

A.R. SAFARYAN

DIFFICULTIES OF COMPREHENDING AN ACADEMIC TEXT IN RUSSIAN IN AN ARMENIAN AUDITORIUM

An attempt to define the peculiarities and difficulties of comprehending an academic text in Russian, the role and functions of academic translation, considering the classical fundamental works on the methods of teaching the Russian language to foreigners, as well as new trends in that sphere, in particular, the linguistic and psychological aspects of constructing a text is made.

Keywords: academic translation, absolute, relative, peculiarity, equivalent, equivalence, structure, contrast.

ՀՏԴ 821.19(312)

Մ.Հ. ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ

ԹՈՒՄԱՆՅԱՆԻ «ՍՈՒՏԼԻԿ ՈՐՍԿԱՆԸ» ԵՎ ԱՐԴԻԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Հովհաննես Թումանյանի «Սուտլիկ որսկանը» հեքիաթի օրինակով քննվում են հեղինակի պատկերացումները ստի տարբեր մակարդակների, դրանց գեղարվեստականացման և արդիականության հետ ունեցած կապի խնդիրները:

Առանցքային բառեր. հիշողություն, երևակայություն, գովազդ, արդիական:

Ներածություն: Չկա գրականություն՝ առանց ազգային երանգի, այսինքն՝ չկա գրականություն՝ առանց էթնիկ հոգեբանության, մյուս կողմից՝ գրականությամբ հնարավոր է պատկերացում կազմել ազգի էթնիկ հոգեբանության մասին[1]: Ժողովրդական հեքիաթները, ինչպես և էպոսն ու առասպելները, լավագույն արտահայտիչն են ցանկացած ժողովրդի էթնոհոգեբանության, աշխարհագրացման, աշխարհընկալման, սպասումների և իղծերի[2]: Ու թեև շատ ժողովուրդների պարագայում հեքիաթների սյուժետային կմախքը նույնն է, բայց հենց հեքիաթներն են ամենից ցայտուն արտահայտում ազգային բարոյական կողեքսը, դիմագիծը, հոգեբանությունը, ձգտումները[3]: Ժողովրդական հեքիաթների բաղադրատարրերն առկա են հեղինակային հեքիաթների մեջ ևս:

Գրականագիտական պրոբլեմ է Թումանյանի այս հեքիաթի և նրա մյուս հեքիաթների համեմատականը: Սրան հարակից՝ գրականագիտական պրոբլեմ է ընդհանրապես հայ հեղինակային հեքիաթների համեմատականը՝ մի կողմից, և համաշխարհային գրականությունից ծանոթ հեղինակային նույնատիպ հեքիաթների համեմատականը՝ մյուս կողմից: Ոչ պակաս կարևորության է նաև տվյալ ժամանակաշրջանի բեկման կերպերի առանձնահատկությունների պրոբլեմն

ընդհանրապես Թումանյանի այս հեքիաթի և հայ նոր գրականության այլ դասականների ստեղծագործությունների մեջ:

«Սուտլիկ որսկանի» պարագայում բավականին ցցուն կարելի է ցույց տալ հոգեբանական որոշ կաղապարներ, որոնց դրսևորումները նույնատիպ են այս հեքիաթի գրությունից (1910թ.) ավելի քան 100 տարի անց: Ու թեև Թումանյանի այս հեքիաթի առաջնային ուղերձը վերջին նախադասությունն է՝ «Ո՛չ աչքներս բան տեսավ, ո՛չ բերաններս բան մտավ»[4], սակայն Ամենայն հայոցը զարմանալիորեն կիրառել է այնպիսի հնարքներ, որոնք հատուկ են 21-րդ դարի արագություններին:

Կեղծիքի թումանյանական ընկալումը: Նախ՝ Թումանյանն օգտագործում է «սուտլիկ» մակդիրը, քանի որ հերոսի սուտն այս պարագայում որևէ մեկին վնասելու նպատակ չի հետապնդում, ու եթե վնասում է, ապա միայն պատմողին: Սա Թումանյանի համար կայուն աշխարհագրագոյություն է. նրան է պատկանում նաև այս միտքը՝ «Ով ինչ անի՝ իրեն կանի»: Հեղինակը դեռևս 1907թ., այսինքն՝ «Սուտլիկ որսկանի» գրությունից դեռ 3 տարի առաջ գրում է «Անկեղծ չենք» հրապարակումը, որը սկսում է այսպիսի նախադասությամբ. «Երբեք այսքան մեծ չի եղել անկեղծության կարիքն ու կարոտը, ինչպես այսօր, և երբեք այսքան ահռելի չափերով չի հայտնվել կեղծիքը, ինչպես այսօր»[5]: Թումանյանն այստեղ գծագրում է այն տեխնոլոգիան, որ մի քանի տարի անց կիրառեց «Սուտլիկ որսկանում». «Հաճախ սրանց շահատակությունը տևում է շատ երկար, նայած թե ինչ տեղ են մեյդան բաց արել և ով են թամաշավորները կամ երբ են գլխի ընկնելու: Ու որպեսզի այդ թամաշավոր-ժողովրդի սիրտը շահած լինեն ու բարեկամ պահած, միշտ գոռում են «ժողովրդի» անունը: Խոսքն ընչի մասին ուզում է լինի, միշտ վերջացնում են «ժողովուրդով»: Ժողովուրդն այսպես է կամենում... «Ժողովուրդը մեզ հետ է... Ժողովուրդը ձեզ կդատի... Ո՞ր ես, ժողովուրդ, անարգում են քեզ...»: Այդ հերիք չէ դեռ: Ժողովուրդն էլ են կործանում... Իրենց մարդկանցից ոմանց հանդես են բերում կեղծ ստորագրություններով, անգրագետներին իրենց շինած հողվածներով ներկայացնում որպես ժողովուրդ:

- Տեսե՛ք, ժողովուրդը մեզ հետ է:

Դե եկեք ու ջոկեցեք իսկականը կեղծիքից: Եվ ո՞վ պիտի ջոկի, ե՞րբ, ո՞ր մի տեղը...»:

Այս տողերի և արդիականության կապը մեկնաբանման կարիք չունի: Այդ կապը եղել է նաև խորհրդային շրջանում, երբ «Հայֆիլմը», ցավոք՝ ռուսերեն, իր հերթին «Սուտլիկ որսկանը» 1981թ.-ին մուլտֆիլմի [6] վերածեց: Թումանյանի համար ստի ֆենոմենն է կործանման արմատը, նա գրում է. «Եվ մի ժողովուրդ,

որ այսքան կեղծիքներ ու կեղծավորներ ունի, այսքան խարդախներ ու խաչագողներ ունի, չի սիրվիլ, որքան կուզե խելոք լինի, որքան կուզե գոռա, թե կուտուրական եմ ես...

Նրա գործերը միշտ գետնին կմնան, որքան ուզում է գործիչներ ունենա:

Նրա մեջ կատարված հասարակական թե ազգային գործերը խախուտ են միշտ:

Նրա ամեն ընկերակցությունը հենց սկզբից իր մեջ ունի քայքայման բոլոր սաղմերը»:

Թումանյանին հետաքրքրող այս թեման, որը հեղինակն ընկալել է որպես հանրային առանցքային արժեք, արտահայտվել է նրա «Սուտասանը» հեքիաթում[7], դարձյալ 1907թ.-ին գրված:

Ավելին՝ «Սուտլիկ որսկանի» գրությունից առաջ Թումանյանը թարգմանել էր 18-րդ դարի գերմանացի գրող Ռուդոլֆ Էրիխ Ռասպեի «Բարոն Մյունհաուզենի արկածները» շարքը:

Եթե հրապարակախոսական հողվածում Թումանյանը քննել է ստի, կեղծիքի *հանրային* կողմը, ապա հեքիաթներում անդրադարձել է բացառապես *անհատական* կողմին: Այդ են վկայում հեքիաթների վերնագրերի որոշակի փաղաքշական ձևակերպումները՝ «սուտլիկ», «սուտասան», բայց ոչ երբեք «ստախոս», «խաբեբա» և այլն: Ստի բազմաթիվ պատճառներից այստեղ կիրառված է թերևս ամենաանվնասը՝ ինքնագովության և ինքնահաստատման նպատակ հետապնդողը: Հանրային չարիք է դառնում այն սուտը, որը կիրառում են զանգվածների վրա ազդեցություն ունեցողները. Թումանյանը գիտե, որ բոլոր ստերի համար օրինաչափություն է այն, որ սուտն ինչքան մեծ ու անհավանական լինի և կրկնվի բազմիցս, այնքան կարող է ավելի խոշոր նստվածք թողնել, ավելի համոզիչ դառնալ, ինչպես որ հիշողության ամրապնդման միջոցներից է կրկնությամբ անգիրը: Այդ մեթոդի մասին բացահայտ արտահայտվել էր Յոզեֆ Գեբելսը, որի պրակտիկ կիրառության հետևանքը միլիոնավոր զոհերն էին: Թումանյանը դա հստակ արձանագրում է վերոնշյալ հողվածում՝ գրելով. «Դերասանությունը գեղեցիկ է բեմի վրա, ուր խաղում են, բայց նա գարշելի է կյանքի մեջ, ուր ապրում են»: Գեղագիտական այդ ընկալումը բացահայտ տիպավորվում է «Սուտլիկ որսկանում». հերոսը սովորական դերասան է այն համագյուղացիների առջև, ում համար ելույթ է ունենում. դա է պատճառը, որ նա ոչ թե խաբեբա է, այլ ընդամենը սուտլիկ:

Սակայն, Թումանյանը հստակ գիտե, որ սուտը, կեղծիքը երկարատև ժամանակով կերակրել չեն կարող. վաղ թե ուշ բացահայտվելու են:

Թումանյանի հոգեբանական հնարանքները. Նախ՝ Թումանյանն օգտագործում է «սուտիկ» մակդիրը՝ նախապես ոչ այնքան բացասաբար տրամադրելով իր հերոսի հանդեպ: Ապա՝ կիրառում է «երեք» թվի մոգականացված կարծրատիպը՝ «երեք լիճ», «երեք բաղ», «երեք գյուղ» և այլն, որն իր հերթին տրամադրում է դիրքավորվել ֆիզիկականի և մետաֆիզիկականի միջև: Թումանյանի հոգեբանական հնարանքի գերակա մոդելը առաջնային և երկրորդային տեղեկությունների հարաբերակցությունն է, ինչը լայնորեն կիրառվում է ժամանակակից աշխարհում:

Այսպես. մի կողմ թողնելով քաղաքական ենթատեքստ ունեցող հավանական զուգորդումները՝ կենտրոնանանք, ասենք, ամենօրյա *գովազդների* մեկ տեսակի օրինակի վրա, երբ որպես *առաջին տեղեկությո* փողոցում քայլող խանութների ցուցափեղկերի ողջ ծավալով տեսնում է «- 70 % ՁԵՂԶ» մեծատառերով արտահայտությունը՝ *անուշադրության* մատնելով մինուսի ընդամենը գծիկի չափով մանր գրված «Նշված տեսականու համար» երկար արտահայտությունը: Քանի որ զգայարաններից *տեսողականին* բաժին է ընկնում 91%-ը, ապա խայծը կլլելը գրեթե ապահովված է: Քանի որ առաջին տեղեկությո զորեղ ու տիրապետող է, խանութ մտնողը, թեև խանութի ներսում պարզում է, որ զեղչը միայն որոշ՝ իրեն անափտան տեսականու համար է, արդեն *ենթագիտակցորեն կանխատրամադրված է*, որ շահավետ գնում է կատարելու՝ անկախ այն բանից, որ դա այդպես չէ, և նրա *մտապատկերի* նախնական «շահավետ գնումը» միանգամայն այլ չափումներ է ունեցել:

Միանգամայն զուգորդելի են բանկային, հեռահաղորդակցման և այլ պայմանագրերի, ժամկետային սննդամթերքի վրայի գրությունների և այլ տասնյակ օրինակները, երբ խոշոր տառերով գրված են առավելությունները, իսկ *վերջում* ամենամանրով, այսինքն՝ *ուշադրությունից* շեղվող մանրատառերով՝ պարտավորությունները, վնասակարությունը, որոնք հաճախ անհամարժեք են այդ առավելություններին: Նույնն է անում Թումանյանի հերոսը. «երեք լիճ» *առաջին* արտահայտությունը լսելիս ունկնդիրը *մտքում պատկերացնում է* լճեր, և *հաջորդող* տեղեկատվությունը, թե երկուսը ցամաք էին, և երրորդում ջուր չկար, արդեն որևէ *էական* ազդեցություն չի ունենում *նախնական* կաղապարի վրա: Նա չի հասցնում *եզրակացնել*, թե ինքը որտեղի՞ց որոշեց, որ դրանք հատկապես լճերի տեղեր են և ոչ, ասենք, ձորակներ կամ հեղեղատներ: Եթե անգամ փորձի *ուշադրությունը* կենտրոնացնել նման եզրահանգման համար, չի հասցնի, քանի որ անմիջապես հաջորդում է այլ տեղեկատվություն, որն իր հերթին *ուշադրություն*[8] է պահանջում՝ դրանով իսկ «հաշտեցնելով» *նախորդ* տեղեկատվությանը, ապահովելով ստի սահուն «կլլումը»: Այստեղ գործ ունենք ոչ միայն *կար-*

ճարտ հիշողության սահմանափակ լինելու, այլև այն հանգամանքի հետ, որ եթե «առաջին անգամ լսելուց կամ կարդալուց հետո մենք կրնակալենք ինֆորմացիայի նոր բաժին, ապա այն կարտամղվի և կանհետանա հոգեկանից՝ կարճատև հիշողության մակարդակից ավելի խոր մակարդակ չանցնելով»[9]: Եզրակացնելի է, որ գովազդն ընդհանրապես արդար է, թե՛ ոչ – կապված է *իմացության*, *ճանաչողության* հետ: Իմացությամբ զինվածը, ճանաչողական հմտություններ ունեցողն առավել պաշտպանված է գովազդային ծուղակն ընկնելուց, ինչպես նաև առավել հնարավորություն ունի օգտվելու գովազդի դրական կողմից:

Խնդիրը, սակայն, միայն նախկին, եղած հիշողության կանչումը չէ, այլև հիշողությանը, որպես իմացական գործընթացներից կարևորագույնին, դիմելն է: Հիշողության ֆենոմենը երկսայրի սուր է. մի կողմից՝ այն մարդկային կյանքն ինքն է՝ իր մշտական ներկայությամբ, մյուս կողմից՝ այն նույնիսկ հիստերիկ հիվանդությունների հիմքն է[10]: Նաև վաղուց է նկատված, որ ամենից լավ հիշվում է այն, ինչը ընկալվել է «սեփական զգայարաններով, քան նրանք, որոնց մասին լսել է ուրիշներից...»[11]: Այսպես. «Սուտլիկ որսկանի» պարագայում խաղարկելի են հիշողության թե՛ ըստ առընթերության (սահմանակցության) զուգորդությունները (կարելի է ասել՝ «Լիճ – բադ, ձուկ – ձկնորս, բադ – Ձախորդ Փանոս»), թե՛ ժամանակային սահմանակցումները («Ես արդեն կայի հորս կնքունքի և մորս ծնունդի ժամանակ. ե՞ս եմ մեծ, թե՛ ծնողներս»), թե՛ ըստ նմանությունների և ըստ տարբերությունների զուգորդությունները (հիշատակելի է ռաբիզ երգի հատվածը՝ «Պատրոնդաշս կապել եմ, փափախս ծուռ դրել եմ...»), թե՛ պատճառահետևանքային զուգորդությունները[12] (անջուր և ցամաք լիճ):

Մտածողության զարգացման համար պարտադիր պայման է իմացական գործընթացներից երևակայությանը դիմելը՝ չլուծված խնդիրներ առաջադրելով: Օրինակ՝ երբ Թումանյանն ասում է. «Հադին էր, Հյուդին էր, Չատին էր, Մատին էր, հերս էր, ես էի, գնացինք որսի». արդյո՞ք սուտլիկ որսկանի պատմելու ընթացքում ներկա էին նշված անձինք, ինչպե՞ս են նրանք դրսևորում իրենց, եթե ներկա են: Կամ՝ շարունակենք պատմությունը, երբ պատմության ընթացքում կամ վերջում հայտնվում է նրանցից որևէ մեկը: Սրանցից բխող՝ ինչե՞ր կփոխվեին հեքիաթի գաղափարի մեջ, եթե այս կողմերին ևս անդրադառնար Թումանյանը:

Եզրակացություն: Թումանյանի «Սուտլիկ որսկանը» հեքիաթը միանգամայն արդիական է ոչ միայն ստի թեմային անդրադարձով, այլև հեղինակի կիրառած հոգեբանական ներազդման մեթոդներով, որոնք լայնորեն կիրառվում են ժամանակակից աշխարհում: Թումանյանը խնդրի հրատապությունը և հոգեբանության իր խոր ճանաչողությունը ներակայացրել է գեղարվեստական շա-

պիկով, ինչը ստեղծագործությունն օժտում է արվեստի ամենից կարևոր առանձնահատկությամբ՝ անժամանակությամբ, հարատևությամբ:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

1. **Նալչաջյան Ա.**, Էթնիկական հոգեբանություն, Եր., Զանգակ-97, Հոգեբան, 2001, էջ 83-84:
2. **Աբեղյան Մ.**, Երկեր, հատոր Ա., Եր., ԳԱ, 1966, էջ 330:
3. **Ջրբաշյան Էր., Մախչանյան Հ.**, Գրականագիտական բառարան, Եր., Լույս, 1980, էջ 187:
4. **Թումանյան Հ.**, Ընտիր երկեր, Եր., Սովետական գրող, 1978, էջ 367-369:
5. Նույնը, էջ 399-402:
6. Սուտիկ որսկանը (մուլտֆիլմ) - <https://www.youtube.com/watch?v=m0Kmp1heAVg>:
7. **Թումանյան Հ.**, նշվ. աշխ.-ը, էջ 345-346:
8. **Նալչաջյան Ա.**, Հոգեբանական բառարան, Եր., Լույս, 1984, էջ 202-203:
9. **Նալչաջյան Ա.**, Հոգեբանության հիմունքներ, գիրք 1, Եր., Բուկինիստ, 2016, էջ 359:
10. **Фрейд З.**. Психология бессознательного.- М.: Просвещение.- 1989. - 351 с.
11. **Հովասափյան Հ.**, Գրականության ուսուցման հարցեր, Եր., Լույս, 1979, էջ 72:
12. **Նալչաջյան Ա.**, Հոգեբանության հիմունքներ, նշվ. աշխ.-ը, էջ 344-350:

М.Г. АЙРАПЕТЯН

“ОХОТНИК-ВРАЛЬ” О. ТУМАНЯНА И СОВРЕМЕННОСТЬ

На примере сказки Ованеса Туманяна “Охотник-враль” исследуются представления автора о различных уровнях лжи, вопросах их связи с искусством и современностью.

Ключевые слова: память, воображение, реклама, актуальный.

М.Н. НАЙРАПЕТЯН

TUMANYAN'S “LIAR HUNTER” AND MODERNITY

On the example of the fairytale of Hovhannes Tumanyan “Liar Hunter”, the author's ideas at different levels of lie, the issues of their connection with art and modernity are studied.

Keywords: memory, imagination, advertising, relevant.