ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ
ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ. III

21-րդ դարի մարտահրավերներ և հնարավորություններ

DEVELOPMENT OF ECONOMY AND SOCIETY:
Challenges and Opportunities of 21st Century

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА:
вызовы и возможности 21-ого века

ՀՊՏՀ 27-ՐԴ ԳԻՏԱԺՈՂՈՎ

2017 թ., նոյեմբերի 22-24

Երևան 2018

ՀՏԴ 330:06
ԳՄԴ 65
Տ 778

Հրատարակվում է
ՀՊՏՀ գիտական խորհրդի որոշմամբ

Խմբագրական խորհրդի նախագահ՝

ԿՈՐՅՈՒՆ ԱԹՈՅԱՆ
ՀՊՏՀ ռեկտոր, տ.գ.դ., պրոֆեսոր

Խմբագրական խորհուրդ՝

ԴԻԱՆԱ ԳԱԼՈՅԱՆ - *ՀՊՏՀ միջազգային տնտեսական հարաբերությունների ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., դոցենտ*
ՍՈՒՐԵՆ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ - *ՀՊՏՀ բնօգտագործման տնտեսագիտության ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ԱՇՈՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆ - *ՀՊՏՀ հաշվապահական հաշվառման և աուդիտի ֆակուլտետի դեկան, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ԽՈՐԵՆ ՄԽԻԹԱՐՅԱՆ - *ՀՊՏՀ գիտության և ասպիրանտուրայի բաժնի պետ, տ.գ.թ., դոցենտ*
ԱՇՈՏ ՍԱԼՆԱԶԱՐՅԱՆ - *ՀՊՏՀ ֆինանսների ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ՎԱՐԴԱՆ ՍԱՐԳՍՅԱՆ - *ՀՊՏՀ տնտես. ինֆորմ. և տեղեկ. համակ. ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ՅՈՒՐԻ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ - *ՀՊՏՀ կառավարման ամբիոնի վարիչ, ՀՀ ԳԱԱ ակադ., տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ԳԱԳԻԿ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ - *ՀՊՏՀ պրոռեկտոր, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*

ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ. 21-րդ դարի մարտահրավերներ և
Տ 778 **հնարավորություններ**: ՀՊՏՀ 27-րդ գիտաժողովի նյութեր / ՀՊՏՀ: - Եր.: Տնտեսագետ, 2018, 780 էջ:

ՀՏԴ 330:06
ԳՄԴ 65

ISBN 978-9939-61-177-8

© «Տնտեսագետ» հրատարակչություն, 2018 թ.

ՈՂՋՈՒՅՆԻ ԽՈՍՔ

Գիտաժողովի հարգելի՝ մասնակիցներ,

շնորհավորում եմ բոլորիս Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի 27-րդ գիտաժողովի բացման առթիվ և ցանկանում եմ շնորհակալություն հայտնել գիտաժողովի բոլոր մասնակիցներին, ովքեր հետաքրքրություն են ցուցաբերել տնտեսության և հասարակության զարգացմանն առնչվող հրատապ հարցերի նկատմամբ:

Մեր համալսարանի տարեկան գիտաժողովները գեղեցիկ ավանդույթ են դարձել, բայց ես ուրախությամբ եմ նշում, որ դրանց կողքին այսօր առկա են մեր համալսարանի գիտական գործունեությունն արտացոլող այլ ձևաչափեր նույնպես: Հպարտությամբ եմ նշում, որ հետազոտական համալսարան դառնալու և մեր պետության տնտեսական կյանքին մասնագիտական մասնակցություն ունենալու իմ տեսլականը կամաց-կամաց կյանքի է կոչվում: Համալսարանի «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոնի գործունեությունն այսօր տալիս է նշանակալի արդյունքներ. այստեղ ոչ միայն իրականացվում են հանրապետության տնտեսական արդիական հիմնախնդիրների վերաբերյալ հետազոտություններ, այլև կենտրոնի աշխատակիցները բուհի դասախոսական կազմի ներկայացուցիչների հետ, որպես փորձագետներ, հանդես են գալիս համապետական քննարկումներում:

Մինչ տարեկան գիտաժողովի կազմակերպումը գիտական սեմինարների ձևաչափերով հանդես եկան մեր ամբիոնները՝ շնորհանդեսներով ներկայացնելով իրենց ուսումնասիրության առանցքում առկա թեմաները: Այս ուսումնական տարվանից տրվեց գիտաուսումնական լաբորատորիաների մեկնարկը, ինչը գիտական դրամաշնորհներ, գիտաուսումնական խմբեր և գիտահետազոտական կյանքի աշխուժացմանը միտված այլ ձևաչափեր ներդնելու մեր մոտեցումների հրաշալի շարունակությունն է:

Համալսարանի տարեկան գիտաժողովը ես հատկապես կարևորում եմ ակնկալիքով, որ այն պետք է վեր հանի մեր հավաքական գիտական ներուժը, ցույց տա համալսարանում գիտական կյանքի որակական փոփոխությունը և դառնա հետագա գործունեության յուրօրինակ ուղենիշ: Այս գիտաժողովի հիմքում տնտեսության և հասարակության զարգացման հարցերն են, որոնք ի ցույց են դնում մեր դարաշրջանի մարտահրավերներն ու հնարավորությունները: Իսկապես, սրանք այնքան փոխկապակցված և կարևոր հարցեր են, որոնք չպետք է անտարբեր թողնեն տնտեսագետներին, չէ՞ որ չի կարող լինել հասարակական զարգացման որևէ մակարդակ՝ առանց կենսունակ տնտեսության:

Հուսով եմ, որ գիտաժողովը՝ իր բաժանմունքներով և կլոր սեղաններով, հնարավորություն կտա մասնագետներին ներկայացնելու իրենց մոտեցումները, բացահայտելու գիտաժողովի խորագրում արտացոլված թեման՝ իր բոլոր շերտերով և նրբություններով: Այնպես որ, արգասաբեր և աշխույժ աշխատանք եմ մաղթում Ձեզ:

Շնորհակալ եմ ուշադրության համար:

ԿՈՐՅՈՒՆ ԱԹՈՅԱՆ
ՀՊՏՀ ռեկտոր, պրոֆեսոր

АРМЕН КТОЯН

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ДИСПРОПОРЦИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РА

Ключевые слова: *качество жизни, качество населения, благосостояние, территориальная диспропорция, метод главных компонент, интегральный показатель качества жизни*

Теоретической основой современных исследований качества жизни населения является интегральный подход. В статье качество жизни рассмотрено в рамках обобщения показателей качества населения, экономического и социального благосостояния. Для рассмотренных элементов, на основе модифицированного метода первой главной компоненты, построены интегральные показатели. Оценка качества жизни населения проведена для г. Еревана и регионов Армении, на основе региональной статистики с 1998 по 2015гг. Результаты оценки использованы для исследования региональных диспропорций качества жизни населения в РА.

ARMEN KTOYAN

TERRITORIAL DISPROPORTIONS OF LIFE QUALITY OF THE POPULATION IN RA

Key words: *quality of life, quality of the population, welfare, territorial disproportion, principal component analysis, integrated indicator of life quality*

The theoretical basis of modern researches of the population's life quality is integrated approach. In article the quality of life is considered within generalization of indicators of quality of the population, economic and social welfare. For the considered elements, on the basis of the modified method of the first principal components, integrated indicators are constructed. Assessment of the population's life quality is carried out for Yerevan and regions of Armenia, on the basis of regional statistics from 1998 to 2015. The results of assessment are used for a research of regional disproportions of quality of life of the population in RA.

ՍՈՖՅԱ ՕՀԱՆՅԱՆ
Փիլիսոփայական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ, ՀՊՏՀ

ԶԼՄ-Ն ՈՐՊԵՍ ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԳԻՏԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԱՆԻՊՈՒԼՅԱՑԻԱՅԻ ԳՈՐԾՈՆ

Հիմնաբառեր. *ԶԼՄ, մանիպուլյացիա, տեխնոլոգիա, տեղեկատվություն, գաղափարախոսական և սոցիալ-հոգեբանական ներգործության միջոցների համակարգ, աշխարհընկալում*

Ժամանակակից աշխարհում քաղաքականության մեջ, գովազդում, հասարակայնության հետ կապերում և լրագրության մեջ լայնորեն կիրառվող տեխնոլոգիաներից է մանիպուլյացիան, որն ընկալվում է որպես գաղափարախոսական և սոցիալ-հոգեբանական ներգործության միջոցների համակարգ, որի նպատակն է մարդկանց մտածողության ու վարքի փոփոխությունը՝ իրենց շահերին հակառակ: Այս գործում հսկայական դերակատարություն ունեն ՀԼՄ-ները, որոնք տեղեկատվության որոնման, մշակման ու փոխանցման միջոցներից վերածվել են մարդու ներաշխարհը վերահսկող ու փոխակերպող միջոցների: Սակայն, մարդը ՀԼՄ-ների տրամադրած տեղեկատվության միայն կրավորական սպառողը չէ. նա մեկնաբանում և գնահատում է այն՝ ելնելով սեփական աշխարհընկալումից, իդեալներից, սոցիալական դիրքից, մշակութային զարգացումից:

Մարդու գիտակցության ու վարքի վրա ներգործության հիմնախնդրի հանդեպ բազմազան մոտեցումների հսկայական քանակը կարելի է բաժանել երկու խմբի: Առաջինին վերաբերում են այն տեսություններն ու տեխնոլոգիաները, որոնք ենթադրում են անհամաչափ հաղորդակցում, երբ հաղորդակցման մասնակիցներից մեկը որոշում է դրա բովանդակությունն ու շփման եղանակները, իսկ մյուսը միայն ենթարկվում է: Մյուս տեսակի հիմքում իրավահավասար գործընկերներին միավորող համաչափ հաղորդակցման գաղափարն է: Դիրքորոշումների այս բևեռների միջև տեղավորված են հաղորդակցման տարբեր տեխնոլոգիաներ, որոնք կարելի է դասակարգել ըստ մի քանի խմբի (տե՛ս գծապատկերը):

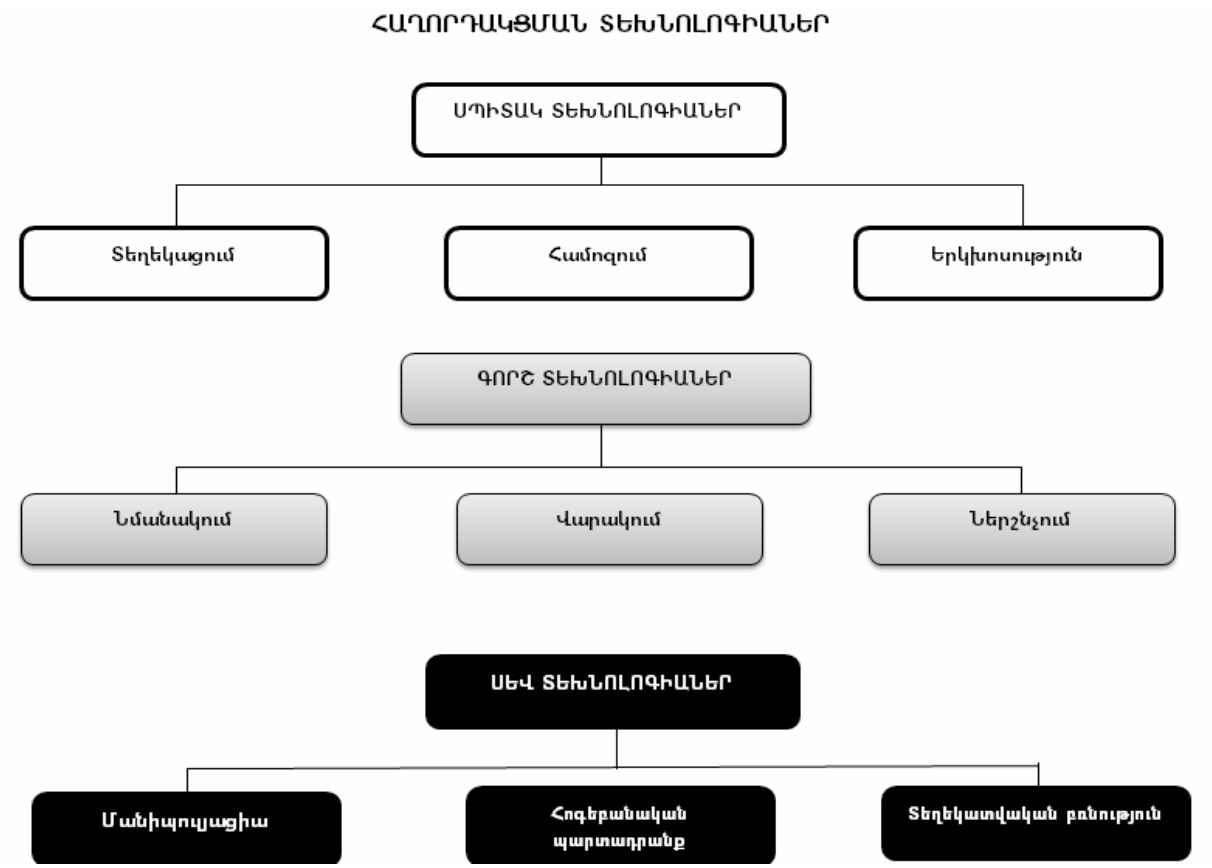
Սև տեխնոլոգիաների տեսակներից մեկը մանիպուլյացիան է: Այս տեխնոլոգիայի հանդեպ ուշադրությունը բացատրվում է նրանով, որ այն առավել շատ է կիրառվում քաղաքականության մեջ, գովազդում, հասարակայնության հետ կապերում և լրագրության մեջ: Ներկայումս մանիպուլյացիան ընկալվում է որպես գաղափարախոսական և սոցիալ-հոգեբանական ներգործության միջոցների համակարգ, որի նպատակն է մարդկանց մտածողության ու վարքի փոփոխությունն իրենց շահերին հակառակ: Մանիպուլյացիայի գլխավոր հատկանիշներն են[1].

1. Մանիպուլյացիայի գործընթացն անհամաչափ է. գոյություն ունեն ներգործող կողմ (սուբյեկտ) և ներգործության ենթակա կողմ (օբյեկտ):
2. Մանիպուլյացիան հոգևոր, հոգեբանական ներգործության տեսակ է (այլ ոչ թե ֆիզիկական բռնություն կամ բռնության սպառնալիք): Մանիպուլյացիա կատարողի թիրախն անձի հոգեկան կառույցներն են:
3. Մանիպուլյացիան գաղտնի ներգործություն է, որի փաստը չպետք է նկատի մանիպուլյացիայի օբյեկտը:

Ցանկացած մանիպուլյացիայի բնորոշ են ինչ-որ փակվածություն, պատրանք, անտեսանելի մեխանիզմ, գիտակցության վրա հոգեբանական ազդեցություն՝ այս կամ այն համոզմունքների կամ նախապատվությունների ձևավորման նպատակով: Ինչպես կարծում է ամերիկացի գիտնական Հ. Շիլլերը. «Մանիպուլյացիայի հաջողությունը երաշխա-

[1] Дзялошинский И., Манипулятивные технологии в СМИ. М., 2006:

վորված է, երբ մանիպուլյացիայի ենթարկվողը հավատում է, որ տեղի ունեցող ամեն ինչ բնական է ու անխուսափելի: Կարճ ասած՝ մանիպուլյացիայի համար պահանջվում է կեղծ իրականություն, որում դրա առկայությունը չի զգացվի»[1]:



Այս հանգամանքով է պայմանավորված ԶԼՄ-ների մեծ արդիականության ու աճող նշանակության ձեռքբերումը. դրանք դառնում են քաղաքական գործընթացների իրականացման, հասարակական գիտակցության կառավարման, հասարակական կարծիքի ձևավորման կարևոր գործիքներ: Ֆրանսիացի գիտնական Ա. Մոլը, խոսելով ժամանակակից աշխարհում ԶԼՄ-ների դերի մասին, ընդգծում է, որ դրանք փաստացիորեն վերահսկում են մեր ողջ մշակույթը՝ անցկացնելով այն իր ֆիլտրերով, տարբերակում են առանձին տարրեր մշակութային երևույթների ընդհանուր զանգվածից և դրանց հաղորդում հատուկ կշիռ, բարձրացնում են մի գաղափարի արժեքը, արժեզրկում մյուսը, այդպիսով բևեռացնում մշակույթի ամբողջ դաշտը: Այն, ինչ չի հայտնվել զանգվածային հաղորդակցման ուղիներում, մեր ժամանակներում գրեթե ազդեցություն չի գործում հասարա-

[1] Шиллер Г., Манипуляторы сознанием. М., 1980, с. 27-28.

կության զարգացման վրա[1]: Հետևաբար՝ արդի փուլում ԶԼՄ-ները տեղեկատվության որոնման, մշակման ու փոխանցման պարզ միջոցներից վերածվել են մարդու ներաշխարհը վերահսկող ու փոխակերպող միջոցների: Մարդկային գիտակցության զարգացման հորիզոններն ընդլայնելու, մարդուն ինքնուրույն և անկախ դատելու հնարավորություն տալու փոխարեն ժամանակակից ԶԼՄ-ներն ավելի ու ավելի կոշտ մանիպուլյացայի են ենթարկում զանգվածների գիտակցությունը վարքի կարծրատիպերի տարածմամբ[2]:

Քաղաքացիական հասարակության մեջ ԶԼՄ-ների գլխավոր գործառույթն այն է, որ քաղաքացիներին վերածում են հսկայական, բայց մեկ վայրում չհավաքված ամբոխի զանգվածային մշակույթի և տեղեկատվության միասնական հոսքի միջոցով, որոնք մտքերը դարձնում են միակերպ, կաղապարային ձևեր և յուրաքանչյուր մարդու համապատասխանեցնում են տրված նմուշին: ԶԼՄ-ների «ամբոխաստեղծ» գործողությունը համաշխարհային ընդգրկում է ձեռք բերում, որովհետև նրանք ստեղծում են միասնական ցանց:

Գիտակցության մանիպուլյացիայի համար ԶԼՄ-ները փոփոխում են բառերի ու հասկացությունների իմաստը: Ընդ որում, փոխվում է ենթատեքստը, և նույն բառերից ստեղծվում է բոլորովին այլ իմաստ: Տեղեկատվության առանձին «մասնիկները», կարծես թե, կեղծիք չեն, բայց այն ամբողջությունը, ինչը դրանցից կերտել է թղթակիցը կամ խմբագիրը, կարող է ընդհանուր ոչինչ չունենալ իրականության հետ:

Մանիպուլյացիոն սեմանտիկայի հիմնական հնարներն են.

Ա. Պարզեցում, կարծրատիպացում: ԶԼՄ-ները կարևորագույն դերն են խաղացել հասարակության «ամբոխակերպման» գործընթացում: Զանգվածի մարդը՝ խճանկարային մշակույթի արգասիքը, մեծ չափով ստեղծվել է ԶԼՄ-ների կողմից: Ի տարբերություն բարձր մշակույթի, ԶԼՄ-ները նախատեսված են հենց զանգվածի համար: Ուստի դրանցում հաստատվել են տեղեկատվության բարդության ու եզակիության խիստ սահմանափակումներ: Այդ կանոնի հոգեբանական արդարացումն այն է, որ մարդը ենթագիտակցորեն ձգտում է բարդ հիմնախնդիրների պարզունակ բացատրությունների[3]:

Պարզեցման հայեցակարգը XX դարի 20-ական թթ. սկզբին առաջադրել է ամերիկացի լրագրող Ու. Լիպմանը, ով համարում էր, որ ընկալման գործընթացն ընդամենը դեռևս անհայտ երևույթի մեխանիկական հարմարեցումն է ընդհանուր կայուն բանաձևին՝ կարծրատիպին: Այդ պատճառով ԶԼՄ-ները պետք է իրականացնեն տեղեկատվության օբյեկտ դարձած երևույթի ստանդարտացում: Ընդ որում, խմբագիրը պետք է հենվի կարծրատիպերի ու առօրյա կարծիքների վրա և անխնա անտեսի նրբությունները: Մարդը պետք է ընկալի տեղեկատվությունն առանց ջանքերի ու անխոս, առանց ներքին պայքարի ու քննադատական վերլուծության: Պարզեցման գործողությանը հաջորդում է նշանայնացումը, այսինքն՝ առավել համապատասխան բառերի որոնումը, որոնցով պետք է

---

[1] Վ. Աթոյան, Ա. Մալքջյան, Ս. Օհանյան, Էկրանային մշակույթը որպես տեղեկատվական հասարակության սոցիոմշակութային բնութագիր, «21-րդ դար», 2015, թիվ 3, էջ 56:

[2] Абдигалиева Г., Токтаров Б., СМИ как фактор манипуляции массовым сознанием, URL: https://articlekz.com/article/8154

[3] Кара-Мурза **С.,** Манипуляция сознанием. М., с. 289.

ներկայացնել պարզունակ մոդելները: Հետևաբար՝ պատրաստի տեղեկատվության մշակումը վերածվում է զուտ ինժեներական աշխատանքի:

Բ. Պնդում և կրկնություն: Պարզեցումը թույլ է տալիս արտահայտել գլխավոր միտքը, որն անհրաժեշտ է ներշնչել լսարանին համառոտ և տպավորիչ եղանակով՝ պնդման ձևով: Հենվելով խճանկարային մշակույթում ձևավորված զանգվածի մարդու մտածողության վրա՝ ԶԼՄ-ները միաժամանակ դարձել են այդ մտածողության ամրապնդման կարևորագույն գործոններ: Նրանք մարդուն ընտելացրել են մտածել կարծրատիպերով և աստիճանաբար նվազեցրել են տեղեկատվության ինտելեկտուալ մակարդակը՝ վերածվելով բթացման գործիքի: Դրան նպաստել է գիտակցության մեջ անհրաժեշտ կարծրատիպերի ամրապնդման գլխավոր մեթոդը՝ կրկնությունը: Այս առումով, ֆրանսիացի հոգեբան, սոցիոլոգ Գ. Լե Բոնը պնդում էր, որ կրկնությունը վերջիվերջո ներդրվում է ենթագիտակցության խորքերը, այնտեղ, որտեղ ձևավորվում են մեր գործողությունների շարժառիթները[1]: Կրկնության հնարը չարաշահելիս կարծրատիպերը վերածվում են կայուն նախապաշարումների:

Գ. Մասնատում: Պարզեցման հատուկ և կարևոր կողմերից մեկն ամբողջական խնդրի բաժանումն է ըստ առանձին դրվագների այնպես, որ ունկնդիրը, ընթերցողը կամ հանդիսատեսը չկարողանան դրանք միավորել և իմաստավորել խնդիրը: Դա խճանկարային մշակույթի հիմնարար սկզբունքն է: Մասնատումն իրականացվում է բազմաթիվ տեխնիկական հնարներով. թերթերում հոդվածները բաժանում են մասերի և տեղադրում տարբեր էջերում, տեքստը կամ հեռուստահաղորդումն ընդհատում են գովազդով:

ԶԼՄ-ները «կառուցում են» տեղեկատվության արտաքնապես քաոսային հոսքն այնպես, որ ընթերցողի կամ հանդիսատեսի մոտ ստեղծվի տեղեկատվության տիրապետողին ձեռնտու իրականության պատկերը: Տեղեկատվության ընտրության չափանիշները հիմնվում են բավական զարգացած տեսությունների և մաթեմատիկական հաշվարկների վրա: Յուրաքանչյուր տեղեկատվության համար գնահատվում են *բարդության մակարդակը* և *հեռավորությունն անհատից* (այդ հաշվարկներով ԶԼՄ-ներում տարբերակվում են մարդու հոգեկանի խորության 4-5 շերտեր, որոնց վրա պետք է ազդեն տեղեկությունները): Այդ տվյալները տեղեկատվությանը հաղորդում են *նշանակալիության աստիճան,* որից ելնելով՝ կազմվում է թերթը կամ նորությունների ծրագիրը:

Դ. Հրատապություն: Հիմնախնդիրների հաջողված և արդարացված հատվածայնացման պայմաններից մեկը տեղեկատվության հրատապությունն է, դրան անհետաձգելիության բնույթ հաղորդելը: Համարվում է, որ հրատապության ճնշող զգացողությունը կտրուկ մեծացնում է ԶԼՄ-ների մանիպուլյացիոն հնարավորությունները: Տեղեկատվության ամենօրյա, ամենժամյա թարմացման հետևանքով այն զրկվում է մշտական կառուցվածքից: Մարդը պարզապես ժամանակ չի ունենում իմաստավորելու և հասկանալու տեղեկությունները, քանի որ դրանք արտամղվում են այլ, ավելի նոր տեղեկություններով: Ըստ Հ. Շիլլերի. «Հրատապության կեղծ զգացումը ... ստեղծում է տեղեկատվության

[1] Лебон Г., Психология народов и масс. М., 1995:

առարկայի արտասովոր կարևորության զգացողություն, որը նույնքան արագ ցնդում է: Համապատասխանաբար՝ թուլանում է ըստ կարևորության աստիճանի տեղեկատվությունն տարբերակելու ընդունակությունը: Միմյանց արագ հաջորդող տեղեկություններն աղետների ու զինված ուժերի հարձակումների, վատնումների ու գործադուլների, ուժեղ տոթի մասին խանգարում են գնահատականներ տալ և դատողություններ անել: Այդ դեպքում տեսակավորման մտային գործընթացը, որը սովորական պայմաններում նպաստում է տեղեկատվության իմաստավորմանը, ի վիճակի չէ կատարելու այդ գործառույթը... Տվյալ պահին տեղի ունեցող իրադարձությունների վրա ուշադրության լիակատար կենտրոնացումը քայքայում է անցյալի հետ անհրաժեշտ կապը»[1]:

Ե. Սենսացիա: Սենսացիաների գործածումը թույլ է տալիս ապահովել հիմնախնդիրների հատվածայնությունը և տեղեկատվությունը մասնատել այնպես, որ մարդը երբեք չստանա լրիվ, ավարտուն գիտելիք: Դրանք տեղեկություններ են այն իրադարձությունների մասին, որոնց տրվում են այնքան մեծ կարևորություն և եզակիություն, որ դրանց վրա կենտրոնանում և անհրաժեշտ ժամանակով պահվում է լսարանի գրեթե ամբողջ ուշադրությունը: Սենսացիաներով կարելի է կա՛մ քողարկել կարևոր իրադարձությունները, որոնք հանրությունը չպետք է նկատի, կա՛մ դադարեցնել սկանդալն ու պսիխոզը, որոնց դադարեցման ժամանակն արդեն վրա է հասել, բայց այնպես, որ դրա մասին չհիշեն:

Գիտակցության անընդմեջ ռմբակոծումը զգացմունքների վրա ներգործող սենսացիաներով, հատկապես՝ «վատ նորություններով», կատարում է «նյարդայնության» անհրաժեշտ մակարդակի պահպանման կարևոր գործառույթ: Այդ նյարդայնությունը, անընդհատ ճգնաժամի զգացողությունը կտրուկ մեծացնում են մարդկանց ներշնչելիությունը և փոքրացնում քննադատական ընկալման ընդունակությունը: Սովորական, կայուն սոցիալական դրության խախտումը միշտ մեծացնում է *իրավիճակային ներշնչելիությունը*[2]:

Բայց որքան էլ սարսափազդու թվա ԶԼՄ-ների ամենազորության և զանգվածային գիտակցության «հոգեծրագրավորման», տեղեկատվական ու հաղորդակցային մանիպուլյացիայի անսահմանափակ հնարավորությունների մասին առասպելը, պետք է հիշել, որ, այնուամենայնիվ, դրանք հաղորդակցման միջոցներ են[3]: Եվ մարդը ոչ թե պարզապես մեխանիկորեն մշակում է ստացված տեղեկատվությունը, այլ դեն է նետում անպետքը, անհատապես տեսակավորում տեղեկատվությունն ըստ կարևորության աստիճանի, որոշում դրա ընկալման հերթականությունը: Այս համատեքստում Է. Ֆրոմը իր «Մարդկային ապակառուցողականության անատոմիա» հիմնարար աշխատության մեջ ընդգծում է, որ ամենաքիչն են մանիպուլյացիայի ենթարկվում հստակ արտահայտված սոցիալական և քաղաքական դիրքորոշմամբ մարդիկ, քանի որ մանիպուլյատիվ ներգործությունները հա-

---

[1] Шиллер Г., նշվ. աշխատ., с. 11:

[2] Ի տարբերություն ընդհանուր ներշնչելիության՝ իրավիճակային ներշնչելիություն են անվանում հատուկ վիճակները, որոնք ծագում են անոմալ իրավիճակների ազդեցությամբ:

[3] Ս. Օհանյան, Ա. Մալքջյան, Տեղեկատվական պատերազմները որպես ազգային անվտանգության սպառնալիք, «21-րդ դար», 2014, թիվ 4, էջ 138:

կադարձ համեմատական են սոցիոմշակութային նույնականությանը, կրթվածությանը, խմբային համերաշխությանը[1]: Հետևաբար՝ մանիպուլյացիան, որպես գործընթաց, սահմանափակված է սոցիալ-հոգեբանական օրինաչափություններով պայմանավորված որոշ սահմաններով, որոնց շրջանակներում հնարավոր է ներգործությունն անհատի կամ սոցիալական խմբերի վրա: Յուրաքանչյուր մարդ մեկնաբանում է իրեն հասնող տեղեկատվությունը՝ գնահատելով այն՝ կախված սեփական աշխարհընկալումից, իդեալներից, սոցիալական դիրքից, մշակութային զարգացումից: Այստեղ արժեհամակարգը հանդես է գալիս որպես զտիչ, որը որոշում է հոգեբանական պաշտպանության համակարգը, որի հիմնական մեխանիզմներն են ժխտումը, ճնշումը, արտամղումը, պրոյեկցիան, նույնականացումը, ռացիոնալացումը, օտարումը և այլն:

СОФЬЯ ОГАНЯН

СМИ КАК ФАКТОР МАНИПУЛЯЦИИ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ

Ключевые слова: *СМИ, манипуляция, технология, информация, система средств идеологического и социально-психологического воздействия, мировосприятие*

В современном мире одной из наиболее широко используемых технологий в политике, рекламе, связях с общественностью и журналистике является манипуляция, которая воспринимается как система средств идеологического и социально-психологического воздействия, цель которого - изменение мышления и поведения людей, вопреки их интересам. В этом процессе огромную роль играют СМИ, которые из средств поиска, разработки и передачи информации превратились в средства контроля и трансформирования внутреннего мира человека. Однако человек не только является пассивным потребителем информации, предоставляемой средствами массовой информации, он интерпретирует и оценивает её, исходя из собственного восприятия мира, идеалов, социального положения и культурного развития.

SOFYA OHANYAN

MASS MEDIA AS A MANIPULATION FACTOR OF MASS CONSCIOUSNESS

Key words: *mass media, manipulation, technologie, information, ideological and social-psychological means of action, perception of the world*

In the modern world, manipulation is one of the most widely used technologies in politics, advertising, public relations and journalism, which is perceived as a system of ideological and social-psychological means of action aimed at changing people's thinking and behavior, contrary to their interests. Mass media has a huge role in this process, which has been transformed from the means of information search, processing and transmission into means that control and transform the inner world of people. However, people are not only passive consumers of information provided by the media, they interpret and evaluate it based on their own perception of the world, ideals, social position, and cultural development.

---

[1] Фромм Э., Анатомия человеческой деструктивности, М., 2007.