.3. Վարպետ և վաճառող

Այս բաժնի մշակութաբանական քննարկման առարկան է վերնիսաժի զարգացման ժամանակագրական և վերնիսաժից շուկա վերափոխման դինամիկան: Նոր վերնիսաժի ձևավորման ընթացքը կարելի է բաժանել և ներկայացնել մի քանի փուլերով, ընդ որում վերնիսաժն ինքը հուշում է, թե զարգացման որ փուլում հատկապես որ կերպարը կարող է գերիշխող դիրք ունենալ, ինչպես տեղի ունեցավ, օրինակ, կազմավորման երկրորդ փուլի սկզբում, երբ հուշանվերներ պատրաստող վարպետները դարձան սեմիոտիկ կենտրոն և հենց վարպետի կերպարը սկսվեց ընկալվել որպես Վերնիսաժի «բրենդ»: Պայմանակաևորեն առաջին փուլը սկսվում է 1993-1994 թթ. տարածքի յուրացման և կազմակերպման բավական քառասային բնույթ ունեցող նախնական շրջանից: Երկրորդ փուլում՝ 1996-2000 թթ., Վերնիսաժը մոտեցավ շուկայի կարգավիճակին, և ներսում տեղի ունեցավ վարպետ և վաճառող սոցիալական և մասնագիտական դերերի հստակ

տարաբաշխում, ինչն արտահայտվեց նաև տարածքի ներքին բաժանման մեջ վարպետ-արհեստավորները դառնում են հիմնական «դերակատարները», վերնիսաժ-շուկային տրվում է մասնագիտական ուղղվածություն (ձեռքի աշխատանք, կիրառական արվեստ-հուշանվերներ): 2000-2006 թթ. տեղի է ունենում շուկայական կառուցվածքի գերակայության մեծացում, և վերավաճառողներն ու ոչ-վարպետներն սկսում են ավելանալ, իսկ վերնիսաժի մշակույթը ձևավորած վարպետների (այդ թվում իսկական ժողովարպետների) թիվը նվազում է: Այս փուլերում վերնիսաժյան «դերակատարների» և նրանց հարաբերակցության նշանակությունն ուղղակիորեն ազդեցություն է ունենում հայ ինքնության խորհրդանշանների վերնիսաժյան ձևավորման գործընթացի վրա, ինչի քննարկումը ներկայացված է ատենախոսության երկրորդ գլխում, իսկ այստեղ ավելի ընդհանրական ձևով անդրադարձ է արվում վերնիսաժի՝ մշակութային տարածք թե շուկա լինելու հարցին: Վերնիսաժի փուլային զարգացման ժամանակ առաջանում է նաև վարպետ-վերավաճառող կերպարների «հակամարտությունը», որը քննարկման դաշտ է բերում նաև նշված շուկա-մշակույթ/արվեստ համակարգերի միջև մենթալ սահմանի ձևավորման մշակութաբանական խնդիրը:

1.4. «Չնկատվող» սոցիալական և քաղաքային մշակույթ. «բարախուլկան» վերնիսաժի տարածքում

Այս բաժնում քննարկվում է վերնիսաժին կից «բարախուլկա» շուկայի մշակութային, տարածական առանձնահատկությունները, ուսումնասիրության են ենթարկվում հատվածի մշակութաբանական հատկանիշները, վերլուծվում է վերջինիս առանձնացման պատճառը և տարբերությունը բուն վերնիսաժի մշակութային միջավայրից և սրա գործառութային նշանակությունը քաղաքային, սոցիալական-մշակութային միջավայրում:

Վերնիսաժյան «բարախուլկայի» աղմուկը ևս առաջացել են Հայաստանի անկախացումից հետո՝ 1992-1994 թթ., դեռևս «Մարյանի վերնիսաժում» այն դառնում է նաև նոր վերնիսաժի առանձնահատկություններից մեկը: Երևանում բնակչության շրջանում վերնիսաժյան «բարախուլկան» անվանվում է ըստ վաճառվող ապրանքի տեսականու՝ «երկաթեղենի վաճառքի տեղ» կամ «Էժան ապրանքների տեղ», «բարախուլկա», երբեմն օգտագործվում է նաև «տալկուլկա» (ռուսերեն толокна բառից) անվանումը, որը շեշտում է վայրի մարդաշատ բնույթը: Վերնիսաժի հուշանվերային և «բարախուլկա» շուկայական հատվածները տարբերվում են վաճառվող տեսականիով, հետևաբար՝ նաև գնորդներով: Վերնիսաժյան տարածքի «բարախուլկայի» հատվածը գործառութային առումով շրջա-

դարձորեն տարբերվում է բուն վերնիսաժի ընդհանուր գործառության սկզբունքից: 2002-ից հետո վերնիսաժի հուշանվերային հատվածի որակական զարգացումը և «բարախոլկայի» հատվածի նախնական վիճակում մնալը ավելի է շեշտում, որ վերնիսաժին կից «բարախոլկա» շուկայական հատվածը առանձին, ինքնուրույն կարգավորվող առևտրական գոտի է, որն անվանապես և գործառույթներով անկախ է վերնիսաժից: Սակայն վերնիսաժի «բարախոլկայի» հատվածը շարունակում է դեռևս գործել անմիջապես Հանրապետության հրապարակին և կառավարության շենքին կից տարածքում, ինչը անհամատեղելի է քաղաքային մշակութային բնատեսքին: Ուշագրավ է, որ հենց մեր աշխատանքի ավարտին զուգընթաց, Երևանի քաղաքապետի միջամտությամբ (2011 թ. ապրիլ ամսվա դրությամբ) արդեն սկսվել է քաղաքի «վերնիսաժյան» հատվածի բարեկարգման ծրագիրը, և «բարախոլկայի» այս հատվածը՝ որպես առանձին միավոր, նախատեսվում է տեղափոխել քաղաքի այլ մաս: Այսինքն՝ մեր աշխատանքը դառնում է քաղաքի քրջի շուկայի և քաղաքային տարածքի կենսագրականը:

Գլուխ 2. Ազգային ինքնության ներկայացումը վերնիսաժում

2.1. Հայկականության հավաքական պատկերը

Այս գլխում քննարկվում է, թե ինչ խորհրդանշաններ են դառնում առաջնային վարպետների համար, և ինչպես են դրանք արտացոլում հայ ինքնությունը կամ աղերսվում դրա հետ:

Վերնիսաժում վաճառվող հուշանվերներից շատերն ունեն, ազգային ինքնության ներկայացման առումով երկակի բնույթ. մի դեպքում բուն հուշանվերն է իր կատարման ձևով ներկայանում որպես հայկական ժողովրդական ստեղծագործություն, մեկ այլ դեպքում հուշանվերը ներկայացվում է որպես ազգային՝ վրան արված հայկական մշակույթը ներկայացնող որևէ խորհրդանշանի պատկերումով: Ըստ թեմատիկ բնույթի հուշանվերները կամ դրանցում գործածվող ինքնության խորհրդանշանների պատկերագրությունը կարելի է տարբերակել մոտ մեկ տասնյակի. 1) Արարատ լեռ, 2) Նոյյան տապան, 3) մաշտոցյան գիրք, 4) եկեղեցիներ, հուշարձաններ, 5) տիկնիկներ, 6) աղամաններ, 7) պատմական կերպարներ, հերոսներ, անհատներ, 8) հայկական բարը. նոտ (որպես մշակութային ինքնության նոր խորհրդանշան), խաղող, ընդդեմ, 9) ժայռապատկերներ, 10) Հայաստանի պետական խորհրդանշաններ, 11) Հայաստանի բնատեսքը, քարտեզը, 12) Երևան քաղաքը:

Վերնիսաժյան հուշանվերներում կիրառվող խորհրդանշանները գործածվում են առանձին-առանձին՝ որպես ինքնուրույն միավորներ, կամ

միաժամանակ համատեղված՝ հնարավոր դարձնելով տեսելու ներկայացվող կամ ներկայացուցչական համարվող «հայկական ինքնության» խմբավորված, խտացված պատկերը: Որպես նման խտացված խորհրդանշաններ կրող առանձին հուշանվերային խումբ են կազմում նարդիները, որոնց տախտակի վրա համատեղվում, հավաքվում են տարածված խորհրդանշանային թեմատիկ խմբերը: Հանդիպում են նաև օրինակներ, երբ վերնիսաժում արտահայտված-ներկայացված հայկականությունը չի համընկնում գիտական, պետական և մշակութային քաղաքականության համար կիրառելի և ընդունելի համարվող խորհրդանշանների հետ: Սակայն, որպես կանոն, հայկականություն, Հայաստան ներկայացնող որոշ խորհրդանշաններ հաճախակի կիրառվում են և՛ վերնիսաժում, և՛ միևնույն ժամանակ հասարակական, պետական համակարգերում: Այսինքն՝ դրանք ունեն համընդհանուր սոցիալական նշանակություն: Ուշագրավ է, որ ինքնությունը կամ ինքնության պատկերագրության ակտիվացումը կիրառական արվեստում սկսեց այն շրջանում, երբ առաջացավ «հայկականության» պահանջարկ զբոսաշրջիկային հոսքերի կողմից: Զբոսաշրջիկային պահանջարկով առաջացած «մշակութային ինքնության բրեդները», ի տարբերություն դրանց բնօրինակի, դառնում են կիտչային արվեստի լավագույն դրսևորումներ, իսկ դրանց ստեղծման նկարագրությունը վերհանում է ավանդական արտեֆակտից նոր ծիսական գործառույթով օժտված հուշանվերի դեկոնստրուկտիվ փոխակերպումը («Նուրին» տիկնիկի հուշանվերայնացման օրինակը):

Հայաստան ներկայացնող խորհրդանշաններից առաջինը, որ պայմանականորեն համարում ենք խորհրդանշանային ունիվերսալիա (այն հաճախակի կիրառվում է թե՛ վերնիսաժում, թե՛ միևնույն ժամանակ՝ հասարակական, պետական համակարգերում), Արարատ (Մասիս) լեռն է: Արարատ լեռը վերնիսաժում ամենատարածված պատկերներից է, ներկայացվում է որպես հայ ազգային ինքնության խորհրդանշան, վերաբերում է հայկական մշակույթի տարբեր ասպարեզներին և հայկականությանն ընդհանրապես: Վերնիսաժյան սկզբնական շրջանում Արարատի թեմատիկական ավելի տարածված է եղել հատկապես նկարներում, իսկ 2001-ից բուն հուշանվերների հատվածում ևս նկատվում է Արարատի թեմայի լայն կիրառումը նախ և առաջ նարդիների արտաքին տեսքի ձևավորման մեջ, սպա այլ հուշանվերային ձևերում: Հայկական մշակույթում Արարատ լեռան խորհրդանշանայնացումը սկսվել է վաղագույն շրջաններից և արտահայտվել է տարբեր առասպելաբանական, բանահյուսական,

պատմական և ծիսական տեքստերում, ինչպես նաև գեղարվեստական և քաղաքագիտական գրականության մեջ: Վերնխաժյան վարպետների կարծիքով ևս Արարատ լեռը այն «ամենահայկականն» է, ինչից կարելի է սկսել վերնխաժյան գործունեությունը: Վարպետների հետ խորացված հարցումներից ստացվող նյութերից և նրանց աշխատանքների դիտարկումից ստացվում է Արարատ լեռան կիրառման հիմնական չորս մոտիվացիա՝ 1. Արարատը ներկայացվում է որպես սուրբ լեռ (որտեղ ներառվում է համաշխարհային ջրհեղեղից Նոյի փրկվելու մասին աստվածաշնչյան սյուժեն, Հայաստանի՝ ընտրյալ երկիր լինելու համատեքստի խաղարկումը): 2. Արարատը որպես պատմական (հիմնականում Արևմտյան Հայաստանի) խորհրդանիշ, որը մասամբ արտահայտում է նաև հայերի ցեղասպանության, դրա հետևանքի՝ կորուսյալ հայրենիքի և հայկական սփյուռքի սիմվոլիկաները: 3. Արարատը որպես միավորող, համահայկական ազգային ինքնագիտակցության խորհրդանիշ, լոկալ ինքնության, նաև հայրենիք-Հայաստանի, կարոտի խորհրդանիշ: 4. Արարատը որպես բնատեսք (լանդշաֆտ):

Արարատ լեռան թեմատիկան միաժամանակ որպես առանձին ընդգծված թեմաներ իր հետ բերում է աստվածաշնչյան ջրհեղեղի, Նոյյան տապանի և հայկական մշակույթում քրիստոնեության տարածման թեմաները: Քրիստոնեության խորհրդանշական սկիզբը Հայաստանում ներկայացվում է Խոր Վիրապ եկեղեցու միջոցով: Վերնխաժյան վարպետները և նկարիչները Խոր Վիրապն ընկալում և մեկնաբանում են որպես տեղական («մեր հայկական») քրիստոնեության խորհրդանշան և այդ կտրվածքով են մտցնում հուշանվերային շուկա: Երբ Խոր Վիրապը պատկերվում է Արարատ լեռան հետ (այս դեպքում դա իրական բնատեսքային, այլ ոչ թե երևակայված հորինվածք է), ստացվում է ինքնության երկու մոդելների համատեղում՝ Արարատը որպես ազգային, պատմական Հայաստանի/հայրենիքի և էթնիկ տարածքի ինքնության դրսևորում, իսկ Խոր Վիրապի եկեղեցին՝ որպես հայկական քրիստոնեական ինքնության խորհրդանշան: Արարատ-Խոր Վիրապ թեմայի հայտնվելը հասկանալի է դառնում հենց վերնխաժ-հուշարձան-գրոսաշրջիկ համատեքստում: Տարածամանակ կատարված դիտարկումների համեմատությունից նկատելի էր, որ այս թեմատիկան ուղղակիորեն առնչվում է Հայաստանում տուրիստական մշակույթի ակտիվացման հետ. տուրիստական գործակալությունների առաջարկած հայաստանյան շրջագայության փաթեթների 99%-ում նշված է այցելություն դեպի Խոր Վիրապ: Բնականաբար, Արարատ լեռանը

հաջորդիվ սկսում է հանդիպել Նոյի և Նոյյան տապանի թեմատիկայով հուշանվերներ, ընդ որում, գլխավորապես հայ մշակութային համատեքստում և որպես հայկականության խորհրդանիշ:

Այսպիսով, ազգային մշակույթը ներկայացնելու համար վերնխաժյան վարպետը ակամա դիմում է էթնիկ տարածքի և կրոնի խորհրդանշանների կիրառմանը՝ մասնավորապես Արարատ լեռան և Խոր Վիրապ եկեղեցու օրինակներով, որոնք հետո սկսում են վերափոխվել զուտ ապրանքայնացված հուշանվերների:

Վերնխաժյան հայրենիքի տարածքը ներկայացվում է Հայաստանի Հանրապետության քարտեզի տեսքով՝ որպես էթնիկության և պետականության ապացույց: Քարտեզը պատկերվում է բազմաթիվ նմուշների վրա՝ պարզունակ ուրվագծից մինչև եռաչափ կառույցներ և պուրրեալիստիկ կտավներ: Վերնխաժյան հայրենիքի կամ էթնիկ տարածքի ներկայացումը, նշումը մշակութային ինքնության նշանների միջոցով արտահայտվում է վերջինիս վրա հայտնի եկեղեցիներ և տեղանուններ տեղադրելով: Այս դեպքում վարպետը խտացնում է մշակութային ինքնության նշանակություն ունեցող ճանաչելի տեղանուններ (Երևան, Էջմիածին, Հայաստան, Արցախ ևն) և հուշարձան-եկեղեցիներ (Էջմիածին, Գեղարդ ևն): Այսինքն՝ վարպետների գործողությունը կարող ենք նույնիսկ համարել չկանխամտածված ազդանշան զբոսաշրջիկ սփյուռքահայերին (հուշանվերային արվեստի հիմնական սպառողներն այս դեպքում նրանք են), միևնույն ժամանակ այդ ազդանշանը ստեղծում է ինքնության ցանցային-միասնական պատկեր, քանի որ Հայաստանի Հանրապետություն-հայրենիքի «ֆետիշ»-հուշանվերը «ճամփորդում» է դեպի արտասահմանյան հայաբնակ համայնքները: Գործնականում մոդելավորման այս տեսակը բնորոշ է համարվում «մոդեռն» փուլ մտնող հասարակություններին, երբ վերջիններս փորձում են «կառուցել», տարածել կամ հանրայնացնել հայտնի-ճանաչելի, ազգային նշանակություն ունեցող փաստերի հավաքածուներ (տեղանուններ, տարեթվեր, հուշարձաններ, հերոսներ ևն): Փաստորեն ազգային ինքնության և լանդշաֆտի միջև կապը կառուցվում է մի քանի հարթությունով՝ աշխարհագրական սահմանի ֆիքսում, տարածքի անվանակոչում-մշակութայնացում, խորհրդանիշ տարածքներ, սրբազան-ծիսական տեղանք, բնակատեղի և այլ շերտերի տեղադրում:

Ինքնության ժողովրդականացումը հաճախ սկսում է օտարներին, «անձանդներին» իրենց սրբազան/հոգևոր կենտրոնները, ծիսական-սրբազան լանդշաֆտը, և պատմամշակութային նշանակություն ունեցող ուխտագնացության կառույցները ներկայացնելուց, որով փորձ է արվում

ցույց տալ ազգի «բարոյական աշխարհագրությունը»: Վերնիսաժյան տարբեր հուշանվերներում նույնպես ակնհայտ տեսանելի է Հայաստանը «հոգևոր» կամ «բարձրարժեք» օբյեկտներով հագեցած «սրբազան լանդշաֆտ» ներկայացնելու միտումը: Նարդիներում պատկերված հորինվածքի միջոցով արտահայտվում է բնական և սրբազան լանդշաֆտը՝ համադրված Արարատ լեռան ֆոնին արդյունքում ստացվում է մշակութայնացված Հայաստանի խտացված պատկերը, որի մեջ, որպես կանոն, ներառվում են տաճար (Գառնի, Չվարթնոց և տարբեր եկեղեցիներ՝ Նորավանք, Խոր Վիրապ ևն), խաչքար, գիրք, հուշարձանի բեկոր (ջարդված կամ ճաքած սյուն, ճաքած խաչքար: Նարդիների, այլ հուշանվերների վրա հուշարձանների «խտացած» խորհրդանշանային համակարգերի կառուցումը դառնում է յուրահատուկ միջոց, որով վերնիսաժը կատարում է հայկականության «բրենդինգ», ընդ որում պատկերված հուշարձանների և կոթողների մեծ մասը հայտնի զբոսաշրջիկային վայրերն են, կամ այսպես կոչված «հայաստանյան բրենդներ»:

2.2. Ազգային ինքնության հին ու նոր խորհրդանշանները

Ինքնության ներկայացման ընթացքում, որպես կանոն, անդրադարձ է կատարվում նաև անցյալի պատմական կոնկրետ «ուկե դարաշրջանին» կամ «հաղթանակած» ժամանակներին: Վերնիսաժում «հաղթանակած կամ փառավոր անցյալը» պատկերվում է «Հայաստանի փառքի» նախահայր Հայկի և հետագա հայոց արքաների պատկերներից կազմած դեռ 19-րդ դ. վերջից հայտնի ազգային ծագումնաբանական ծառի հորինվածքի ձևով: Փորձ է արվում համադրումներ կատարել հին ու նոր հերոսների. հին հերոսների շարքում արդեն հայտնվում է ուրարտական Արգիշտի թագավորը, իսկ նորերի շարքում՝ զորավար Անդրանիկը: Տիգրան Մեծի և Վարդան Մամիկոնյանի պատկերները նման համադրումներում և առանձին նկարներում ավելի «կանոնիկ» են և ամենահաճախն են հանդիպում մարմնավորելով հայ հերոսի իդեալական կերպարը: «Դասական» ազգային հերոսների կողքին վերնիսաժում կարելի է հանդիպել նաև ժամանակակից հերոսներին, սակայն վերջիններս երբեմն պատկերվում են ծաղրանկարային «հակահերոսների» տեսքով: Հուշանվերներում հայրենիքը նաև վերարտադրվում է որպես ազգային հերոսների «գործունեության» միջավայր: Օտար անձանքին «հայրենիքը» ներկայացվում է շերտ առ շերտ. վարպետները նախ կառուցում են ինքնության արեալը, մշակութայնացնում են այն և հետո նաև «բնակեցնում» իդեալական և իրական հերոսներով:

Հայ ինքնության կամ ավանդական հայկական մշակույթի պահպանման և ներկայացման գործընթացը քննարկվում է նաև վերնիսաժում վաճառվող տարագով տիկնիկ-հուշանվերների և աղաման-հուշանվերների խորհրդանշանների վերարտադրման առանձնահատկությունների և օրինակավորությունների ուսումնասիրությամբ: Մասնավորապես դիտարկվում են՝ ինչպես է շուկայի պահանջով ստեղծվում «ավանդական» մշակույթ համարվող տեսականի, որն իրականում սեմիոտիկ նշանակությամբ և կառուցվածքով համահունչ չէ բուն ավանդականին: Վերնիսաժում տիկնիկ-ֆիգուրը «ավանդական տարագ» բնութագրին զուգահեռ ինքն է դառնում հայկականության արտեֆակտ:

Երևանյան վերնիսաժում տիկնիկ հուշանվերների տեսակը վաճառքի է ներկայացվել սկսած 1995/1996 թթ., ընդ որում, չնայած հիմնական տիկնիկագործները կանայք են, սակայն տղամարդ վարպետների պատրաստած տիկնիկներն են, որ համարվում են «խկական», ինչը քննարկման դաշտ է բերում կին – տղամարդ վարպետ դասական «հակամարտությունը»: Տիկնիկների միջոցով վերնիսաժ են գալիս որոշ ավանդական տիկնիկներ (Նուրին, աղաման ևն), սակայն ոչ թե բնօրինակ տեսքով և բնորոշ ծիսական խորհրդով, այլ նոր տեսքով և ծիսական ու կիրառական նշանակությամբ: Տիկնիկ հուշանվերները ներկայացվում են ոչ միայն որպես ենթադրյալ ավանդական տարագ կրողներ, այլև ժամանակակից քաղաքային կերպարներ: Եթե հերոսների միջոցով վերակառուցվում և ներկայացվում է ազգային ինքնության փառավոր անցյալը, ապա տիկնիկների միջոցով հուշանվերային արվեստում ներկայացվում են հասարակության տարբեր սոցիալական խմբերը, ժամանցը, տարագը:

Վերջին տարիներին լայն տարածում է ստանում նաև թեմայի՝ որպես նոր համահայկական, մշակութային ինքնության խորհրդանշանի կիրառումը, դրա գործածումը հուշանվերներում, մշակութային մեկնաբանումը և խորհրդանշանային ենթատեքստը: Նույն «կերպարը» այս կամ այն պատճառով բուռն զարգանում է ներկա փուլում, որի ընթացքին հետևելիս տեսնում ենք, թե ինչպես է ստեղծվում երևակայվող և հորինվող ազգային ինքնության նոր մոդել: Ուշագրավ է, որ նաև խորհրդանշանացումը տեղի է ունենում տարերայնորեն՝ թե՛ «ներքին», թե՛ «վերին»: Մկզբնական փուլում նույն արտահայտում էր անորոշ «հայկականություն», ապա 2009-ից աստիճանաբար սկսում է իր վրա վերցնել հայկականություն արտահայտող տարածված թեմաները՝ գիրք, Արարատը, ցեղասպանությունը, ավանդական մշակույթից՝ աղամանը,

տիկնիկը, խաչքարը, կենաց ծառը ևն (ինչպես դա կատարվում է նարդիների երեսներին): Նույնը հուշանվերային արվեստում դառնում է այն ունիվերսալ լեզուն, որի միջոցով վերակենդանանում կամ արտահայտվում են հայ ինքնության տարբեր համակարգերը: Այս առանձնահատկության շնորհիվ համապատասխան արտեֆակտների միջոցով նույն իր սեմիոտիկ նշանակության մեջ ներկայացնում է Հայաստանի տարածքի նախաքրիստոնեական, քրիստոնեական և ժամանակակից մշակութային, ազգային ինքնության տարբեր շերտեր:

Վերջաբան. Վերնիսաժի տեղաշարժը Հայաստանում և Հայաստանից դուրս

Վերնիսաժյան «հայկականություն» ներկայացնող հուշանվերային արվեստը կրկնօրինակվում և օգտագործվում է ՀՀ մարզերում և արտերկրում, այս տեղեկները բնորոշվում է որպես զբոսաշրջային արվեստի ներքին և արտաքին գլոբալիզացիա: Հայաստանում հուշանվերային ներքին գլոբալացման հիմնական վայրերը տուրիստական խմբերի կողմից առավել հաճախելիությամբ հայտնի պատմամշակութային հուշարձաններն են (Գառնի, Սևանա թ-կղ. ևն): Քաղաքային միջավայրում վերնիսաժյան «բրենդը» տարածվում է հուշանվերային խանութներում: Իսկ արտերկրում հատկապես սփյուռքահայ համայնքներում է, որ պահանջարկային է դառնում վերնիսաժյան «բրենդը» կամ կրկնօրինակումը: Այսպես, Լոս Անջելես քաղաքում արդեն արտադրվում են հայկական հուշանվերներ, որոնք կրկնօրինակում են վերնիսաժյան ոճը: Իսկ վերնիսաժյան հուշանվերային արվեստը արտահանվում է Վրաստան, Ռուսաստան, Եվրոմիության անդամ երկրներ, ԱՄՆ, Կանադա, Արգենտինա:

Վերնիսաժյան հուշանվերային տեսականու «միգրացիայի» արդյունքում ձևավորված ներքին և արտաքին հուշանվերային ցանցը կարող է ստեղծել հայ ինքնության միևնույն, ընդհանրացված և «ճանաչելի» պատկեր Հայաստանի տարածքում և արտասահմանում:

Եզրակացություն

Երևանյան վերնիսաժների մշակութաբանական ուսումնասիրությունը, բացի բուն մշակութաբանական հարցադրումներից, հնարավորություն տվեց վերականգնելու քաղաքի այս յուրահատուկ հատվածների կազմավորման պատմությունն ու դրա դերը քաղաքային լանդշաֆտում: Երկու վերնիսաժների ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս եզրակացնելու, որ.

• «Մարյանի վերնիսաժն» ընթացել է փուլային մասնակցության զարգացման ուղով: Ժամանակագրական դասակարգմամբ առաջին փու-

լում վերնիսաժի տարածքը զբաղեցնում էին նկարիչները, երկրորդում նրանց միանում են ստեղծագործող վարպետները, երրորդում հայտնվում են մանրածախ առևտրով զբաղվողները, ովքեր այս տարածքը վերածում են քրջի շուկայի կամ կիսաշուկայական մի տարածքի:

• 1993 թ. կազմավորվում է նոր վերնիսաժը, որը «Ժառանգել» է այդ անվանումը նախկին «Մարյանի վերնիսաժից» նոր վայր տեղափոխվածների շնորհիվ: Երկու վերնիսաժներում հստակ գործում է տարածքի յուրացման կենտրոն – ծայրամաս հակադրության սկզբունքը, որին համապատասխան ստեղծվում են իրական և կոնցեպտուալ կենտրոնում աշխատող «պրեստիժային» կերպարները, ովքեր իրենց հակադրում են եզրամասը զբաղեցնողներին: «Մարյանի վերնիսաժում» առավել հարգված էին նկարիչները, իսկ նոր վերնիսաժում՝ ստեղծագործ-վարպետները: Վերնիսաժի ներքին տարածքը ձևավորվել է ինքնակազմակերպման միջոցով:

• Հետխորհրդային շրջանում վերնիսաժը կատարում է սոցիալական վերամասնագիտացման միջավայրի գործառույթ: Նոր վերնիսաժը դառնում է հետխորհրդային Հայաստանի սոցիալ-մշակութային վիճակը «գրանցող» մի համակարգ:

• Վերնիսաժի հուշանվերային հատվածում ստեղծվում է վերնիսաժյան յուրատեսակ ստեղծագործական միջավայր, որտեղ վարպետի հեղինակությունը, նրա աշխատանքների տեսականին ու ոճը կախված են շուկայական ցուցիչներից:

• Վերնիսաժում արտահայտվում է կին և տղամարդ վարպետների «հակադրությունը», որը ցույց է տալիս ոչ միայն հայկական մշակույթում այս երկու կերպարների, այլ ընդհանրապես նրանց մշակութային ծիսական «հակամարտության»՝ աստիճանակարգության ընկալումը:

• Վերնիսաժյան տարբեր դերակատարում ունեցող խմբերի՝ վարպետների և վերավաճառողների միջև գոյություն ունի «մենթալ» սահման: Մեփական տարածքի սահմանագծմանը զուգահեռ փոփոխվում է նաև խմբի անդամների վարքագիծը և շարժումները «սեփական» և «օտար» տարածքում:

• Երկու վերնիսաժները դառնում են քաղաքային հանրային տարածք, միևնույն ժամանակ «Մարյանի վերնիսաժը» հավակնում է ներկայացնել «նորարար-ագատ» ոճի արդի հայկական գեղարվեստը, իսկ նոր վերնիսաժը՝ հայկական մշակութային ինքնության սպեկտրը:

• Վերնիսաժում վաճառվող հուշանվերներում ներկայացված խորհրդանշանների և սյուժեների քննությունը թույլ է տալիս առանձնացնել

հետևյալ թեմաները, որոնք ներկայացվում են իբրև ազգային ինքնության խորհրդանշաններ. 1) Արարատ լեռ, 2) Նոյյան տապան, 3) մաշտոցյան գիրը, 4) եկեղեցիներ, հուշարձաններ, 5) ազգային որևէ բնութագիր պարունակող տիկնիկներ, 6) աղամաններ, 7) պատմական կերպարներ, հերոսներ, անհատներ, 8) հայկական բարը, նուռ, խաղող, ընդդեմ, 9) ժայռապատկերներ, 10) Հայաստանի պետական խորհրդանշաններ, 11) Հայաստանի բնատեսքն ու քարտեզը, 12) Երևան քաղաքը:

• Հայաստանի բնատեսքի, քարտեզի խորհրդանշանայնացումը կամ ազգային ինքնությունն և հայրենիք-լանդշաֆտ կապը կառուցվում է մի քանի հարթությունից՝ աշխարհագրական սահմանի արձանագրում, տարածքի անվանակոչում-մշակութայնացում, սրբազան-ծիսական տեղանք ևն: Հայրենիք-տարածքի բոլոր հարթությունների միավորումը ստեղծում է զգայական, համայնքային-նույնականության ընկալում, ինչը նշանագիտական առումով նմանվում է ժամանակակից տեխնոլոգիաներում կիրառվող «մատրիցային» սկզբունքին և միավորում է մարդուն, ժամանակը, տարածությունը, մշակույթը և հիշողությունը:

• Հուշանվերների (օրինակ, կարդիների տախտակների) խորհրդանշանային համադրումները ներկայացնում են հայկական մշակույթը կամ «հայկականությունը»՝ այն տեղադրելով բնական և սրբազան լանդշաֆտի՝ Արարատ լեռան ֆոնին: Արդյունքում ստացվում է մշակութայնացված Հայաստանի խտացված մի պատկեր, որտեղ, որպես կանոն, ներառվում են տաճար (Գառնի, Ջվարթեղոց և տարբեր եկեղեցիներ), խաչքար, գիրք, հուշարձանի բեկոր (ջարդված կամ ճաքած սյուն, ճաքած խաչքար): Տարբեր հուշանվերների և հատկապես նարդիների վրա հուշարձանների «խտացած» խորհրդանշանային հորինվածքը դառնում է այն միջոցը, որով Վերնիսաժը կատարում է հայկականության «բրենդինգը»:

• Վերնիսաժյան հուշանվերներում արտահայտված են երևակայական կամ սիմվոլիկ և իրական-փաստացի հայրենիքի ընկալումները: Երևակայական հայրենիքն արտահայտվում է արստրակտացված անցյալ կամ ապագա կարգավիճակով՝ հիմնականում Արարատ լեռան պատկերի միջոցով: Հայաստանը որպես իրական-փաստացի հայրենիք, ներկայացվում է պետական և այսօր ՀՀ-ն ներկայացնող խորհրդանշանների միջոցով՝ դրոշ, զինանշան, Հանրապետության հրապարակ, կառավարության շենք ևն: Երբեմն երևակայական և փաստացի-իրական հայրենիքները հանդես են գալիս համադրված՝ միևնույն տարածության և ժամանակի մեջ:

• Վաճառասեղանի վրա ստեղծվող հորինվածքները հաճախ դառնում են «ինքնուրույն աշխատանքներ», որոնք երբեմն ավելի խոսուն են արտահայտում ազգային ինքնության համակարգը, քան այդ միանվագ, բայց և համարյա ամեն օր կրկնվող իմաստային հորինվածքներ կազմող բաղադրիչ-հուշանվերները: Այդպիսի համադրումներ մարմնավորվում են «խտացած» խորհրդանշանային հորինվածքներում: Վաճառասեղանի վրա ստեղծվող համադրումները փաստորեն միանվագ ցուցադրություն-էքսպոզիցիաներ են, ինչը թույլ է տալիս դիտել վերնիսաժյան տոնավաճառները պոստ-մոդոռնիստական թանգարանային համատեքստում (Ջ. Քլիֆֆորդ):

• Ցույց է տրվել, թե ինչպես նուրը դառնում է հայկական ինքնության տարբեր համակարգերը ներառող և ամբողջականացնող ինքնության համապարփակ խորհրդանշան, վերածվում է յուրահատուկ լեզվի, որի միջոցով արտահայտվում են տարբեր ինքնություններ՝ ներառելով ոչ միայն հայերի պատմական հայրենիքի, սփյուռքի, այլև Հայաստանի Հանրապետության և պետականության իմաստը:

• Վերնիսաժում վաճառվող հուշանվեր տիկնիկները, որոնք համարվում են ավանդական ազգային տարազը ներկայացնող մոդելներ և հայ մշակութային ինքնության օրինակներ, իրականում վարպետներն են հորինում: Տիկնիկների միջոցով վերնիսաժ են գալիս որոշ ավանդական տիկնիկներ (Նուրին, աղաման ևն), սակայն ոչ թե բնօրինակ տեսքով և բնորոշ ծիսական խորհրդով, այլ նոր տեսքով և ծիսական ու կիրառական նշանակությամբ:

• Հուշանվերներում հայրենիքը վերարտադրվում է որպես ազգային հերոսների «գործունեության» միջավայր: Օտար անձանոթին «հայրենիքը» ներկայացվում է շերտ առ շերտ. վարպետները նախ կառուցում են ինքնության արեալը, մշակութայնացնում են այն և հետո նաև «բնակեցնում» իդեալական և իրական մշակութային և ազգային հերոսներով:

• Վարպետներն իրենց յուրովի մոտեցումն են ցուցաբերում ազգային հերոսներին և ինքնության այլ խորհրդանշաններին՝ մաս կազմելով հանրային քննախոսությանն ու սեփական ներդրումը կատարելով նոր խորհրդանշանների ստեղծման և տարածման գործում:

Հաշվի առնելով, որ հուշանվերային վերնիսաժի ապագան այսօր վարչական քննարկումների առարկա է և նրա ճակատագիրը դեռևս վերջնականորեն պարզ չէ՝ տվյալ աշխատանքն այդ առումով կարող է դառնալ քաղաքային ուրույն մշակութային տարածքի և ազգային ինքնության ընկալման և ներկայացման տարեգիրք:

бализмом. Сувениры с символами армянской идентичности переключиваются с ереванского Вернисажа в сувенирные магазины при армянских историко-культурных памятниках. Посещая достопримечательности Армении, туристы встречают тот же ассортимент сувениров с ереванского Вернисажа, который, как считается, представляет национальные и традиционные символы культурной идентичности. Это создает визуальное впечатление того, что этот сувенирный символизм является общим для Армении в целом, и таким образом создается общий, глобализованный на локальном уровне образ армянской культуры.

В заключение отметим, что Вернисаж не только сохраняет национальную культуру, согласно общему мнению, но также создает некие стандартные образцы и стереотипы, репрезентирующие армянскую культуру и «армянность».

Hamlet L. Melkumyan

**THE DYNAMICS OF DEVELOPING AND PRESERVING
ARMENIAN CULTURE AT THE MODERN STAGE
(A Cultural Study of the Yerevan Vernissages)**

Summary

The PhD thesis discusses the phenomenon of representation of the Armenian national traditional culture and the so called “Armenianness” through symbols of identity at the two Yerevan Vernissages.

The thesis consists of Introduction, two chapters, Afterword, Conclusions, Bibliography, Photo Catalogue, and maps’ attachments.

Chapter One addresses the history of formation of the two Vernissages in Yerevan that have played very different roles in urban culture and public life of the city. The first one, the so called Sarian Vernissage, was formed in 1986 as a mini cultural-artistic center of Yerevan. From the very beginning the Vernissage was conceived as a place, where artists could oppose their art the mainstream official Soviet art and freely exhibit works usually not accepted by the Soviet cultural policy. In this chapter the further transformation of this first Yerevan Vernissage from an open-air fine art exhibition-market into a trade fair and flea market is discussed. In this chapter, the changes in mentality and social perceptions concerning public spaces are outlined, which occurred in the period before and after the collapse of the Soviet Union. This brings us to the idea of urban space as a theoretical concept according to which space is shaped through actions, can be deemed as the outcome of synthesis and positioning of practices and somehow shows semiotic and symbolic constructions of urban identity. Therefore, we argue that the urban public spaces such as the Yerevan Vernissages are a product of recent transformations of urban culture and specifics of social life. After the independence of Armenia, amateur artisans and vendors of domestic and other household goods, handicrafts and souvenirs gradually appeared in the outskirts of the Saryan

Vernissage. However, the process of transformation of an artistic Vernissage into a goods’ market was prevented and the nascent flea market was moved from the space that claimed to be a cultural center of the city. The “rejected” participants of the Saryan Vernissage were moved in 1993 to the new Vernissage and a flea-market that were formed on a boulevard located in the vicinity of the official center of Yerevan, the Republic square. The new marketplace inherited the title “Vernissage” and later on became one of the most popular public places in Yerevan. The newly formed Vernissage has been turned into the first souvenir market in Yerevan, visited by numerous tourists and local residents. The new Vernissage has displayed a growing activity of customers of handcraft goods, and being presented at the Vernissage has become economically attractive for sellers from different markets. On the other hand, the Vernissage has also been transformed into a public place where one may pass his/her leisure-time. In fact, nowadays the Yerevan Vernissage is a mixture of a handicraft art culture, a leisure-time place (for both foreign visitors and local residents) and a market. The thesis summarizes different sociocultural aspects of the Yerevan Vernissage as a public space with emphasized characteristics of a trade fair.

The second chapter discusses the main trends in representation of the Armenian national culture and “Armenianness” through identity symbols at the new Vernissage. My own observations have showed that almost all my interlocutors/informants consider the Vernissage as a micro-environment, which exposes symbols of Armenian traditional culture as the art for tourists. The Vernissage artisans perceive this cultural space in the same way. However, most of them are not mainly involved in re-using the traditional symbols, but rather in their re-shaping and re-interpreting. The existence of the “Vernissage brand” could be understood in two ways: on the one hand, the Vernissage as it is becomes the brand of Yerevan, and on the second hand, it brands the symbols of Armenia and Armenianness. The branding of Armenianness in the Yerevan Vernissage takes place through a souvenirs’ assortment. A question may rise why these particular symbols or motives are considered traditional for Armenians. We tried to give some clues to this question as well, though we have not intended to address this issue in detail in this particular work. In any case, as a result, the Vernissage has got a reputation of a place where one can obtain samples of national culture. The majority of the symbols and themes used in souvenirs reflect and represent the most important periods and key events, monuments, manuscripts, personae of Armenian history and culture. Also, the souvenirs’ assortment tends to involve some rare and unique symbols of the Urartian and ancient (Hellenistic) period.

The Vernissage culture also creates a local souvenir market network. This results in a situation that I suggest to call local globalism. Souvenirs displaying Armenian identity symbols move from the Yerevan Vernissage to souvenir shops at the Armenian historical-cultural monuments. In different regions of Armenia tourists come across the same souvenirs originating from the Yerevan Vernissage that are considered to represent national and traditional symbolism of cultural

identity. This may create a visual impression that this souvenir symbolism is common for Armenia in general and thus a common (locally globalized) image of the Armenian culture is being created.

To conclude, we argue that the Yerevan Vernissage does not only preserve the national culture, as it is commonly thought, but also engenders standardized patterns and stereotypes representing the Armenian culture and the "Armenianness" in general.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Khachaturian', written in a cursive style.