

ԶԼՄ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅԱՆ ՄԵԶ «ԱՏԵԼՈՒԹՅԱՆ ԽՈՍՔԻ» ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ

*Դիանա Գալստյան, Լիլիթ Հակոբյան**

Վերջին տարիների հետազոտություններն արձանագրում են «ատելության խոսքի» (*hate speech*) աճ ժամանակակից մեդիաների բովանդակության մեջ: Մինչդեռ մեդիաների դերի մասին պատկերացումներն այս հարցում կարելի է բաժանել երկու խմբի. առաջին խմբի ներկայացուցիչները գտնում են, որ ՉԼՄ-ով տարածվող ատելությունը տեղափոխվում է հասարակություն, մյուսները գտնում են, որ ՉԼՄ-ն արտացոլում են հասարակության մեջ առկա տրամադրությունները: Այնուամենայնիվ, չի կարելի թերագնահատել ՉԼՄ դերն այս հարցում, որոնք կարող են մեղմել հասարակության ներսում առկա լարվածությունը և հակառակը:

«Ատելության խոսքը» տարբեր ձևակերպումներ ունի, օրինակ՝ Եվրոպայի խորհրդի նախարարների կոմիտեի հանձնարարականներում՝ թիվ R (97) 20-ի հավելվածում տրված է հետևյալ ձևակերպումը. որպես լրատվամիջոցներով տարածվող ատելության խոսք «պետք է հասկանալ բոլոր այն արտահայտությունները, որոնք տարածում, հրահրում և արդարացնում են ռասայական ատելություն, քսենոֆոբիա, հակասեմիտիզմ և անհանդուրժողականության բոլոր այլ ձևերը, ինչպիսիք են՝ ագրեսիվ ազգայնականության և էթնոցենտրիզմի միջոցով արտահայտվող անհանդուրժողականությունը, խտրականությունը փոքրամասնությունների, միգրանտների հանդեպ»¹: Մեկ այլ ձևակերպմամբ՝ «ատելության խոսք» տերմինի տակ հասկացվում են «ՉԼՄ-ում հրապարակվող այն բոլոր տեքստերը, ինչպես նաև վերնագրերը, նկարները, որոնք ուղղակի կամ անուղղակի կերպով կարող են ազգային կամ կրոնական թշնամանքի կամ նույնիսկ անբարյացակամ վերաբերմունքի պատճառ դառնալ»²:

Անկախ սահմանումից՝ հստակ է, որ ատելության խոսքն ունի պարտադիր 2 բաղադրիչ՝ բացասական երանգավորում և կոնկրետ հասցեատեր: Վերջինով էլ պայմանավորված են դրա հիմնական տարատեսակները՝ էթնիկ,

* «Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավարի տեղակալ:

” «Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի փորձագետ:

¹ «Զանգվածային տեղեկատվության բնագավառը Եվրոպայի խորհրդի փաստաթղթերում» (երկրորդ՝ լրացված հրատարակություն), Երևան, 2003թ., էջ 132:

² *Сложаккина А.И.*, «Язык вражды» в региональных СМИ (российско-украинский конфликт в оценке журналистов Оренбуржья).

ներքադաքական, միջազգային, սոցիալական, լեզվական, կրոնական, սեռական և այլն: Այն կարող է ուղղված լինել մեկ օբյեկտի (օրինակ՝ պայմանավորված մաշկի գույնով) կամ միաժամանակ ներառել տարբեր օբյեկտներ՝ սեռական կողմնորոշմամբ, կրոնով, ազգային պատկանելությամբ և այլն: Ատելության խոսքը հաճախ կառուցվում է «մենք-նրանք» հակադրության վրա, երբ առավել դրական երանգավորմամբ բնորոշվում է «մենք»-ը, բացասական երանգավորմամբ՝ «նրանք»-ը:

«Ատելության խոսքը» կարող է լինել բացահայտ՝ դրսևորվել կոնկրետ բառերով, բառակապակցություններով ու նախադասություններով, ինչպես նաև թաքնված՝ շարադրանքի ընդհանուր տրամաբանությունից բխող բացասական ենթատեքստով: Բացահայտ դրսևորումները կարելի է դասակարգել 3 պայմանական խմբերում.

- «Կոշտ». հաճախ ուղեկցվում է բռնության և խտրականության բացահայտ կոչերով:
- Ոչ այնքան կոշտ՝ «միջին». օրինակ՝ այս կամ այն էթնիկ խմբի նկատմամբ պատմության ընթացքում իրականացված հանցագործությունների «արդարացում» կամ հասարակության, պետության վրա տվյալ էթնիկ խմբի բացասական ազդեցության մատնանշում և այլն:
- Համեմատաբար «փափուկ». օրինակ՝ այս կամ այն խմբի բացասական կերպարի ձևավորում, բացասական վարքի, գործած հանցանքի դեպքում հատուկ շեշտադրվում է խմբային կամ կրոնական պատկանելությունը, որը հաճախ կապ չունի տվյալ նյութի հետ³:

«Ատելության խոսքի» բացահայտմանն ուղղված հետազոտությունները հիմնականում կարևորվում են՝ պարզելու համար.

- դրսևորման հիմնական հարթակները (թերթեր, հեռուստատեսություն, առցանց լրատվամիջոցներ, սոցցանցեր),
- մատուցման ձևերը, առանձնահատկությունները (բացահայտ, ծածուկ՝ բացասական ենթատեքստով),
- հիմնական աղբյուրները (լրագրող, քաղաքական գործիչ, փորձագետ և այլն),
- թիրախները (ըստ տեսակի դրանք տարբեր են՝ կրոնական, էթնիկ, սոցիալական խմբի ներկայացուցիչներ⁴):

³ Язык вражды против общества (сб. статей) / сост.: А.Верховский, стр. 73.

⁴ «Язык вражды» в СМИ Южного Кавказа, <http://ypc.am/studies/%D5%A1%D5%BF%D5%A5%D5%AC%D5%B8%D6%82%D5%A9%D5%B5%D5%A1%D5%B6-%D5%AD%D5%B8%D5%BD%D6%84%D5%A8-%D5%B0%D5%A1%D6%80%D5%A1%D5%BE%D5%A1%D5%B5%D5%AB%D5%B6-%D5%AF%D5%B8%D5%BE%D5%AF%D5%A1%D5%BD%D5%AB-%D5%A6/?lang=hy>

«Ատելության խոսքի» դրսևորումները մեղիայում փորձագետները պայմանավորում են մի քանի գործոններով.

- լրագրողական պրոֆեսիոնալիզմի բացակայություն, լրագրողական էթիկայի խախտում,
- տվյալ լրատվամիջոցի միտումնավոր քաղաքականության արդյունք, վարկանիշի բարձրացման, լսարան գրավելու միտում,
- քաղաքական նպատակին հասնելու միջոց (այս հանգամանքը հաճախ դրսևորվում է ներքաղաքական իրադարձությունների լուսաբանման ժամանակ),
- նպատակաուղղված պետական քարոզչություն:

«Ատելության խոսքը» մեղիայում ընդհանուր խնդիր է: Այն տարածված է փոքր լսարան ունեցող տեղի լրատվամիջոցներում, ինչպես նաև միջազգային խոշոր լրատվամիջոցներում և հիմնականում հանդիպում է ազգամիջյան, կրոնական և միգրացիայի թեմաների լուսաբանումներում: Օրինակ՝ ռուսական լրատվամիջոցներում այն հիմնականում վերաբերում է Միջին Ասիայից, ինչպես նաև անդրկովկասյան պետություններից ներգաղթյալներին: Արևմտյան ՉԼՄ-ում «ատելության խոսքի» ձևակերպումները ևս առնչվում են միգրանտների թեմային և հատկապես սուր են դրսևորվում կրոնական՝ իսլամական համատեքստում⁵:

ՉԼՄ-ում էթնիկ հողի վրա ատելության խոսքի ձևավորման բացահայտ օրինակ են Ադրբեջանի առցանց լրատվամիջոցների թեմատիկ անդրադարձները Հայաստանի և հայերի մասին: Վերջիններս բավական մեծ ծավալով առկա են ամենօրյա լրահոսում՝ ոչ միայն հակամարտության վերաբերյալ նյութերում, այլև այլ ոլորտներին առնչվող նորություններում՝ սպորտային, մշակութային, տնտեսական և այլն: Ինչպես նշվեց, «ատելության խոսքն» ունի հստակ հասցեատեր, այս դեպքում որպես հասցեատեր ադրբեջանական լրատվամիջոցներում հանդես են գալիս «Հայաստանը՝ որպես պետություն», «ՀՀ իշխանությունները», «հայերը/ՀՀ քաղաքացիները/հայկական սփյուռքը»: Ադրբեջանական մեղիայում թշնամու կերպարը ձևավորվում է և՛ Հայաստան պետության, և՛ ավելի շատ հայ ժողովրդի, հայերի շուրջ, որն ամրապնդվում է հետևյալ բացասական բնութագրիչներով՝ *фашисты, террористы, бандиты, убийцы, головорезы, варвары, националисты, дезертиры, шовинисты, агрессоры, захватчики, преступники, оккупанты, палачи, лжецы, нелюди, вероломные соседи*⁶:

⁵ <https://mediastancia.com/specproject/4718/>

⁶ Լիլիթ Հակոբյան, Հայի՝ որպես թշնամու կերպարի ձևավորման առանձնահատկությունները, http://www.noravank.am/arm/articles/detail.php?ELEMENT_ID=13762&sphrase_id=51180

Ընդհանուր առմամբ, կարող ենք ասել, որ «ատելության խոսքի», թշնամու կերպարի ձևավորման դրսևորումներ առկա են ն՝ Հայաստանի, ն՝ Ադրբեջանի լրատվամիջոցներում: Հետաքրքրական է, որ հայկական մեդիայում առավել վառ արտահայտված է Ադրբեջանի՝ որպես թշնամի պետության կերպարը, սակայն այն ընթանում է հիմնականում առանց ադրբեջանցի ժողովրդի դեմ ագրեսիայի ակնհայտ կոչերի, ինչը վառ դրսևորվում է ադրբեջանական մեդիայում:

Ադրբեջանի կերպարի աշխարհաքաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, ներքաղաքական բաղադրիչները համեմատելով ադրբեջանական մեդիայի կողմից Հայաստանի կերպարի համապատասխան բաղադրիչների հետ՝ կարող ենք նշել, որ ադրբեջանական տեքստերում Հայաստանը ներկայացված է որպես «քաղաքական, տնտեսական, ռազմական, ժողովրդագրական, կրթական և այլ ոլորտներում բազմաթիվ խնդիրներ ունեցող, Ռուսաստանից համակողմանի կախյալ վիճակում գտնվող, կործանման եզրին գտնվող պետություն»: Որպես հիմնական աղբյուրներ հանդես են գալիս պետական պաշտոնյաները, լրագրողները, փորձագետները, ինչպես նաև հասարակության տարբեր շերտերի ներկայացուցիչներ (ինչը երևում է նաև հոդվածներն ընթերցողների առցանց մեկնաբանություններից): Վերջին տարիներին ադրբեջանական մեդիայի բովանդակության մեր ուսումնասիրությունները⁷ թույլ են տալիս արձանագրել, որ սա Ադրբեջանի կողմից իրականացվող ուղղորդված պետական քաղաքականություն է:

Ամփոփելով նշենք, որ «ատելության խոսքի» տարբեր տեսակների մշտական կիրառումը բացասական հետևանքներ է ունենում ցանկացած հասարակության համար, պարունակում է թշնամական դիսկուրսի զարգացման պոտենցիալ, դառնում է սովորական և լայնորեն օգտագործվում, օրինակ, ներքին խնդիրների լուսաբանման, իշխանությունների և առհասարակ սեփական խնդիրները ներկայացնելու ժամանակ: Այն նպաստում է կարծրատիպերի ձևավորմանը, ինչպես նաև մեծացնում է հասարակության տարբեր շերտերի միջև բևեռացումը: Բացի այդ, կարող է ատելության հիմքի վրա հանցագործությունների աճի պատճառ դառնալ:

⁷ Տե՛ս, օրինակ, «Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը», <http://www.noravank.am/upload/pdf/book.pdf>,

Լիլիթ Հակոբյան, «Հայի՝ որպես թշնամու կերպարի ձևավորման առանձնահատկությունները», http://www.noravank.am/arm/articles/detail.php?ELEMENT_ID=13762&sphrase_id=51180,

Ղիանա Գալստյան, «Մանիպուլյացիոն հնարքներն ադրբեջանական քարոզչությունում», http://www.noravank.am/arm/articles/detail.php?ELEMENT_ID=13500&sphrase_id=68889