

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ՄԱՆԻՊՈՒԼՅԱՑԻՈՆ ՀՁՈՐ ԶԵՆՔ

ՄԱՐԻՆԵ ՇԱՀԲԱԶՅԱՆ

Զանգվածային տեղեկատվական միջոցները՝ որպես ժամանակակից հասարակության կարևորագույն ինստիտուտներ, նշանակալից դեր են խաղում անհատի զարգացման, հասարակական գիտակցության ձևավորման ու աշխարհաքաղաքական գործընթացներում: Դեռ առաջին թերթերի ու ամսագրերի առաջացումը լուրջ սոցիալական փոփոխություններ առաջացրեց: Կարևոր դարձավ մարդու ձևավորումը հասարակության մեջ, որը մեծ հետաքրքրություն ուներ գրականության, արվեստի ու քաղաքականության, կյանքի ու գիտության նկատմամբ: Այն դարձավ ժամանակակից հասարակության նախատիպը, որը մշակում է համընդհանուր հասարակական արժեքներ և դիմակայում տարաբնույթ խմբերին ու կառույցներին, որոնց շահերը հաճախ չեն համընկնում հասարակական շահերի հետ:

Համաշխարհային թաթերաբեմում տեղի ունեցող երևույթների ու իրադարձությունների իրազեկումն ու մեկնաբանումն իրականացվում են տեղեկատվական ու հեռահաղորդակցման միջոցներով: Հասարակական զարգացման արդի փուլում տեղեկատվության հոսքերն այնքան ծավալուն և բազմաբնույթ են, որ նույնիսկ կրթված մարդը ի վիճակի չէ ճիշտ կողմնորոշվելու հաճախ միմյանց հակասող գործընթացների բարդ համակարգում և ընդունելու համապատասխան որոշումներ: Անշուշտ տեղեկատվական միջոցները տեսանելի են դարձնում ողջ աշխարհը, բայց այն ներկայացվում է անմիջական ունկնդրին որոշակի մտապատկերների ու հետաքրքրությունների լույսի ներքո: Թեև նրանք թույլ են տալիս մարդկանց դուրս գալ սեփական փորձի շրջանակներից, բայց միաժամանակ սահմանափակում են իրականությունը օբյեկտիվորեն տեսնելու և գնահատելու հնարավորությունը:

Հաղորդակցման նախկին ձևերում, որտեղ գերիշխում էր գրավոր մշակույթը, մարդն ընկալվում և դաստիարակվում էր որպես բանական էակ, որն ունի մտածելու կարողություն, լեզու և հարուստ ներաշխարհ: Անցումը հաղորդակցման ատոփոմփզուալ ձևի ենթադրում է մարդու ոչ ինտելեկտուալ

կարողությունների մշակում: Այսինքն՝ «էկրանի մշակույթը»¹ ավելի շատ ազդում է հույզերի, քան բանականության վրա: Կարևոր հարց է, թե ինչպես են մարդիկ կողմնորոշվում կերպարների աշխարհում: Այսօր հաճախ ենք լսում «մարդու մահ»² հասկացությունը՝ որպես մարդու մասին որոշակի գաղափարի վերջ: Բայց այստեղ խոսքը միայն գաղափարի փոփոխության մասին չէ. փոփոխվում է մեր ողջ ռեֆլեքսիվ համակարգը, որն արդեն արդյունավետ չի գործում նոր պայմաններում: Եթե նախկինում գերիշխում էր գծային, ապա այսօր գերիշխում է պատկերային մտածողությունը: Այն շրջանառության մեջ է դնում տեսողական պատկերներ՝ ստեղծելով վիրտուալ իրականություն: Ինչպես ՌԻ. Էկոն է ասում. «...պատկերներն ունեն ահռելի ուժ, և դրանց միջոցով կարելի է մարդկանց մեջ տարածել այնպիսի համոզմունքներ ու գաղափարներ, որոնք այլ պարագաներում կարող էին կասկածներ հարուցել կամ չընկալվել»³:

Մտահոգիչ է, երբ տեղեկատվական միջոցները կիրառվում են քաղաքական նպատակներով: Տեղեկատվական պատերազմները, որոնք սպառնում են համայն մարդկությանը, ընթանում են տեղեկատվական միջոցներով: Հեռուստատեսությունը, որը զանգվածային տեղեկատվական միջոցներից ամենաազդեցիկն է, քաղաքական իշխանության իրականացման լավագույն միջոցն է: Հեռուստատեսությամբ է ստեղծվում այն վիրտուալ իրականությունը, որը պարտադրվում է միլիոնավոր հեռուստադիտողներին՝ հնարավորություն տալով վերահսկելու նրանց մտքերն ու գործողությունները: Այն մեծ ազդեցություն է թողնում մարդկանց աշխարհընկալման, զգացմունքների, գիտելիքների և արժեհամակարգերի վրա՝ վերափոխելով նրանց այս կամ այն խնդրի վերաբերյալ դիրքորոշումները: Ինչպես Դ. Բրայանտն է նշում. «զանգվածային տեղեկատվական միջոցների ազդեցությունը հոգեկանի վրա նման է ատոմային ռումբի պայթյունին»⁴:

Ժամանակակից աշխարհում զանգվածային տեղեկատվական միջոցները դարձել են կառավարման և մանիպուլյացիայի հզոր զենք: Մանիպուլյացիան զանգվածային ներշնչանքի շնորհիվ հնարավորություն է տալիս մարդ-

¹ Տե՛ս **Артамонов Г. Т.** О противоречиях перехода к информационному обществу, //Вестник ВОИВТ, 1990, N3, էջ 11:

² Տե՛ս **Медведев Е. А.** Основы информационной культуры //Социс, 1994 N11, էջ 59:

³ Տե՛ս **Эко У.** От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст, Интернет, 1998 N6-7, էջ 92:

⁴ Տե՛ս **Брайант Дж., Томсон С.** Основы воздействия СМИ, Москва, 2004, էջ 67:

կային ցանկություններն ուղղորդելու անհրաժեշտ հունով՝ առանց բռնության ուժի: Այն ենթադրում է.

1. Հոգեբանական ազդեցություն, որն իրականացվում է գաղտնի և հետևաբար ի վնաս այն անձանց, ում ուղղված է: Վերջինիս պարզագույն օրինակը գովազդն է:

2. Աննկատ ազդեցություն. հաջողությունը երաշխավորված է, եթե մանիպուլյացիայի ենթարկվողը հավատում է, որ այն, ինչ տեղի է ունենում բնական է և անխուսափելի:

3. Քողարկված մտադրության իրագործում, որը մարդկանց, նախապես մշակված ծրագրի համաձայն, դրդում է որոշակի գործողությունների:

Զանգվածային տեղեկատվական միջոցների կողմից կիրառվող մանիպուլյացիոն մեխանիզմները հնարավորություն են տալիս չբարձրաձայնելու ճշմարտությունը, իրականությունը ներկայացնելու տարբեր գույներով, շեղել մարդկանց ուշադրությունը և փոխելու նրանց պատկերացումները: Օրինակ՝ փաստերի լուծումը և շեշտադրումը կիրառվում են լսարանի մոտ վստահություն ստեղծելու միտումով: Հետևողականորեն լուսաբանվում և ընդգծվում են ոչ էական փաստերը, իսկ կարևոր տեղեկատվությունը լուրջաբան է մատնվում: Այն կիրառվում է, որպեսզի մարդկանց ուշադրությունը շեղվի կարևոր, բայց կառավարողի համար ոչ պիտանի տեղեկատվությունից: Ըստ սոցիոլոգների՝ տեղեկատվություն ստանալուց 30 րոպե հետո մարդը հիշում է բովանդակության 60%-ը, օրվա վերջում հիշողության մեջ մնում է միայն 40%-ը, իսկ շաբաթվա վերջում գրեթե մոռացության է մատնվում⁵: Արդյունքում խնդիրն անհետանում է մի քանի օրվա ընթացքում, եթե իհարկե վերջինս անընդհատ չի կրկնվում:

Այսպիսով, հարց է առաջանում՝ արդյոք տեղեկատվական միջոցներից մենք ստանում ենք ճշմարիտ տեղեկատվություն աշխարհի ու իրադարձությունների մասին: Զանգվածային տեղեկատվական միջոցների կողմից կիրառվող տեխնիկական միջոցների ու մեխանիզմների շնորհիվ հասարակությունը հաճախ գերծ է մնում օբյեկտիվ իրականությունից՝ պատկերացում չունենալով այն մասին, թե ինչ է իրականում տեղի ունեցել կամ տեղի ունենում: Եթե նույնիսկ տեղեկատվական միջոցները չեն խեղաթյուրում իրականությունը, ապա լիովին ունակ են փոխելու պատկերացումները վերջինիս մասին:

⁵ Տե՛ս **Дубровский Е. Н.** Информационно-обменные процессы как факторы эволюции общества, Москва, МГСУ, 1996, էջ 72:

Ժամանակակից պայմաններում հասարակությունն ապրում է ոչ թե իրական, այլ տեղեկատվական, վիրտուալ աշխարհում, որը հեղեղված է տեղեկատվությամբ և ապատեղեկատվությամբ: Հետևաբար, հասարակության վերաբերմունքը երևույթներին և խնդիրներին սահմանվում է նրանց կողմից, ովքեր վերահսկում են տեղեկատվական աշխարհը: Ռուս մեծ փիլիսոփա Ալեքսանդր Զինովևը պնդում է, որ այսօր զանգվածային տեղեկատվական միջոցների խնդիրը «մարդկանց ուղեղները մինչև վերջ լցնելն է, որպեսզի էլ տեղ չմնա այլ բանի համար, և ուղեղը շարժելու ամեն ցանկություն վերանա»⁶: Այլ կերպ ասած, անհրաժեշտ է մարդկանց գիտակցության մեջ այնպիսի քառս սերմանել, որ չկարողանան այն կառավարել:

Ինչպես նախկինում, այնպես էլ մեր օրերում թերթերն ու ամսագրերը ծառայել և ծառայում են որպես հասարակական կարծիքի ձևավորման և պետության սոցիալ-տնտեսական ու քաղաքական կուրսի լուսաբանման կարևորագույն միջոց: Ժամանակակից զանգվածային տեղեկատվական միջոցների նպատակը այս կամ այն խնդրի բարձրաձայնումն ու քննարկումն է, որը հնարավոր է դարձնում պատասխանատու ծառայություններին ընդունել համապատասխան որոշումներ: Զանգվածային հաղորդակցման նոր միջոցները ոչ միայն միավորում են հեռուստախցիկը, հեռուստացույցը, ֆաքսն ու համակարգիչը, այլև քաղաքականության վարման հզոր միջոցներ են: Մյուս կողմից նրանք կարող են դառնալ ոչ թե անաչառ տեղեկատվության, այլ նաև մոլորության աղբյուր: Ընդ որում, եթե «ավանդական» տեղեկատվական միջոցներն ունեին մշակված որոշակի իրավական նորմեր ու ավանդույթներ, նյութի մատուցման սահմանված բարոյականության չափանիշներ, ապա նոր տեղեկատվական միջոցները չունեն նման չափորոշիչներ և վերահսկվում են ոչ թե հասարակության, այլ որոշակի անհատների ու կազմակերպությունների կողմից, որոնց շահերը հաճախ տարբերվում են համընդհանուր շահերից:

Այսպիսով, ազատությունը, ստեղծագործելու հնարավորությունը, մատչելիությունը, անպաշտոնականությունը, անկասկած, ժամանակակից զանգվածային տեղեկատվական միջոցների գործունեության դրական հետևանքներն են, բայց միաժամանակ ակնհայտ է նաև այն փաստը, որ կարող են ունենալ և բացասական հետևանքներ: Արդի տեղեկատվական միջոցներում իշխանությունը տարրալուծվում ու անտեսանելի է դառնում, բայց միաժամանակ թափանցում է ամենուր: Այն թափանցում է մարդկանց գիտակցության մեջ գի-

⁶ Ст'и Зиновьев А. Глобальный человек, Москва, 2003, էջ 72:

տական ու ժամանցային հաղորդումների տեսքով ու դուրս է մնում հասարակական վերահսկողությունից: Թեև նրանք հնարավորություն են տալիս միավորելու լուսանկարը, լրահաղորդումն ու համապատասխան գնահատականը մեկ ամբողջի մեջ, իր հերթին մոնտաժի սկզբունքն էլ հնարավորություն է տալիս իրականությունն այնպես մեկնաբանելու, որ աշխարհը, որը մենք ընկալում ենք, դառնում է մտացածին: Եվ պատահական չէ, որ այսօր ոչ միայն շոուները, այլ նաև քաղաքական լրահաղորդումներն են բեմականացվում: ԶԼՄ-ները ոչ միայն նոր պատուհան են բացում դեպի աշխարհ, այլ նաև սահմանափակում են մարդու ստեղծագործական հնարավորությունը: Դասական մամուլի ընթերցողը բավականին մեծ ինքնուրույն աշխատանք էր կատարում՝ տպագրական նշանները փոխանցելով կերպարների ու հասկացությունների աշխարհ: Իհարկե, այստեղ մեծ դեր է խաղում կրթությունը, որը կատարում է և՛ կոդմոնորոշիչի, և՛ սելեկտորի, և՛ գրաքննիչի դեր: Այսօր ԶԼՄ-ն պատրաստի տեսանյութ է տալիս, որը չի պահանջում կերպարի ինքնուրույն վերլուծություն: «Կապույտ էկրանը դարձել է մի յուրատեսակ թակարդ, որից դուրս գալու և աշխարհը ամբողջության մեջ տեսնելու հնարավորությունները աստիճանաբար նվազում են»⁷:

Տեղեկատվական միջոցը ոչ միայն բովանդակություն է, այլ նաև կառույց: Այն մի ինստիտուտ է, որը գործում է մյուս ինստիտուտների կողքին՝ շուկա, եկեղեցի, համալսարան և այլն: Սրանցից յուրաքանչյուրը ձևավորում է մարդկային որոշակի հատկանիշներ: Շուկան, որպես կանոն, ձևավորում է ագրեսիա, եկեղեցին՝ սեր, համալսարանը՝ գիտելիք: Զանգվածային տեղեկատվական միջոցը ինստիտուտների ինստիտուտն է: Այն մի վայր է, մի տարածություն, որտեղ այս բոլորը հանդիպում ու հաղորդակցվում են: Այդ պատճառով էլ մամուլի ու հեռուստատեսության կարևոր ֆունկցիան միջնորդ լինելն է: Զանգվածային տեղեկատվական միջոցները պետք է դառնան բարոյականության ու գործավարության, ճանաչողության ու պոեզիայի հանդիպման վայր: Այս ամենը խոսում է այն մասին, որ անհրաժեշտ է վերականգնել պետական մամուլի ու հեռուստատեսության դերը: Որքան էլ որ արդյունավետ ու ժողովրդավարական են համարվում ժամանակակից էլեկտրոնային տեղեկատվական-հաղորդակցման միջոցները, անհրաժեշտ է զարգացնել ավանդական լրագրությունն ու հրապարակախոսությունը՝ մտածելու և գործելու կարո-

⁷ Տե՛ս **Эко У.** Отсутствующая структура. Введение в социологию, СПб: Университетская книга, 1988, էջ 134:

ղունակ բնակչություն զարգացնելու նպատակով՝ պահպանելու համար այն մշակութային տարածությունը՝ լրագրող-թերթ-ժողովուրդ, որտեղ հասարակությունը կարող է տարբեր հարցեր քննարկել ու համաձայնության գալ, համատեղ մշակել որոշակի դիրքորոշումներ: Քաղաքագետների ու գիտնականների գլոբալ գաղափարները, փիլիսոփաների, բարոյագետների ու իրավաբանների կողմից առաջադրվող արժեքների ու կանոնների համակարգը մարդկանց սիրտն ու հոգին գրավելու համար պետք է քննարկման առարկա դառնան ու ընդունվեն նրանց կողմից:

Զանգվածային տեղեկատվական միջոցները պետք է խիստ վերահսկողության ենթարկվեն պետական մարմինների կողմից: Այսօր նրանց նկատմամբ վարած քաղաքականությունը կարելի է բնութագրել որպես ազատ, ինտերնացիոնալ, սեփականաշնորհման քաղաքականություն: Տեղեկատվական համակարգում կատարված բոլոր փոփոխություններն անմիջականորեն ազդում են յուրաքանչյուր մարդու վրա: Մեր նշանների ունիվերսալը նախկինում ձևավորվում էր թերթի, ամսագրի, ռադիոյի, կինոյի ու հեռուստատեսության հիմքի վրա: Իսկ այսօր բացվել են հաղորդակցման «դասական տեխնիկայի»⁸ և համակարգչի համադրման նոր հնարավորություններ, ինչը պահանջում է մշակել նոր, արդյունավետ քաղաքականություն: Զարգացած շատ երկրներ վաղուց դա գիտակցել են: Մեր աչքի առաջ ավանդական մշակույթն անկում է ապրում: Հետևանքները սպասել չեն տալիս: Փոփոխությունները, որոնք կատարվում են մեր հոգևոր աշխարհում (հույզեր, հիշողություն, երևակայություն, բանականություն) արդեն ակնհայտ են: Եվ եթե համապատասխան միջոցներ չգործադրվեն, ապա հասարակական բարեփոխումների բոլոր ջանքերն անօգուտ կլինեն: XX դարի 2-րդ կեսի փորձը ցույց է տալիս, որ նոր զարգացող երկրների ավանդական մշակույթի միայն մի մասը կարողացավ ինտեգրվել նոր դարաշրջան:

Ինչպես անցումային փուլում գտնվող յուրաքանչյուր երկիր, Հայաստանը ևս շատ անելիքներ ունի տեղեկատվական ոլորտում: Հայոց ինքնության պահպանման և հոգևոր անվտանգության ապահովման համար նախկինում մշակված մեխանիզմները տեղեկատվական հեղափոխության արդյունքում ձևավորված ներկա աշխարհակարգում արդյունավետ չեն գործում: Իրողությունը պահանջում է, որպեսզի դրանք արդիականացվեն, և ստեղծվեն նորերը: Զանգվածային տեղեկատվական միջոցների վերահսկման նոր

⁸ Տե՛ս **Варганова Е. Л.** Новые проблемы, приоритеты цифровой эпохи, Информационное общество, 2001, N 3, էջ 56:

քաղաքականության մշակումն անվտանգության ապահովման գրավականներից մեկն է:

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Արդի աշխարհում զանգվածային տեղեկատվական միջոցները ոչ միայն տեղեկատվության աղբյուր են, այլև մանիպուլացիոն հզոր զենք: Նրանք աննկատ ազդում են մարդկանց հոգեկերտվածքի, գիտակցության ու բարոյական արժեքների վրա՝ վերափոխելով դրանք: Տեղեկատվական պատերազմները վարում են զանգվածային տեղեկատվական միջոցներով: Ելնելով ազգային անվտանգությունից՝ անհրաժեշտ է, որ ԶԼՄ-ները վերահսկվեն պետության կողմից:

Բանալի բաներ - տեղեկատվություն, զանգվածային տեղեկատվական միջոցներ, մանիպուլացիա:

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК МОЩНОЕ ОРУДИЕ МАНИПУЛЯЦИИ

МАРИНЕ ШАХБАЗЯН

В современном мире средства массовой информации являются не только источником информации, но и хорошим орудием манипуляции. Они, незаметно влияя на психику, сознание и нравственные ценности людей, трансформируют их. Информационные войны ведутся средствами массовой информации. Исходя из национальной безопасности, необходимо, чтобы средства массовой информации находились под контролем государства.

Ключевые слова – информация, средства массовой информации, манипуляция.

MASS MEDIA — A POWERFUL MANIPULATIVE WEAPON

MARINE SHAHBAZIAN

Nowadays mass media is considered to be not only a source of information but also a powerful manipulative weapon. The mass media have an influential

impact on the psychology, consciousness and spiritual values of people they have as well the power to change and shape them. As informational warfare is mainly conducted by mass media Shahbazyan thinks its censorship is of necessity a must for national safety issues.

Key words – information, means of mass media, manipulation.