ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ ԼԻԱՆԱ ՆԵՐՍԵՍԻ

ՀՀ ՏՊԱԳԻՐ ԵՎ ԱՌՑԱՆՑ ՄԱՄՈՒԼԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՄԻՖԱՍՏԵՂԾՄԱՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐ (1990-2018)

Ժ.01.06 – «ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱ» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՄԲ ԲԱՆԱՍԻՐԱԿԱՆ ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԹԵԿՆԱԾՈՒ ԳԻՏԱԿԱՆ ԱՍՏԻՃԱՆԻ ՀԱՅՑՄԱՆ ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ 2025

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝ Պետրոսյան Դավիթ Վլադիմիրի

բանասիրական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝ Աթանեսյան Արթուր Վլադիմիրի

քաղաքական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր

Սաֆարյան Արման Ալեքսանդրի

բանասիրական գիտությունների թեկնածու

Առաջատար կազմակերպություն՝ Խաչատուր Աբովյանի

անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարան

Ատենախոսության պաշտպանությունը կայանալու է 2025 թ. հունիսի 4-ին՝ ժամը 12:00 -ին, ԵՊՀ-ում գործող՝ ՀՀ ԲԿԳԿ-ի գրականագիտության 012 մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ ք. Երևան, 0025, Աբովյան 52ա, ԵՊՀ հայ բանասիրության ֆակուլտետի մասնաշենք, 202 լսարան:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ԵՊՀ-ի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է՝ 2025 թ. ապրիլի 21-ին:

Մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար՝ բանասիրական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր

ԱԼ. Ա. ՄԱԿԱՐՅԱՆ

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Ժամանակակից հայ լրագրության պատմությունը Հայաստանի Հանրապետության նորագույն պատմության կարևոր մասն է կազմում, քանի որ ի սկզբանե անկախության կերտման, պետականաստեղծման ճանապարհին մեդիամիջոցներն ամբողջությամբ ներգրավված են եղել քաղաքական գործընթացներում: Ընդ որում՝ հաճախ որպես որևէ քաղաքական ուժի կամ գործչի անձնական շահերի երաշխավորներ: Այս գործընթացներում նրանք քանիցս դիմել են քաղաքական միֆերի (առասպելների) օգնությանը:

Միֆական մտածողությունը մարդկության պատմության անբաժան ուղեկիցն է և հատուկ է քաղաքակրթության պատմության բոլոր շրջաններին: Աշխարհապատկերման գործընթացի միֆապատումը բնորոշ է ինչպես նախնադարյան, միջնադարյան հասարակություններին, այնպես էլ ժամանակակից մարդուն: Հանրության զարգացման արդի փուլում տեղի ունեցած աննախադեպ իրադարձությունները՝ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և ինֆորմացիոն աղբյուրների առատություն, ժողովրդավարական համակարգերի ստեղծում, դրանցում առկա հակասություններ, տեղեկատվական, հիբրիդային պատերազմներ, ոչ միայն անհատներին չեն ազատել մոգականացման պատրանքներից, այլև ավելի են խորացրել իրավիճակը: Սոցիալական, քաղաքական ճգնաժամերը միֆաստեղծման փորձաքարի են վերածում ժամանակակից իրականությունը:

Միֆաստեղծման գործընթացը քննության և մեկնության շարունակական ճանապարհ է անցնում: Ժամանակակից միֆերը նախապես մշակված և թիրախավորված սոցիոմշակութային իրականության ստեղծման կամ վերաիմաստավորման գործիք են, որոնք, ազդելով հանրույթի գիտակցության վրա, նրան գցում են տեղեկատվական թակարդը, կառավարում սոցիալական վարքագիծը և որպես վերջնարդյունք՝ մղում որոշակի գործողությունների[1]: Ստացվում է, որ միֆերն այլևս չեն կիրառվում որպես գոյության իմաստի բացատրման մեխանիզմներ, ինչպես հիմնականում պարզունակ հասարակություններում, այլ համարվում են գործիքներ հասարակության ուղղորդման և ճգնաժամերի հաղթահարման գործում:

Միֆերը կիրառվում են հանրային կյանքի տարբեր ոլորտներում, սակայն ամենից շատ դրանց կարելի է հանդիպել «քաղաքական թատերաբեմում»: Կարծիք կա, որ միֆերն այսօր այնքան են տարածվել, որ հաճախ փոխարինում են քաղաքական իրականությանը[2]: Վերջիններիս կիրառման անհրաժեշտությունը մեծանում է հասարակությունների համար կարևոր,

---

[1] Տե՛ս Բաբաջանյան Լ., Առասպելը որպես ամբոխի մարդու սոցիոմշակութային իրականության կառուցարկման գործիք, Երևան, «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 3 (18), 2015, էջ 12:

[2] Տե՛ս Леви-Строс К., Структурная антропология, М., изд. «ЭКСМО-Пресс», 2001, с. 217.

հաճախ ճգնաժամային, անցումային իրավիճակներում, երբ կա զանգվածային գիտակցությունը տնօրինելու, առաջնորդելու խնդիր:

Ֆրանսիացի փիլիսոփա Գ. Թարդն ընդգծում է, որ ճգնաժամային հասարակությունների վրա ազդեցություն ունենալու համար պետք է կիրառել իռացիոնալ մեթոդներ, քանի որ դրանք սոցիալական խմբերի պահանջմունքները բավարարում են կրքերի և ոգեղեն խոսքերի միջոցով[3]: Ժողովրդավարական հասարակություններում նման իրադարձություններ են պետական կառավարման մարմինների ընտրությունները, որոնք իրականացվում են գաղտնի քվեարկությամբ ժողովրդի կողմից: Պատահական չէ, որ քաղաքական իրականությունն ընդունված է տրոհել երկու ժամանակահատվածի՝ մինչև ընտրությունները և դրանցից հետո:

Այսօր ժամանակակից քաղաքական միֆերի ստեղծումն ու տարածումը տեղի են ունենում մեդիայի միջոցով: Միֆական իրականության ստեղծումը դարձել է ՋԼՄ-ների հիմնաքարային գործառույթը: Հասարակության տեղեկատվական ծարավը հագեցնելուց անդին մեդիան այսօր ձևավորում է վարքային նոր մոդելներ, կարգավորում է ժամանակակից մարդու արժեհամակարգը, տնօրինում վարքագիծը[4]: Պատահական չէ, որ ՋԼՄ-ները, որդեգրելով միֆաստեղծման մի շարք մեխանիզմներ, ՀՀ նորագույն պատմության բախտորոշ ժամանակահատվածներում հաճախ շեղելով գործողությունների բնական ընթացքը, իրենց ձեռքն են վերցրել իրավիճակների կառավարման ղեկը, ազդել տեղեկատվության ժամանակակից սպառողների սոցիալական ընտրության վրա: Հաշվի առնելով քաղաքական գործընթացների վրա լրատվամիջոցների ունեցած հսկայական ազդեցությունը՝ մեր կողմից մեդիան դիտարկվել է որպես քաղաքական միֆաստեղծման ամենից արդյունավետ սոցիալական միջավայր:

Արդիականությունը: Անկախացումից ի վեր ՀՀ-ում տեղի ունեցած բոլոր ընտրությունները լի են եղել ՋԼՄ-ների կողմից ստեղծվող և տարածվող քաղաքական միֆերով: Մեդիայի կողմից հրապարակ նետված միֆերի ստեղծման օրինաչափությունները զարգանում են շատ արագ՝ հարստացնելով արդեն իսկ եղածների պաշարները: Վերջիններիս խորքային, բազմակողմանի ուսումնասիրությունը, տարաբնույթ փոխակերպումների վերհանումն այսօր առավել, քան երբևէ, հրատապ է: Սա մեծապես պայմանավորված է ոչ միայն նրանով, որ քաղաքական միֆերը առանցքային դեր են կատարում քաղաքականության մեջ, այլև նորամուծությունների և բարեփոխումների իրականացման, դրանց միջև եղած հակասությունների բացատրման գործընթացներով: Բացի այդ՝ հնի քողազերծումը հնարավորություն է տալիս անցյալի փորձի միջոցով կանխատեսել նոր միֆերի առաջացման ու զարգացման

---

[3] **Տե՛ս** Тард Г. Мнение и толпа, М., изд. «КСП+», 1998, с. 274.

[4] **Տե՛ս** Матвеева Л, Аникеева Т., Мочалова Ю., Психология телевизионной коммуникации, изд. «РИП-холдинг», М., 2004, с.257-291.

տրամաբանությունը, ստեղծել հանրային վարքի կառավարմանն ուղղված նոր լծակներ: Սրա շնորհիվ հնարավոր է դառնում կանխորոշել պետության քաղաքական ապագան և օբյեկտիվորեն վերլուծել քաղաքական վերնախավի քայլերը: Այս հանգամանքները պայմանավորում են ընտրված թեմայի արդիական նշանակությունը:

Հետազոտության թեմայի մշակվածության աստիճանը: Հետազոտությունն իրականացնելիս միջազգային հեղինակներից մեր ուսումնասիրության հղացքում եղել են Կ. Յունգի, Զ. Ֆրեյդի, Է. Կասիրերի, Մ. Էլիադեի, Ռ. Բարտի, Ա. Լոսևի, Ժ. Սորելի, Կ. Թարդի, Կ. Լևի-Սթրոսի, Հ. Լասուելի, Վ. Պրոպպի, Ջ. Քեմփբելի, Ռ. Ժիրարդեի և այլոց աշխատությունները:

Հայ իրականության մեջ միֆը ևս ուսումնասիրվել է: Գրականագիտական տեսանկյունից այն քննել են հետազոտողներ Դ. Պետրոսյանը, Զ. Ավետիսյանը, Ս. Գրիգորյանը, Ս. Դվոյանը, Հ. Համբարձումյանը, Ա. Սեմիրջյան-Բեքմեզյանը և այլք: Զանգվածային մեդիայի և միֆերի ուսումնասիրությանն են ուղղված Վ. Հովհաննիսյանի, Ն. Մելքոնյանի մի շարք հրապարակումներ: Միֆի և քաղաքականության, քաղաքական իմիջի կապի ուսումնասիրությանն աշխատություններ են նվիրել հետազոտողներ Մ. Դեմիրճյանը, Է. Ասրիյանը, Կ. Յարալյանը, Հ. Շափաղաթյանը, Ա. Ավետիսյանը: Սոցիալական միֆերի մասին ուշագրավ դիտարկումների հանդիպում ենք Հ. Կեսոյանի հրապարակումներում: Ամբոխի մարդու և առասպելների կապին անդրադարձել է հետազոտող Լ. Բաբաջանյանը: Հայ իրականության մեջ մեդիամիֆերին ծավալուն աշխատանք է նվիրել Զ. Սարգսյանը իր «Միֆաստեղծումը արդի հայ մամուլում (1988-1995թթ.)» թեկնածուական ատենախոսության մեջ, որտեղ քննվում են հիշյալ ժամանակահատվածում մամուլում տեղ գտած միֆերը: Դրանք հետագայում հիմնավորվել են հեղինակի «Մեդիաազդեցության ժամանակակից տեսություններ» գրքում: Մեդիամիֆերը, որպես մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաներ, դիտարկել է նաև հետազոտող Հ. Ծատրյանը:

Գիտական նորույթը: Թեև հիշյալ հեղինակների աշխատություններում առկա է միֆերի վերաբերյալ գիտական հարուստ նյութ, մեր մեկնակետն այլ է. ներկայացրել ենք մեդիամիֆերի ստեղծման բարդ գործընթացների համադրական այլ մոտեցումներ:

Հետազոտությունն իրականացնելիս նախ՝ հայ և օտարազգի հեղինակների փորձի համադրման և հակադրման միջոցով ի մի ենք բերել քաղաքական միֆերի մասին արդեն իսկ եղած ելակետային գաղափարները: Եզրաբանական և իմաստաբանական հստակեցումից հետո նյութի շարադրանքը մատուցել ենք մեդիա և քաղաքականություն փոխհարաբերությունների բացահայտման և միֆաստեղծման զարգացման ուղղությունների մեկնաբանության սկզբունքներով: Արդյունքում՝ հետազոտությունը, ընդգրկելով ՀՀ նորագույն պատմության ընթացքում տեղի ունեցած նախագահական բոլոր

ընտրությունների, ինչպես նաև 2018թ. «թավշյա հեղափոխության» ընթացքում լրատվամիջոցների ստեղծած քաղաքական միֆերի մեկնությունը, դրանց նախադրյալները, պատճառները և հետևանքները, հայ գիտական գրականության մեջ դառնում է մեդիա, միֆեր, քաղաքականություն եռաստիճան համակարգի բաղադրիչների համակողմանի բացահայտման առաջին փորձը: Իրողություն, որ հաստատում է հետազոտության մեջ գիտական նորույթի առկայությունը: Այլ խոսքով՝ աշխատության գիտական նորույթը կապվում է ՀՀ-ում տեղի ունեցած բոլոր նախագահական ընտրությունների ընթացքում իրականացված ընտրարշավների և դրանց վրա մեդիայի միֆաստեղծ դերակատարման, քաղաքական գործընթացների զարգացման և ընտրազանգվածի վրա դրանց ունեցած կողմնորոշիչ ազդեցության նորովի բացահայտման, ինչպես նաև 2018թ. «թավշյա հեղափոխության» և նոր մեդիայի աղերսները համակողմանի քննության առնելու հետ:

Հետազոտության օբյեկտը և առարկան: Հետազոտության օբյեկտը ՀՀ նորագույն պատմության ընթացքում տեղի ունեցած նախագահական ընտրությունների ընթացքում, ինչպես նաև «թավշյա հեղափոխության» օրերին լույս տեսնող տպագիր պարբերականների և առցանց մամուլի հրապարակումներն են: Հետազոտության առարկան՝ դրանցում առկա քաղաքական միֆերը, որոնք վերջիններիս կողմից ստեղծվել են նոր իրականության կառուցարկման կամ հնի վերաիմաստավորման նպատակով:

Նպատակը: Ատենախոսության նպատակն է ՀՀ ընտրական գործընթացների համատեքստում հանգամանորեն քննել հայաստանյան մեդիայում ի հայտ եկած քաղաքական միֆերը, դրանց առաջացման նախադրյալները, դրսևորման առանձնահատկությունները, որոնք բախտորոշ են եղել հայ քաղաքական կյանքում:

Խնդիրները: Հետազոտության ընթացքում առաջադրել ենք հետևյալ խնդիրները.

1. Քաղաքական միֆերը՝ որպես նոր իրականության կառուցարկման մեխանիզմներ. էությունը, գործառույթները:
2. Միֆական միջավայր-քաղաքականություն-մեդիա փոխհարաբերություններ. ընդհանրական կողմերն ու առանձնահատկությունները:
3. Քաղաքական մեդիամիֆերը ընտրական գործընթացների համապատկերում:
4. Քաղաքական միֆերի կիրառման տարաբնույթ տեխնոլոգիաները ՀՀ նախագահական ընտրությունների ընթացքում:
5. Նոր միֆերի ստեղծումը առցանց մամուլում 2018 թ. «թավշյա հեղափոխության» համատեքստում:
6. Միֆաստեղծման նոր տեխնոլոգիաների առանձնահատկությունները հայաստանյան առցանց մամուլի և սոցիալական մեդիայի օրինակով:

Հետազոտության մեթոդաբանական հիմքը: Ատենախոսությունը գրված է մեդիայի ուսումնասիրության արդի մեթոդներով և սկզբունքներով: Այս համատեքստում կիրառել ենք պատմաքննական, համեմատական, համադրական, բովանդակային քննության, վերլուծական հոգեբանության, համընդհանուր դիալեկտիկական վերլուծության մեթոդները:

Հետազոտության տեսական հիմք են կազմել հայ և այլազգի տեսաբանների աշխատությունները և դրանց համեմատական վերլուծությունները, ՀՀ-ում լույս տեսնող տպագիր պարբերականների, առցանց մամուլի հրապարակումները, մի շարք իրավաբանական փաստաթղթեր, ոլորտի առաջատար մասնագետների առցանց դասախոսությունները, քննարկումները:

Հետազոտության տեսական նշանակությունը: Հետազոտությունն ունի տեսական կարևոր նշանակություն. այն նորովի է բացահայտում զանգվածային մեդիայի և քաղաքականության միջև կապը, նոր գործառույթներ է վերագրում ԶԼՄ-ներին, ինչպես նաև բացահայտում է առցանց և սոցիալական մեդիայի նոր հնարավորությունները միֆաստեղծման և հանրային օրակարգի ձևավորման տեսանկյունից: Այլ խոսքով՝ այն ուրվագծում է քաղաքական լրագրության զարգացման նոր ուղիներ:

Հետազոտության գործնական նշանակությունը: Հետազոտությունը կոչված է դառնալու յուրօրինակ ձեռնարկ, որը կարող է օգտագործվել լրագրության և քաղաքականության փոխառնչություններին նվիրված դասախոսություններում, քանզի պարունակում է արժանահավատ գիտելիքներ և տեղեկություններ ՀՀ նորագույն պատմության ընթացքում տեղի ունեցած կարևոր, բախտորոշ իրավիճակների և դրանցում զանգվածային մեդիայի դերի մասին: Բացի այդ՝ միտված է դառնալու ուղեցույց հանրային կապերի մասնագետների, լրագրողների, քաղաքական տեխնոլոգիաների ուսումնասիրությամբ զբաղվող հետազոտողների ձեռքին, որով վերջիններս կարող են ոչ միայն քողազերծել քաղաքական ուժերի կողմից հրապարակ նետվող միֆերը, այլև անհրաժեշտության դեպքում ձեռնամուխ լինել գրագետ և հաշվեկշռված կերպով նոր միֆերի ստեղծմանը՝ հետազոտության մեջ առկա գործիքակազմերն օգտագործելով որպես զենք տեղեկատվական, արհեստական բանականության պատերազմներում դիմակայելիս:

Քաղաքական իրադարձություններով հարուստ ՀՀ նորագույն պատմությունը փորձաքար էր նոր մեդիամիֆերի ստեղծման ճանապարհին: Թեպետ մեր կողմից փորձ է արվել իրականացնել միֆաստեղծման արդի մոդելների քողազերծում, այնուհանդերձ մեդիամիֆերի ստեղծման տրամաբանությունն այնքան արագ է փոփոխվում, որ գիտական ուսումնասիրության նյութ միշտ էլ կա: Ապագայում սպասվելիք փոփոխությունները, միֆաստեղծման նոր մեխանիզմների ստեղծումը,

հուսով ենք, դուրս չի մնա գալիք հետազոտողների տեսադաշտից:

Հետազոտության անցած փորձաքննությունը: Ատենախոսությունը քննարկվել և պաշտպանության է երաշխավորվել ԵՊՀ Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի նոր մեդիայի և հաղորդակցության ամբիոնում:

Ատենախոսության կառուցվածքը և բովանդակությունը:

Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից և գրականության ցանկից:

ԳԼՈՒԽ I
ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՄԻՖԵՐԸ՝ ՈՐՊԵՍ ԻՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱՐԿՄԱՆ ՄԵԽԱՆԻԶՄՆԵՐ

Հետազոտության այս գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլխից:

Առաջին ենթագլխում, որը վերնագրված է «Միֆերի էությունը, գործառույթները», սահմանել ենք՝ ինչ է միֆը, ընդգծել ժամանակակից միֆերի առանձնահատկությունները, թվել վերջիններիս գործառույթներն ու տեսակները:

Միֆերի գոյության իմաստի որոնումներն ունեն խոր արմատներ: Ի՞նչ է միֆը: Ելնելով դրա ռացիոնալ և իռացիոնալ բնույթից՝ այս հարցին կարող ենք պատասխանել տարբեր համատեքստերում:

Հետազոտող Ա. Սեմիրջյանն իր «Միֆը 20-րդ դարի գրականության մեջ» աշխատության մեջ հիշատակում է XVIII դարի փիլիսոփա Ջ. Վիկոյի տեսությունը միֆերի մասին, որտեղ դրանք ներկայացվում են որպես նախամարդու զգայական ու ֆանտաստիկ մտածողության արդյունք, քանի որ նախամարդու բանականությունը դեռևս զարգացած չէր, բայց տիրապետում էր ուժեղ զգացողությունների և հզոր երևակայության[5]: Ընդունված է կարծել, որ հնագույն հասարակություններում մարդը միջավայրը ճանաչել է միֆերի միջոցով: Սա է պատճառը, որ ռուս հետազոտող Բ. Սուչկովը դրանք անվանում է հնագույն ժողովուրդների մտածողության, հոգեբանության, բարոյականության նորմեր[6]: Ֆրանսիացի փիլիսոփա Լ. Լևի-Բրյուլը ևս նախասկզբնական միֆը կապում է պարզունակ հասարակությունների հետ՝ ընդգծելով, որ վերջինս եղել է շրջապատող աշխարհը բացատրելու հատուկ թաղանթ, որին վերագրվել է այն, ինչն անմեկնելի է եղել նախամարդու համար: Այն, որ միֆական մտածողությունը հատուկ էր դեռևս նախամարդուն, հաստատում է նաև վերլուծական հոգեբանության հիմնադիր Կ. Յունգը: Ըստ նրա՝ միֆերը մարդու կոլեկտիվ անգիտակցականի պրոյեկցիաներն են, որոնց շնորհիվ նա անընդմեջ հայտնվել է «մոգականացման թակարդում»[7]:

---

[5] Տե՛ս Սեմիրջյան Ա., Միֆը 20-րդ դարի գրականության մեջ, «ԵՊՀ» հրատ., Երևան, 2015, էջ 4:

[6] Տե՛ս Сучков Б., Роман – миф, Иностранная литература, № 4, М., 1968, с. 228-244 .

[7] Տե՛ս Юнг К., Архетип и символ, изд. «Ренесанс», М., 1991. с. 88.

Ստացվում է՝ տեսաբանների մի ստվար զանգված հակված է հավատալու, որ միֆերը, որպես դիալեկտիկական ճշմարտություն ընդունելով իրականի և երևակայականի համադրումը, եղել են նախամարդու հավատալիքը, որի միջոցով նա բացատրել է շրջապատող աշխարհը և իմաստավորել իր գոյությունը[8]:

Այլ են պատկերացումները ժամանակակից միֆերի մասին: Դրանք՝ որպես դիալեկտիկական կատեգորիաներ, համակողմանի ուսումնասիրության ենթարկվեցին հատկապես XIX դարավերջին և XX դարասկզբին, այն էլ՝ տարաբնույթ տեսանկյուններից՝ պատմական, սիմվոլիկ, նշանագիտական, կրոնական, քաղաքական:

Ժամանակակից միֆերի ուսումնասիրության հարցում մեծ ավանդ ունի ֆրանսիացի փիլիսոփա Մ. Էլիադեն: Միֆի տարբեր տեսաբանների[9] գաղափարների համեմատական և խորքային ուսումնասիրության արդյունքում հեղինակը այն բնորոշում է որպես «սրբազնացված իրադարձություն, որը վերաբերում է մարդու նախասկզբին»[10]: Նա շտապում է հավելել, որ թեև դրանք հաճախ կապվում են նախամարդու հետ, սակայն սոսկ գերբնական ուժերի սխրագործությունների մասին անիրական պատմություններ չեն, այլ «գերբնական քողով պատված» ճշմարտության արտահայտման եղանակներ: Միֆերը կարող են փոփոխվել, ազատվել հին ձևերից, հարմարվել նոր մշակույթին, բայց ամբողջովին անհետանալ չեն կարող[11]: Ֆրանսիացի փիլիսոփա Ռ. Բարտը միֆը բացահայտել է սիմվոլիկ մտածողության համա-տեքստում: Նա կարծում էր, որ միֆը բառ է, հաղորդում, որը, ընկալվելով որոշակի պատմական, քաղաքական, հասարակական համատեքստում, կոչված է բացատրելու կամ վերաիմաստավորելու իրականությունը: Բարտն ընդգծում է՝ որտեղ դադարում է աշխատել մարդկային գիտակցությունը, այնտեղ սկսում է գործել միֆը. «Արտաքին աշխարհը մարդուն «մատուցում» է որոշակի պատմական իրականություն, իսկ առասպելը այդ իրականությանը օժտում է բնականությամբ»[12]:

Հետազոտության հաջորդ ենթագլխում բացահայտել ենք քաղաքական միֆերի և մեդիամիջոցների կապի առանձնահատկությունները: Այն վերնագրել ենք «Միֆական միջավայրը, քաղաքականությունը և մեդիան»:

---

[8] Տե՛ս Донских О., Кочергин А., Античная философия. Мифология в зеркале рефлексии, изд. «Московского университета», М., 1993 , с. 71.

[9] Աշխատության մեջ Մ. Էլիադեն հիմնաքարային է համարում հետազոտող Բ. Մալինովսու սահմանումը միֆերի մասին: Վերջինս դրանք բնորոշում է որպես «կենդանի իրականություն, որին մարդը ձգտում է քաղաքակրթության զարգացման պատմության ողջ ընթացքում»: Այս մասին տե՛ս Malinowski B., Magic, Science and Religion, Beacon press, Boston, 1948, էջ 101-108:

[10] Տե՛ս Элиаде М. Аспекты мифа, изд. «Академический проект», М., 2010, с. 15.

[11] Там же, с. 53.

[12] Տե՛ս Барт Р. Семиотика и поэтика, Избранные работы, изд. «Прогресс», М., 1989, с. 111.

Ժամանակակից միֆերի ստեղծման և տարածման առաջատար ոլորտը քաղաքականությունն է[13]: Քաղաքական են համարվում այն միֆերը, որոնք օգտագործվում են քաղաքական նպատակներով՝ պայքար իշխանության համար, իշխանության պահպանում կամ լեգիտիմացում, հասարակություններում ստեղծված իրավիճակների և խնդիրների բացատրություն, արդարացում: Ի տարբերություն մշակութային կամ այլ տեսակի միֆերի՝ քաղաքական միֆերի նպատակը որոշակի խմբերի կամ անհատների նյութական շահերը պաշտպանելն է[14]: Պատահական չէ, որ դրանք այսօր համարվում են յուրաքանչյուր քաղաքական ուժի զինանոցի կարևորագույն զենքերից մեկը, առանց որոնց անհնար է պատկերացնել վերջինիս հաջողությունն ու հաղթանակը:

Քաղաքական միֆերի ստեղծման և տարածման ամենից արդյունավետ սոցիալական միջավայրը զանգվածային մեդիան է[15]: Ժամանակակից մեդիամիջոցները միֆերի միջոցով կառավարում են ամբոխի մարդու իրականությունը, անհրաժեշտության դեպքում փոփոխում են նրա հույզերն ու աշխարհընկալումը: Այս ամենը հանգեցնում է նրան, որ այն իրադարձությունները, որոնք տեղ չեն գտնում մեդիայում, չեն ենթարկվում նրա միֆաստեղծ ազդեցությանը, չեն դառնում հանրային օրակարգ և քշվում են պատմության խորքը[16]:

Մեդիամիֆերի կիրառման անհրաժեշտությունը մեծանում է սոցիալական ճգնաժամերի ժամանակ, երբ անհատն ունի ընտրություն կատարելու խնդիր: Ժողովրդավարական հասարակություններում նմանօրինակ իրադարձություններ են ընտրությունները, որոնց միջոցով հասարակությունը որոշում է՝ ում պետք է տա իր վստահության քվեն՝ վերջինիս ձեռքը հանձնելով պետության կառավարման ղեկը: Պատահական չէ, որ քաղաքականության

---

[13]Քաղաքական միֆերը մարդկային քաղաքակրթության պատմության անբաժան ուղեկիցն են եղել, սակայն դրանց օգտագործումը լայն թափ առավ XX դարի երկրորդ կեսին, երբ աշխարհում հետպատերազմյան իրականության մեջ իշխում էին նիհիլիստական տրամադրությունները, և կար մարդկանց բացատրություն տալու, հուսալքված հասարակության մեջ կրկին հույս արթնացնելու խնդիր: Այս տարիներին քաղաքական միֆերը սկսեցին ոչ միայն կիրառվել, այլև ուսումնասիրվել տարբեր գիտական շրջանակներում: Սա է պատճառը, որ մի շարք հետազոտողներ քաղաքական միֆերի լայնակի կիրառումը կապում են հասարակության մեջ զանգվածային գիտակցության առաջացման հետ, ինչը ժամանակին մատնանշել են հետազոտողներ Գ. Լեբոնը, Ֆ. Նիցշեն, Ֆ. Օրտեգան և այլք: Միֆերի և քաղաքականության կապի մասին խոսել է դեռևս Պլատոնը: Այս մասին տե՛ս Рейнхардт К., Мифы Платона, изд. «Владимир Даль», М., 2019. с. 123.

[14] Տե՛ս Цуладзе, А., Политическая мифология, изд. «ЭСКМО», М., 2003, с. 57.

[15] Մեդիայի միֆաստեղծ էությանն են նվիրված բազում աշխատություններ, որոնք ևս մեկ անգամ ուսումնասիրվել են մեր հետազոտության շրջանակներում:

[16] Տե՛ս Моль А., Социодинамика культуры, изд. «Прогресс», М., 1973, с. 17.

աշխարհում ժամանակի հաշվարկման համակարգը տրոհված է երկու մասի՝ նախընտրական և հետընտրական[17]: Սա է պատճառը, որ ընտրություններին նախորդող օրերին, նախընտրական քարոզարշավների ժամանակ մեծանում է քաղաքական միֆերի ստեղծման անհրաժեշտությունը: Այս մասին խոսել ենք երրորդ՝ «Մեդիամիֆերն ընտրական գործընթացներում» ենթագլխում:

ՀՀ-ում տեղի ունեցած նախագահական գրեթե բոլոր ընտրությունները գիտական ուսումնասիրման հարուստ նյութ են տրամադրում, քանի որ չեն անցել քաղաքացիական համերաշխության, հանդարտության պայմաններում: Դրանք ուղեկցվել են ցնցումներով, բախումներով, քարոզչական գործիքների չափից շատ կիրառմամբ, իշխանությունների և հասարակության միջև առկա ճգնաժամերի խորացմամբ, որոնք առաջ են բերել մի շարք քաղաքական միֆեր, և որոնց լուռ ենթարկվելու կամ դիմադրելու հարցում պետք են որոշակի մեխանիզմներ: Դրանց բացահայտմանն են ուղղված մեր հետազոտության հաջորդ գլուխները:

ԳԼՈՒԽ II
ՀՀ ՆԱԽԱԳԱՀԱԿԱՆ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ ՄԻՖԱՍՏԵՂԾՈՒՄԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՄԻՋԱՎԱՅՐՈՒՄ

Հետազոտության այս գլխում ուսումնասիրել ենք ՀՀ նորագույն շրջանի նախագահական բոլոր ընտրությունները, դրանց նախորդած և հաջորդած գործընթացները, բացահայտել այդ շրջանում մեդիայի կողմից ստեղծված քաղաքական միֆերը, որոնք ազդել են հանրային կարծիքի վրա և ձևավորել որոշակի օրակարգ: Միֆերի ուսումնասիրությունն իրականացրել ենք դրանց դասակարգման տարբեր մոդելների միջոցով, որոնք մեզ մի կողմից հնարավորություն են տվել բացահայտելու այդ միֆատեսակները, մյուս կողմից՝ դրանք տեղայնացնելու ՀՀ քաղաքական դաշտում:

Առաջին ենթագլուխը վերնագրված է «Միասնականության» միֆը սոցիոմշակութային նոր համակարգի կերտման համատեքստում» և նվիրված է ՀՀ անկախացման գործընթացներին և առաջին նախագահական ընտրություններին, որոնց ընթացքում մամուլում ամենից շատ շրջանառվել է «միասնականության» միֆը[18]:»

---

[17]Տե՛ս Մելքոնյան Ն., Քաղաքական միֆոլոգեման 2008-ի ՀՀ նախագահական ընտրությունների համատեքստում, «21-րդ ԴԱՐ», թիվ 2 (24), 2009թ., էջ 98:

[18]«Միասնականության» միֆը հակադրությունների հիման վրա ձևավորվող տեսակ է, որով քաղաքական ուժերը կատարում են հասարակության շերտազատում՝ ներմուծելով «մենք» և «նրանք» բաժանումը. «նրանք»-ը պատասխանատու են սոցիալական խնդիրների և բացթողումների համար, իսկ «մենք»-ը այն մարդիկ են, որոնք միասնական են և միտված են այդ իրավիճակից հասարակությանը և պետությանը դուրս բերելու: Այս մասին տե՛ս Դեմիրճյան Մ., «Միֆը ժամանակակից Հայաստանի քաղաքական համակարգում», Երևան, «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Միջազգային հարաբերություններ, Քաղաքագիտություն», № 2 (32), 2020, էջ 51-59:

XX դարի ավարտը բեկումնային էր ԽՍՀՄ կազմի մեջ մտնող հանրապետությունների համար[19]: Անկախության հռչակումով Հայաստանում ժողովրդավարական ճանապարհով ձևավորվում էր մի իշխանություն, որի հիմքում ընկած էր բազմակուսակցական նոր համակարգ, որը դեռևս փորձարկված չէր հայ իրականությունում: Հայաստանյան քաղաքական վերնախավը հարցի լուծումը տեսավ Հայաստանի Հանրապետության նախագահի պաշտոնի ներմուծման ճանապարհով: Քանի որ կործանվող հնի ֆոնին կառուցվող նորը մշուշոտ էր և չառարկայացված, հասարակությունը կարիք ուներ որոշակի ճշմարտությունների, որին ձեռնամուխ եղավ իշխանությանը հավակնող քաղաքական էլիտան և առաջարկեց նախապես մշակված, պլանավորված տեղեկատվական փաթեթ, որը պետք է ուղղորդեր առաջիկա ընտրություններում: Այս ամենն իր արտացոլումը գտավ տպագիր մամուլում:

Նախագահական ընտրությունների նախօրյակին տպագիր պարբերականները ձեռնամուխ էին լինում «միասնականության» միֆի կառուցարկմանը՝ հօգուտ իրենց նախընտրած քաղաքական ուժի և գործչի: Վերջիններիս քննության արդյունքում եզրակացրել ենք, որ այս ընտրությունները բացառիկ էին, քանի որ Լ. Տեր-Պետրոսյանի հաղթանակը հասարակարգային անխուսափելի, տեկտոնիկ և անշրջելի փոփոխությունների, ազգային ինքնագիտակցության զարթոնքի և դրանց դեմ ուղղված պետական քարոզչությանը հակադրվող հանրային համախմբման շուրջ կառուցարկվող միֆերի արդյունք էր, որոնք ստեղծվել էին դեռ տարիներ առաջ: Այսինքն՝ թեև ընտրությունների նախօրյակին մամուլում որոշակի քայլեր արվում էին «միասնականության» միֆի արհեստական կառուցարկման համար, այնուամենայնիվ վերջինս ավելի շատ ինքնաբուխ բնույթ ուներ, ինչը ևս բխում է քաղաքական միֆի ստեղծման տրամաբանությունից:

1991-ի անկախացումը Հայաստանի պատմության մեջ նոր էջ էր բացել: Նորանկախ պետությունում ժողովրդավարական քաղաքական վարչակարգի ձևավորումն ընթանում էր ոչ դյուրին ճանապարհով: Մարդկանց աչքի առջև քանդվում էր հինը, իսկ նորը չուներ տեսանելի պատկեր: Էներգետիկ ճգնաժամ, գործազրկություն, տնտեսության ազատականացում, արմատական «ցավոտ» փոփոխություններ, տարածքային ամբողջականության և անվտանգային սպառնալիքներ. սրանք այն խոչընդոտներն էին, որոնք հասարակությունը պետք է հաղթահարեր ձեռք բերված անկախության դիմաց: Հակասական և արմատական փոփոխությունների «ցավոտ» հետևանքները գցեցին

[19] Առաջին հայացքից կարող է թվալ, թե 1991-ին կայացած ընտրությունները չեն կարող աղերսներ ունենալ 1988-1989-ի իրադարձությունների հետ, սակայն, ինչպես հետագայում խոստովանել է ՀՀ առաջին նախագահ Լ. Տեր-Պետրոսյանը, իր հաղթանակը եղել է հիշյալ ժամանակահատվածի, անկախության ձեռքբերման գեղափարի ռոմանտիկ պատկերացումների տրամաբանական շարունակությունը: Այս մասին տե՛ս ՀՀ նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանի ուղերձը հայ ժողովրդին, «Ավանգարդ», 2 հոկտեմբերի, 1996:

հասարակության և գործող իշխանությունների միջև փոխօտարման գործընթացի սերմերը: Արդյունքում՝ 1996-ի սպասվելիք ընտրությունների ժամանակ հասարակության և իշխանությունների միջև փոխըմբռնում արդեն չկար[20]: Փոխարենը հասուն քաղաքացիական հասարակության և իրավական պետության ձևավորման մարտահրավերը նետված էր նախագահական աթոռի համար պայքարող մյուս թեկնածուների համար: Այլ խոսքով՝ երկրի կառավարման մարմինների առջև հին միֆերի քողազերծման և նորերի ստեղծման խնդիր էր դրվել: Այս համատեքստում տեսաբան Ա. Ցուլաձեն իր «Միֆի առևանգումը» աշխատության մեջ ընդգծում է, որ նման ճգնաժամային իրավիճակներում մարդիկ հաճախ խնդրում են քողազերծել առկա միֆերը՝ դրանց փոխարեն վերադարձնելով հինը[21]: Նոր միֆի կառուցարկումը իշխանական և ընդդիմադիր գործիչների կողմից չուշացավ: Այս ընտրություններում իրականությունը կառուցարկվում էր «դավադրության» միֆի գաղափարական հենքի վրա, որի տարածման հարցում թե՛ իշխանությունը, թե՛ ընդդիմությունն ունեին զանգվածային մեդիայի աջակցությունը: Այն վերլուծել ենք «Դավադրության» միֆի գաղափարական բաղադրիչները հայկական մեդիատեքստերում (1996թ. նախագահական ընտրություններում)» ենթագլխում:

«Դավադրության» միֆը ժամանակակից դարաշրջանի սոցիալական դիսկուրսի կարևոր մաս է կազմում[22]: Վերջինս հանրայնացնում է ժողովրդի ենթադրյալ թշնամիների մասին պատկերացումները, որոնց գործողություններն ուղղված են հասարակության և պետության ոչնչացմանը[23]: Մի կողմից ժամանակակից կյանքի «բարդ» հարցերին տալով պարզ պատասխաններ՝ «դավադրության» միֆը որևէ անհատի կամ ուժի վրա է դնում երկրում ստեղծված իրավիճակների ամբողջ պատասխանատվությունը, մյուս կողմից հասարակության մեջ սերմանում է որոշակի հավաքական վախեր՝ նրան

---

[20] Այս ընտրություններն ստացել են տարբեր «պիտակներ»: «Աղմկոտ» բառն օգտագործել է Լևոն Տեր-Պետրոսյանը, «չարաբաստիկը»՝ Վանո Սիրադեղյանը, «կեղծվածը»՝ Վազգեն Մանուկյանն ու ընդդիմադիր հատվածը, «վիճելին»՝ միջազգային հանրությունը: ԵԱՀԿ-ն, որ դիտարկում էր ընտրությունները, դրանք համարեց նաև միջազգային չափանիշներին չհամապատասխանող: Տե՛ս Հակոբյան Թ., 1996-ի ընտրությունը՝ աղմկոտ, չարաբաստիկ, վիճելի. Վազգեն Մանուկյանն ընդդեմ Լեւոն Տեր-Պետրոսյանի, «Aliqmedia.am», 2021 (URL՝ https://www.aliqmedia.am/2021/04/26/12244/, դիտման ամսաթիվը՝ 09.04.2021):

[21] Տե՛ս Цуладзе А.М., Политическая мифология. «Похищение мифа», изд. «ЭСКМО», М., 2003, с.17.

[22] «Դավադրության» միֆ կոչվածն ավելի նեղ հասկացություն է, քան «դավադրապաշտական» տեսությունն առհասարակ: Դավադրապաշտական տեսությունները այդպես էլ չեն ստանում գիտական հիմնավորում, տեղին և սպառիչ հակաարձագանք: Ուստի դրանք տեղեկատվության շրջանառության մեջ շատ դիմացկուն են և հասարակական կարծիքի վրա ունեն զգալի ազդեցություն:

[23] Տե՛ս Դեմիրճյան Մ., նշվ. աշխ., էջ 55:

դարձնելով կասկածամիտ և խոցելի[24]: Այս համատեքստում էին ընթանում նոր միֆերի որոնումները: Արդյունքում տպագիր պարբերականներն ամբողջապես ներքաշվեցին քաղաքական գործընթացների մեջ՝ դառնալով իրականության ստեղծման գործիք տարբեր քաղաքական ուժերի ձեռքին: Դրանց մի մասը մեղադրում էր գործող նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանին քաղաքական դավադրության մեջ՝ որպես այլընտրանք պաշտպանելով միասնական թեկնածուի՝ Վազգեն Մանուկյանի շահերը («Այժմ», «Իրավունք», «Առավոտ»), իսկ պարբերականների մյուս մասը Լ. Տեր-Պետրոսյանին ներկայացնում էր «հերոս-փրկչի» կերպարում՝ երկրում տիրող իրավիճակը կապելով նոր ձեռք բերված անկախության և ռազմական հաղթանակների հետ(«Ավանգարդ», «Հայաստանի Հանրապետություն», «Հայք»): Պարբերականների այս դիրքորոշումները իրական բանավեճային հարթակի էին վերածել ժամանակի մամուլը, ինչն ուսումնասիրության հարուստ նյութ է տրամադրում:

Մարդկության առջև ծառացած խնդիրները մեծացնում են քաղաքական միֆերի կիրառման անհրաժեշտությունը, քանի որ առասպելներն ամբոխի կողմից առավել ընկալելի են, քան ռացիոնալացված բարդ մտակառույցները[25]: Դրանք տիրող ճգնաժամերի ամբողջ պատասխանատվությունը դնում են դավադիր ուժերի կամ թշնամիների վրա: Հակառակ կողմը «հերոս-փրկչի» առասպելն է, որը առաջ է գալիս անելանելի իրավիճակներից ելքեր որոնելու անհրաժեշտությունից: «Հերոս-փրկչի» կերպարի ստեղծման համատեքստը 1998 և 2003 թթ. նախագահական ընտրություններում» ենթագլխում մեր կողմից փորձ է արվել համեմատական և հակադրական մեթոդների միջոցով վերլուծել նախընտրական երկու քարոզարշավ, որոնցում միֆական իրականության կառուցարկումը տեղի էր ունենում նույն տրամաբանությամբ:

ՀՀ-ում 1996-ի ընտրություններից մեկ տարի անց քաղաքական իրակա-նության մեջ ստեղծվել էր ճգնաժամային իրավիճակ. ՀՀ արտաքին և ներքին քաղաքականության, ռազմական հնարավոր գործողությունների հետ կապված հարցերում տարակարծիք էին քաղաքական վերնախավի անդամները: Այս ամենը հանգեցրեց նրան, որ գործող նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանը 1998-ի փետրվարի 3-ին ներկայացրեց հրաժարականի դիմում նախագահի պաշտոնից: Սպասվող արտահերթ ընտրություններում նախագահական աթոռի հավակնորդներն էին գործող վարչապետ Ռոբերտ Քոչարյանը, և ՀԽՍՀ կոմունիստական կուսակցության կենտկոմի առաջին քարտուղար Կարեն Դեմիրճյանը: Բացի այդ՝ իրենց թեկնածությունն առաջադրեցին այլ գործիչներ ևս, սակայն հասարակության մեջ նրանց հանդեպ հավատ չկար, ինչի մասին վկայում էին արտահերթ ընտրությունների առաջին փուլի արդյունքները, երբ

[24] Տե՛ս Жирарде Р. Политические мифы и мифологии, Политическая наука. Теоретико-методологические и историко-культурные исследования. М., 1996, с. 47-54.

[25] Տե՛ս Բաբաջանյան Լ., նշվ. աշխ. էջ 11:

որևէ թեկնածու չընտրվեց նախագահի պաշտոնում[26]: Այս ամենում իրենց դերն ունեցան նաև տպագիր պարբերականները: Առաջադրված թեկնածուներին դնելով հակադրության մեջ՝ նրանցից մեկը ներկայացվում էր որպես «արժանի հոր արժանի զավակ», իսկ մյուսը՝ որպես «ինքնուրույն» քաղաքական գործիչ: Համապատասխանաբար նրանց վերագրվում էին «հերոսական» հատկանիշներ՝ նպաստելով թեկնածուների քաղաքական դիմագծի ամբողջացմանը: Այս օրերին պարբերականներում լույս տեսնող գրեթե բոլոր հրապարակումները կառուցվում էին երկու թեկնածուների միջև համեմատական զուգահեռներ անցկացնելու միջոցով:

Քաղաքական միֆաստեղծման գրեթե նույն սցենարն էր գործում նաև 2003 թ. նախագահական ընտրությունների ժամանակ:

2007 թ. ավարտին էր մոտենում գործող նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանի կառավարման վերջին հնգամյակը: Նա՝ որպես նախագահի թեկնածու, այլևս առաջադրվել չէր կարող: Փոխարենն իր թեկնածությունն է առաջադրում գործող վարչապետ Սերժ Սարգսյանը, իսկ 2007-ի աշնանը երկարատև քաղաքական լռությունը խախտում է ՀՀ առաջին նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանը: Պակաս ազդեցիկ չէին առաջադրված մյուս քաղաքական գործիչները: Նախագահական այս ընտրությունները ոչ այլ ինչ էին, քան «հնի» և «նորի» միֆապայքար: Դա է պատճառը, որն այն դիտարկել ենք «ոսկեդարի» միֆի համատեքստում: Այս ենթավերնագիրը կրում է «Ոսկեդարի» միֆի կիրառման առանձնահատկությունները 2008-ի նախագահական ընտրություն-ներում» խորագիրը:

2008-ի նախագահական ընտրություններում քաղաքական գործիչը, որի անձի շուրջ ամենից շատն էին հյուսվում և կազմաքանդվում քաղաքական տարատեսակ առասպելներ, ՀՀ առաջին նախագահ Լևոն Տեր-Պետրոսյանն էր. նրա քաղաքական իմիջը կառուցելիս ԶԼՄ-ները հաճախ էին դիմում քաղաքական միֆաստեղծմանը: Պատահական չէ ասված, որ քաղաքականության մեջ առհասարակ առասպելը փոխարինում է օբյեկտիվը դրա սուբյեկտիվ ընկալմամբ, բովանդակայինը՝ արտաքինով, երևակայականով[27]:

---

[26] Առաջին փուլում առաջադրվեցին հետևյալ թեկնածուները՝ Սերգեյ Բադալյանը (Հայաստանի կոմունիստական կուսակցություն), Աշոտ Բլեյանը (Նոր ուղի կուսակցություն), Արտաշես Գեղամյանը (Ազգային միաբանություն կուսակցություն), Կարեն Դեմիրճյանը (անկուսակցական), Հրանտ Խաչատրյանը (Սահմանադրական իրավունք միություն կուսակցություն), Վիգեն Խաչատրյանը (Ռամկավար ազատական կուսակցություն), Պարույր Հայրիկյանը (Ազգային ինքնորոշում միավորում), Վազգեն Մանուկյանը (Ազգային ժողովրդավարական միություն), Յուրի Մկրտչյանը (անկուսակցական), Դավիթ Շահնազարյանը (անկուսակցական), Արամ Սարգսյանը (Հայաստանի դեմոկրատական կուսակցություն), Ռոբերտ Քոչարյանը (անկուսակցական):

[27] Տե՛ս Մելքոնյան Ն., նշվ. աշխ., էջ 95:

1998 թ. հրաժարականից շուրջ տասը տարի անց նա վերադառնում էր մեծ քաղաքականություն՝ կյանքի կոչելու անցյալում իր կողմից տրված, բայց չիրականացված քաղաքական խոստումները: ՀՀ առաջին նախագահն իր «ոսկեդարի» միֆը ներկայացնում էր որպես «կորուսյալ դրախտը... վերագտնելու... երազանք...»[28]: Որպես ապագայի անելիքների հաշվետվություն՝ նա ներկայացնում է «Հանդարտ խոհեր կամ նախընտրական ծրագիր» հոդվածը՝ նպատակ ունենալով պարզ և հասանելի լեզվով խոսելու ժողովրդի հետ:[29] Բանն այն է, որ Լ. Տեր-Պետրոսյանը գիտակցում էր, որ իր անձի քաղաքական իմիջը հաճախ էր զուգորդվում «մութ ու ցուրտ տարիների» հետ, ինչը էականորեն նվազեցնում էր հասարակության վստահությունը: Եթե ընդդիմադիր թեկնածուն կոչ է անում վերաիմաստավորել անցյալը, ապա գործող վարչապետ Սերժ Սարգսյանը, ով Լևոն Տեր-Պետրոսյանի հիմնական մրցակիցն էր, անվերապահորեն կոչ էր անում դեպի ապագա («Առա՛ջ, Հայաստան»)՝ իր ամբողջ քարոզարշավը կառուցելով այս գաղափարի վրա[30]: Նման տրամադրություններ էին տիրում նաև մյուս թեկնածուների մասին պատմող հրապարակումներում:

ՀՀ-ում նախագահական վերջին ընտրությունները տեղի ունեցան 2013 թվականին: Դրանք թվով 6-րդ ընտրություններն էին: Հայ ժողովուրդն իր նոր հռչակած անկախության պատմության մեջ վեցերորդ անգամ գնում էր ընտրության՝ տալու իր վստահության քվեն՝ իր մեջ պահելով բարեկեցիկ և սոցիալապես կայուն ապագայի հույսը: Այս ընտրությունները, ինչպես և նախորդները, չանցան խաղաղ պայմաններում: Նախորդ ընտրությունների հետևանքով առաջացած վստահության ճգնաժամն ավելի էր խորացել, և չկար քաղաքական առասպելների պակաս: Տարբերությունը մեկն էր. եթե նախորդ ընտրություններում որոշակիորեն ձևակերպված գաղափարական պայքարն առկա էր, ապա այս ընտրությունները հիշեցնում էին մրցավազք անձերի միջև: Այդ պատճառով էլ դրանց վերլուծությունն իրականացրել ենք միֆերի բնութագրման արքետիպային մոդելի միջոցով, որը ենթադրում է թեկնածություն առաջադրած քաղաքական գործիչների իմիջի վերլուծություն: Որպես հիմք դիտարկել ենք «իմաստունի», «փնտրողի», սիրեկանի» և այլ արքետիպային մոդելները: Այս ընտրությունները վերլուծել ենք «Արքետիպ» և «միֆ» հասկացությունները 2013-ի նախագահական ընտրությունների խոսույթում» ենթագլխում:

---

[28] Տե՛ս նույն տեղը, էջ 98:

[29] Տե՛ս Լևոն Տեր-Պետրոսյան, «Նախընտրական ծրագիր կամ հանդարտ խոհեր», 6 հունվարի, 2008 (URL՝ http://www.levonforpresident.am, դիտման ամսաթիվը՝ 12. 09.2023):

[30] Տե՛ս Սերժ Սարգսյանի նախընտրական ծրագիրը, «Hetq.am», 21 հունվարի, 2008:

ԳԼՈՒԽ III
2018 թ. «ԹԱՎՇՅԱ ՀԵՂԱՓՈԽՈՒԹՅԱՆ» ՄԻՖԵՐԸ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱՄԻՋԱՎԱՅՐՈՒՄ

Ատենախոսության երրորդ գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլուխներից, որոնք նվիրված են ՀՀ-ում 2018 թ. տեղի ունեցած «թավշյա հեղափոխությանը» և դրա ընթացքում ավանդական, ինչպես նաև սոցիալական մեդիայում ստեղծված քաղաքական միֆերին: Այն, ինչ տեղի էր ունենում այդ օրերին, բացառիկ էր Հայաստանի նորագույն պատմության համար, ոչ միայն այն պատճառով, որ դրանք բախտորոշելու էին ՀՀ պատմության զարգացման հետագա ընթացքը, այլ նաև քաղաքական միֆերի առատության, դրանց ազդեցիկության, արդյունավետության տեսանկյունից: «Թավշյա հեղափոխության»՝ որպես քաղաքական և միֆական երևույթի ուսումնասիրության հիմքում ընկած է «հերոսի ճանապարհի» մոնոմիֆը, որը տարբեր տեսանկյուններից վերլուծվել է հետազոտողներ Ռ. Ժիրարդեի, Տ.Դ. Զինկևիչ-Եվստիգնեևայի, Վ. Պրոպպի, Ջ. Քեմպբելի կողմից:

«Ժամանակակից հեղափոխությունները մեդիա-միֆաստեղծում համա-տեքստում» ենթագլխում ներկայացնում ենք ժամանակակից հեղափոխությունների առանձնահատկությունները, դրանց բնույթն ու տեսակները, քանի որ մերօրյա հեղափոխություններն առանձնանում են հատուկ մշակված հաղորդակցային ռազմավարություններով ու պլանավորված, ինչ-որ առումով նույնիսկ թատերականացված միջոցառումներով և գործողություններով: Քննության ենք առնում նաև դրանց և քաղաքական միֆերի աղերսները, քանի որ փաստ է. ժամանակակից հեղափոխությունները քաղաքական իրադարձությունների թատերականացման, դրանց խորհրդանշա-կան բնույթ հաղորդելու, երբեմն իրականությունը չափազանցված ներկայացնե-լու համար որպես հատուկ մեխանիզմ օգտագործում են քաղաքական միֆերը[31]: Պատահական չէ ասված. քաղաքական առասպելի տրամաբանությունն այն է, որ ճգնաժամային իրավիճակներում ձևավորված որոշակի պատճառահետևանքային կապը տեղափոխվի առասպելական կերպարների ոլորտ, որտեղ հնարավոր կլինի գտնել նախադրյալների և հետևանքների միջև նոր կապ, և այնուհետև նորից տարածել այն քաղաքական իրականության վրա[32]: Ժամանակակից հեղափոխությունների ժամանակ միֆատեսակներից ամենից շատ կիրառելիություն ունեն «հերոսական» միֆերը, մասնավորապես՝ «հերոսի ճանապարհի մոնոմիֆը»[33]:

---

[31] Տե՛ս Մելքոնյան Ն., Ասրիյան Է., Հայաստանյան «թավշյա» հեղափոխության միֆերը, «Բանբեր Երևանի համալսարանի: Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», 3 (27), 2018, էջ 74-83:

[32] Տե՛ս Кольев А. Политическая мифология, , изд. «Логос», М., 2003, с.126-128.

[33] Մոնոմիֆի գաղափարն առաջ է քաշել ամերիկացի միֆոլոգ Ջ. Քեմպբելը: Իր «Հազարադեմ հերոսը» աշխատության մեջ նա ընդգծում է, որ աշխարհում առկա առասպելներից շատերն ունեն ընդհանուր սյուժեի կառուցվածք՝ արքետիպային հերոսի

Ինչպես ճգնաժամային բոլոր իրավիճակներում, այնպես էլ հեղափոխությունների ժամանակ, քաղաքական ուժերը միֆերի ստեղծման և տարածման հարցում նախընտրում են դիմել ՋԼՄ-ների օգնությանը:

ՋԼՄ-ների դերը հեղափոխությունների, մասնավորապես «գունավոր» կամ «թավշյա» հեղափոխությունների ընթացքում բազմիցս ուսումնասիրվել է տարբեր հետազոտողների կողմից: Ամերիկացի տեսաբան Մ. Պալմերը 2003թ. հրատարակված իր աշխատությունում ներկայացնում է 25 կարևոր նախապայման, որոնք անհրաժեշտ են «գունավոր» հեղափոխությունների միջոցով «չարին», որն ասելով՝ նկատի է առնվում բռնապետական իշխանություններին, հաղթելու համար: Դրանց մի մասը վերաբերում էր զանգվածային մեդիային:[34]: Եթե նախկինում մեդիան պարզապես գործիք էր տարբեր ուժերի ձեռքին, ապա այսօր այն դարձել է յուրօրինակ հարթակ, որտեղ ստեղծվում և հանրային լայն զանգվածներին է հրամցվում իրենց կողմից ցանկալի իրականությունը, ինչն էլ հնարավորություն է տալիս հաջողել հեղափոխական գործընթացներում[35]:

Հետազոտության հաջորդ ենթագլխում, որը վերնագրված է «Թավշյա հեղափոխության» հերոսի ճանապարհը տպագիր մամուլում», մեր կողմից փորձ է արվել ՀՀ-ում 2018-ի «Թավշյա հեղափոխության» օրինակով տեղայնացնել «հերոսի ճանապարհի» մոնոմիֆը՝ կատարված իրադարձությունները ներկայացնելով որպես նախապես պլանավորված, մշակված, թիրախավորված գործողությունների սահուն ընթացք:

Այս համատեքստում, երբ որևէ գաղափարի կատարման համար որպես սոցիալ-հոգեբանական կոնստրուկտ անհրաժեշտ է դավադիր ուժ կամ հակահերոս[36], մեդիայի կողմից նախանշվեց ներքին հակահերոսը, ի դեմս Սերժ Սարգսյանի, իսկ նրա՝ վարչապետի պաշտոնում առաջադրվելու գաղափարը ներկայացվեց որպես «դավադրություն»: Ամերիկացի հետազոտող Ջ. Բրաունն ընդգծում է, որ թշնամու կերպարի ստեղծումը և սպասվելիք արհավիրքի նախանշումը քաղաքական կարևոր քայլեր են, որոնք չպետք է բաց թողնվեն նրանց կողմից, ովքեր ստեղծելու են ցանկալի քաղաքական միֆեր: Նման բնույթի հրապարակումների հանդիպում ենք «Հայկական ժամանակ», «Հրապարակ», «Ժողովուրդ», «Ազգ», «Առավոտ», պարբերականներում: Միֆի վերջնական կայացման նպատակով վերջիններս օգտագործում էին բազում

ճամփորդություն, որի ընթացքում նա իրականացնում է քայլեր, որոնք համընդհանուր են բոլորի համար: Ջ. Քեմպբելը, որպես գաղափարական հենք օգտագործելով Կ. Յունգի. Ջ. Ֆրեյդի և այլ հետազոտողների աշխատությունները, հերոսի ճանապարհի մոտիվը դիտում է որպես համաշխարհային առասպելաբանության համապատկերում կրկնվող մոնոմիֆ: Այս մասին տե՛ս Дж. Кэмпбелл. Тысячеликий герой, изд. «Золотой Век», М., 1997.

[34] **Տե՛ս Palmer** M., Breaking the Real Axis of Evil: How to Oust the World's Last Dictators by 2025, Rowman & littlefield publishers, 2003, p. 350.

[35] **Տե՛ս** Почепцов Г. Революция com. Основы протестной инженерии. — М., 2005, с. 532.

[36] **Տե՛ս** В. Пропп. Морфология волшебной сказки, изд. «Academia», Л., 1928, с. 40.

մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաներ: Դրանցում զետեղված մի շարք հրապարակումներ իմաստային և տեքստային վերլուծության ենք ենթարկել՝ հիմնավորելով քաղաքական միֆերին նվիրված տեսությունների բազմակի անդրադարձերով:

«Դավադիր ուժի» դեմ պայքարի ուժով էլ պետք է ծնվեր հերոս-փրկիչը՝ ի դեմս Նիկոլ Փաշինյանի: Տպագիր մամուլը, որը ջանասիրաբար ձեռնամուխ եղավ «դժբախտության» գաղափարի տարածմանը, նույն ջանասիրությամբ ստեղծում է «հերոս-փրկչի» կերպարը, ով դժվարությունների, խոչընդոտների հաղթահարման գնով պետք է բերեր երկար սպասված փրկությունը: Թափառումների, հերոսի ճանապարհի ընթացքում կիրառված «կախարդական իրերի» համատեքստում ներկայացրել ենք իրականացված քայլերթի, ակցիոնարի, հետագայում սիմվոլիկ նշանակություն ստացած՝ մարդկանց և իրերի թաքնված նշանակությունները, որոնք ուղղակի թե անուղղակի կերպով շրջանառության մեջ էին դրվել մեդիամիջոցների կողմից: Այս համատեքստում ուսումնասիրության հետաքրքիր նյութ են տրամադրում «Հայաստանի Հանրապետություն» և «168 ժամ» պարբերականները, որոնց հրապարակումները հեղափոխական գործողությունների ընթացքում բովանդակային փոփոխություններ կրեցին: ՋԼՄ-ների այս փոխակերպումները մեզ հիշեցնում են ամերիկացի մեդիաքննադատ Հերբերտ Շիլլերի տեսությունը, որը կոտրում է ՋԼՄ-ների չեզոքության մասին միֆը: Եթե շարժման սկզբում հիշյալ պարբերականներում կարելի էր հանդիպել քննադատական, թերահավատություն արտահայտող հրապարակումներ, ապա գործողությունների մասսայականացմանը զուգընթաց պարբերականներն սկսում են բացահայտ համակրանք արտահայտել դրանց նկատմամբ: Այլ խոսքով՝ եթե շարժման սկզբում գործ ունենք հակահեղափոխական պարբերականի հետ, ապա մի քանի օր անց կարող ենք տեսնել նոր զարթոնքի և «նոր Հայաստանի» դրոշակակիր թերթերից մեկը[37]:

Երրորդ՝ «Միֆաստեղծման նոր տեխնոլոգիաների կիրառման առանձնահատկությունները առցանց մամուլում և սոցիալական մեդիայում» ենթագլուխը նվիրված է «թավշյա հեղափոխության» միֆականացման ընթացքում արդի տեղեկատվական միջոցների ընձեռած նոր հնարավորություններին: Այս համատեքստում քննության ենք առել 2018-ի իրադարձությունների արձանագրման հարցում մեծ ներդրում ունեցած մուլտիմեդիա լրատվամիջոցների միֆաստեղծ գործունեությունը: Դրանցից առանձնացրել ենք «Ազատություն» ռադիոկայանը, որը «Թավշյա հեղափոխության» ամբողջ ընթացքում ուղիղ միացումների ձևաչափով լուսաբանում էր իրադարձությունները: Պատահական չէ, որ «Ազատության» ամենադիտված

[37] Տե՛ս Հեղափոխության գլխավոր արդյունքը ժողովրդի զարթոնքն է, «168 ժամ», 9 մայիսի, 2018(URL՝ https://168.am/2018/05/09/948383.html , դիտման ամսաթիվը՝ 20. 09. 2023):

տեսանյութերը ապրիլ-մայիսի ուղիղ եթերներն են եղել: Այդ օրերին լրատվամիջոցն ունեցել է ավելի քան 200 միլիոն դիտում youtube-ում, ինչպես նաև 200.000 նոր բաժանորդ[38]: Ուղիղ եթերների տեսանկյունից աչքի է ընկնում նաև «Factor.am» առցանց լրատվականը, որը նույնպես հրապարակումներին զուգահեռ պատրաստում էր ռեպորտաժներ հենց դեպքի վայրից: «Factor.am»-ի ամենաակտիվ հարթակը youtube-յան էջն էր, որը «Թավշյա հեղափոխություն» խորագրի ներքո հաճախ տեղադրում էր տեղի ունեցող իրադարձությունները պատկերող հոլովակներ: Դրանք հաճախ ուղեկցվում էին լրագրողների մեկնաբանություններով, արտահայտում դրական վերաբերմունք կատարվող իրադարձությունների հանդեպ: Դեպքի վայրից հրապարակվող տեսանյութերը հավաքում էին հազարավոր դիտումներ, իսկ մեկնաբանությունների դաշտը դառնում էր լայն քննարկումների հարթակ: Այդ օրերին «Factor.am»-ում կարելի էր տեսնել 7-10 ժամ տևողությամբ ուղիղ եթերներ: Գրեթե նույն ոճով էր աշխատում նաև «ParaTV» առցանց հեռուստաընկերությունը: Յուրօրինակ մոտեցմամբ ուղիղ եթերի գործառույթն օգտագործում էին նաև «Civilnet.am» և «Hetq.am» առցանց լրատվականները: «Civilnet.am»-ը ներկայացնում էր «թավշյա հեղափոխության» ժամանակագրությունը՝ անդրադառնալով յուրաքանչյուր օրվա կարևոր իրադարձություններին[39]: «Hetq.am»-ը ուղիղ եթերները զուգորդում էր տեղեկատվական ինֆոգրաֆիկաներով, որոնք ավելի ընկալելի էին դարձնում այն[40]: Պատահական չէ, որ այս գործողություններն ստացել են «Live»-երի հեղափոխություն, սոցիալական մեդիայի հեղափոխություն անվանումները:

Այս ենթագլխում, ավանդական լրատվամիջոցներից բացի, անդրադարձել ենք նաև սոցիալական մեդիային: Հասարակության մոբիլիզացման և տեղեկատվության տարածման տեսանկյունից հետաքրքիր գործիք էր «Ֆեյսբուք» սոցիալական ցանցի տված «իվենթ» հնարավորությունը, որի միջոցով շարժման մասնակիցները սպասվելիք իրադարձությունների մասին նախապես տեղյակ էին պահում հասարակությանը: Բացառիկ էր նաև «Թվիթեր»սոցիալական հարթակը, որը բազում համացանցային մեմերի ստեղծման տիրույթ էր դարձել:

---

[38]Տե՛ս Թավշյա հեղափոխության վավերագրությունը, «Ազատություն» ռադիոկայանի youtube-յան էջ, 18 մայիսի, 2018(URL՝https://www.youtube.com/watch?v=oGOs4G1vpY8&t=1s, դիտման ամսաթիվը՝ 09.11.2023):

[39] Տե՛ս Թավշյա հեղափոխություն, «Civilnet.am»(URL՝ https://www.youtube.com/results?search_query=%23%D5%A9%D5%A1%D5%BE%D5%B7%D5%A1%D6%83%D5%B8%D5%AD%D5%B8%D6%82%D5%A9%D5%B5%D5%B8%D6%82%D5%B6, դիտման ամսաթիվը՝ 01.02.2023-20.02.2023):

[40] Տե՛ս Հովհաննիսյան Ա., Թավշյա հեղափոխության ժամանակագրությունը (ինֆոգրաֆիկա), «Hetq.am», 10 մայիսի, 2018(URL՝ https://hetq.am/hy/article/88683 , դիտման ամսաթիվը՝ 09.12.2023):

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Մեդիայի՝ որպես միֆաստեղծման միջավայրի ուսումնասիրության արդյունքում ի հայտ եկած օրինաչափությունները փորձենք ի մի բերել հետևյալ եզրահանգումների մեջ.

1. Ժամանակակից միֆերը միֆաստեղծման հիմնական ուղեգծից ոչ միայն շեղվել են, այլև փոխել են իրենց էությունն ու նշանակությունը՝ դառնալով պետական կառավարման համակարգի անբաժան մասնիկ:

2. Ժամանակակից միֆերի ստեղծման և տարածման բարենպաստ ոլորտներից մեկը քաղաքականությունն է, ուստի դրանք այսօր դարձել են քաղաքական գործիչների տեղեկատվական և քաղաքական տեխնոլոգիաների զինանոցի արդյունավետ գործիքներ:

3. Միֆաստեղծման գործընթացի կարևորությունն առավել ընդգծվում է հասարակության համար ճգնաժամային իրավիճակներում, երբ անհատն ունի ընտրություն կատարելու խնդիր: Այս համատեքստում վերջին տարիներին առանձնակի նշանակություն են ձեռք բերում ժողովրդավարական հասարակություններում անցկացվող պետական կառավարման մարմինների և հատկապես նախագահական ընտրությունները:

4. Քաղաքական, նախընտրական միֆերը ստեղծվում և տարածվում են տարբեր ուղիներով, որոնց կառուցարկման հիմնական պատասխանատվությունը, ինչպես երբեք, կրում են ժամանակակից մեդիամիջոցները:

5. ՀՀ նորագույն պատմությունը լի է քաղաքական միֆերով, որոնք հիմնականում ձևավորվել են ՀՀ նախագահական ընտրություններին նախորդող և հաջորդող օրերին, երբ հասարակությունը ոչ միայն նոր նախագահ, այլև պետական կառավարման նոր ռազմավարություն, ապրելու մշակույթ և կացութաձև է ընտրում:

6. ՀՀ նախագահական առաջին ընտրությունների ժամանակ քաղաքական նոր իրականության կառուցարկման փորձերը տպագիր մամուլում տեղի էին ունենում «միասնականության» միֆի համատեքստում, որը, քաղաքական խոսույթ ներմուծելով «մենք» և «նրանք» բաժանումը, լուծում էր երկու խնդիր՝ կործանել կոմունիզմի մասին միֆը և ամբողջացնել նոր իրականության պատասխանատուի՝ անկախ պետականության հիմքում կանգնած գործչի քաղաքական իմիջը:

7. Միֆական միջավայրի ստեղծման հանդեպ հետաքրքությունը մեծ էր նաև 1996թ. նախագահական ընտրությունների ժամանակ: Այդ օրերին մամուլում շրջանառվում էր «դավադրության» միֆը, որը, հանրայնացնելով ժողովրդի ենթադրյալ թշնամիների մասին պատկերացումները, փորձում է մի կողմից բացատրել երկրում տիրող իրավիճակը, մյուս կողմից՝ պատասխանատվությունը դնել «դավադիր» ուժերի վրա:

8. ՀՀ-ում 1998թ. ընտրությունների նախօրյակին քաղաքական իրականության մեջ փոխըմբռնում այլևս չկար: Ասպարեզում նոր միֆերի կարիք էր զգացվում, որոնց ստեղծմանը կրկին ձեռնամուխ եղան տպագիր պարբերականները: Վերջիններս, իրենց թեկնածությունն առաջադրած քաղաքական գործիչներին պատկերելով «հերոս-փրկչի» կերպարում, փորձում էին պաշտպանել նրանց շահերը և ստանալ ժողովրդի վստահության քվեն:

Միֆաստեղծման նույն սցենարն էր գործում նաև 2003-ի նախագահական ընտրությունների նախօրյակին:

9. Քաղաքական միֆաստեղծման խոսուն օրինակ են 2008թ. նախագահական ընտրությունները, որոնք մեդիամիջոցներում կառուցվում էին «ոսկեդարի» միֆի հենքի վրա: Պայքարն ընթանում էր ՀՀ անկախության ձևավորման ակունքներում կանգնած մի քանի գործիչների միջև, որոնք իրենց անձնական միֆերը համադրում էին տնտեսապես և քաղաքականապես առավել կայուն երկրի կառուցման հեռանկարներին:

10. Միֆաստեղծման գործընթացը նորովի մատուցելու ուշագրավ փորձ են 2013 թ. նախագահական ընտրությունները: Դրանցում, ինչպես երբեք, բացակայում էր գաղափարական բաղադրիչը: Այդ պատճառով թեկնածուների մասին քաղաքական միֆերը մեդիայում կառուցարկվում էին միֆաստեղծման «արքետիպային» մոդելի միջոցով: Ըստ այդմ հայ քաղաքական կյանքում միֆաստեղծման գործընթացը բարձրացել էր որակական նոր աստիճանի, որը քաղաքական իրականության փոփոխության նախադրյալներ էր ստեղծում:

11. 2018 թ. ՀՀ-ում տեղի ունեցած «թավշյա հեղափոխությունը» բացառիկ էր ոչ միայն միֆաստեղծման, այլև ՀՀ նորագույն պատմության զարգացման հետագա ընթացքի կանխորոշման տեսանկյունից: Այդ իրադարձությունների քաղաքական խոսույթում ընկած էր «հերոսի ճանապարհի» փուլային կրկնության միֆը, որն ավանդական և սոցիալական մեդիայում ձևավորվել էր քաղաքական տարբեր տեխնոլոգիաների, Ջ. Շարփի փափուկ ուժի և այլ մեթոդների համադրման միջոցով:

12. ՀՀ-ում տեղի ունեցած բոլոր ընտրությունները կառուցարկվել են որոշակի միֆերի հենքի վրա: Այսօր էլ, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացմանը զուգընթաց, քաղաքական գործիչների և մեդիաներկայացուցիչների համագործակցության արդյունքում գրեթե ամեն օր կառուցարկվում են նոր միֆեր, որոնց ուսումնասիրությունը, հուսով ենք, կշարունակի մնալ մեդիահետազոտողների ուշադրության կենտրոնում:

Ատենախոսության թեմայով հրապարակումներ

Ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլված են հետևյալ հրապարակումներում՝

1. Միասնականության միֆը՝ որպես իրականության կառուցարկման գործիք, Վանաձորի պետական համալսարանի «Գիտական տեղեկագիր», Հումանիտար և հասարակական գիտություններ № 1, 2023, էջ 171-183:
2.Քաղաքական միֆերը հայաստանյան նախընտրական հեռուստաբանավեճերում, «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Բանասիրություն», № 2, 2023, էջ 130-145:
3. Դավադրության միֆը հայկական քաղաքական դաշտում (Արցախյան հակամարտության օրինակով) «Գիտական Արցախ», № 4(15), 2022, էջ 143-148:
4. Հերոս-փրկչի կերպարը՝ քաղաքական լիդերության սոցիալ-հոգեբանական ազդեցության գործոն, «Գիտական Արցախ», №1(16), 2023, էջ 100-108:
5. Միֆերը՝ որպես քաղաքական իրականության կառուցարկման մեխանիզմներ, «Գիտական Արցախ», № 2 (17), 2023, էջ 130-136:
6. Քաղաքական միֆերը հայկական մեդիամիջավայրում, Վանաձորի պետական համալսարանի «Գիտական տեղեկագիր», Հումանիտար և հասարակական գիտություններ, № 1, 2024, էջ 105-111:

LIANA MARTIROSYAN

PRINT AND INTERNET PRESS OF RA AS AN ENVIRONMENT OF POLITICAL MYTH-MAKING

SUMMARY

Dissertation for the academic degree of Candidate of Philological Sciences in specialty 10.01.06 – «Journalism»

Defence day: 04.06.2025 at 12:00 pm at the session of the SCC Specialized Council (Supreme Certifying Committee) 012 at Yerevan State University.

Address: Republic of Armenia, Yerevan, Abovyan str. 52/A, YSU, Faculty of Armenian Philology, room No 202.

The history of modern Armenian journalism is an important part of the modern history of the Republic of Armenia, since from the very beginning, on the path to independence and statehood, the media were fully involved in political processes, And often as defenders of the personal interests of some political force or figure. In these processes, they repeatedly turned to political myths.

The mythologization of political life has always occupied the creative mind of man. For many years, researchers have pondered the formulation of political myths and their functions. Even today they are considered an integral part of the arsenal of every political force and are used to create and construct a new reality. Their use becomes significant during sociocultural crises of society, when an individual has a problem of orientation and choice, that

is, the relevance of political myths increases in times of social crisis, when society needs unifying symbols. Presidential elections are such events in democratic societies. That is why, within the framework of this study, we set ourselves the goal of studying the political myths created in print and online media during all presidential elections in the Republic of Armenia, which changed the course of development of the modern history of Armenia. The "Velvet Revolution" that took place in 2018 also figured in the context of our research, since it was exceptional in terms of myth-making. An in-depth, multifaceted study of political media myths created during this period, identification and elimination of positive and negative transformations is highly relevant today. This is largely due not only to the fact that political myths play a key role in politics, but also to the processes of implementing innovations and reforms, overcoming contradictions between the old and the new. In addition, exposing the old allows, based on the experience of the past, to predict the logic of the emergence and development of new myths, and to create new levers aimed at managing public behavior. Thanks to this, it becomes possible to predetermine the political future of the state and objectively analyze the steps of the political elite. These circumstances determine the relevance of the chosen topic.

On the way to achieving our goal, we have set ourselves the following tasks.

1. Political myths as mechanisms for constructing a new reality. essence, functions.
2. Relations between the mythical environment, politics and the media. General aspects and features.
3. Political media myths in the review of electoral processes.
4. Various technologies for using political myths during the elections of the President of the Republic of Armenia.
5. Creation of new myths in the Internet press in the context of the "Velvet Revolution".
6. Features of new technologies of myth-making using the example of the Armenian Internet press and social networks.

It can be stated that all elections held in the Republic of Armenia were built on the basis of certain myths. Even today, along with the development of information technology, as a result of the cooperation of politicians and media representatives, new myths are being built almost every day, the study of which, we hope, will be the focus of attention of media researchers.

ЛИАНА НЕРСЕСОВНА МАРТИРОСЯН

ПЕЧАТНАЯ И ИНТЕРНЕТ-ПРЕССА РА КАК СРЕДА ПОЛИТИЧЕСКОГО МИФОТВОРЧЕСТВА

РЕЗЮМЕ

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологический наук по специальности 10.01.06 - «Журналистика»

Защита состоится 04.06.2025 г. в 12:00 на заседании специализирванного Совета ВАК 012, действующего при ЕГУ, по адресу: Ереван, улица Хачатура Абовяна 52/а, корпус филологического факультета, аудитория 202.

История современной армянской журналистики является важной частью новейшей истории Республики Армения, поскольку с самого начала, на пути к независимости и государственности, средства массовой информации были полностью вовлечены в политические процессы, причем зачастую как защитники личных интересов какой-либо политической силы или деятеля. В этих процессах они неоднократно обращались к политическим мифам.

Мифологизация политической жизни всегда занимала творческий ум человека. В течение многих лет исследователи размышляли над формулировкой политических мифов и их функциями. Они и сегодня считаются неотъемлемой частью арсенала каждой политической силы и используются для создания и конструирования новой реальности. Их использование становится значимым во время социокультурных кризисов общества, когда у личности возникает проблема ориентации и выбора, то есть актуальность политических мифов возрастает во времена социального кризиса, когда обществу необходимы объединяющие символы. Президентские выборы являются такими событиями в демократических обществах, именно поэтому в рамках данного исследования мы поставили перед нами цель изучить политические мифы, созданные в печатных и интернет СМИ в ходе всех президентских выборов в Республике Армения, которые изменили ход развития новейшей истории Армении. «Бархатная революция», произошедшая в 2018 году, также фигурировала в контексте нашего исследования, поскольку была исключительной с точки зрения мифотворчества. Углубленное, многоплановое исследование политических медиа-мифов, созданных в этот период, выявление и устранение позитивных и негативных трансформаций является сегодня весьма актуальным. Во многом это связано не только с тем, что политические мифы играют ключевую роль в политике, но и с процессами внедрения инноваций и реформ, преодоления противоречий между старым и новым. Кроме того, разоблачение старого позволяет на основе опыта прошлого предсказать логику возникновения и развития новых мифов, создать новые рычаги, направленные на управление общественным поведением. Благодаря этому становится возможным предопределить политическое будущее государства и объективно анализировать шаги политической элиты. Эти обстоятельства определяют актуальность выбранной темы.

На пути к достижению цели мы поставили перед нами следующие задачи:

1. Политические мифы как механизмы конструирования новой реальности. сущность, функции.
2. Отношения мифической среды, политики и СМИ: общие аспекты и особенности.
3. Политические медиа-мифы в обзоре избирательных процессов.
4. Различные технологии использования политических мифов во время выборов президента Республики Армения.
5. Создание новых мифов в интернет-прессе в контексте «Бархатной революции».
6. Особенности новых технологий мифотворчества на примере армянской интернет-прессы и социальных сетей.

Можно констатировать, что все выборы, проведенные в Республике Армения, были построены на основе определенных мифов. Даже сегодня, наряду с развитием информационных технологий, в результате сотрудничества политиков и представителей СМИ практически каждый день строятся новые мифы, изучение которых, надеемся, окажется в центре внимания медиаисследователей.