

**ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՄԻՖԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ  
ՀԵՌՈՒՍՏԱԲԱՆԱՎԵՃԵՐՈՒՄ**

**ԼԻԱՆԱ ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ**

Քաղաքական կյանքի առասպելականացումը միշտ զբաղեցրել է մարդու ստեղծագործ միտքը: Տարիներ շարունակ հետազոտողները խորհել են քաղաքական միֆերի և դրանց գործառնությունների ձևակերպման հարցերի շուրջ: Միֆը, մշտապես մեկնաբանվելով որպես անգիտակցական գործունեության արդյունք և երևակայության ազատ խաղի դրսևորման ձև, այսօր էլ համարվում է յուրաքանչյուր քաղաքական ուժի զինանոցի անբաժանելի մասնիկը և օգտագործվում է նոր իրականության ստեղծման ու կառուցարկման համար<sup>1</sup>: Միֆերն ազգային ինքնության կառուցվածքում այնպիսի տեղ են գրավում, որ որոշ իմաստով կարող ենք պնդել՝ առանց այդ մտահորինվածքների անհնար է պատկերացնել ազգային ինքնությունների կառուցարկումը<sup>2</sup>:

Քաղաքական միֆերի կիրառելիության տիրույթը մեծացել է տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման, ապրելու մշակույթի պարբերական փոփոխելիության ֆոնին, ինչը առաջ է բերել դրանք մշտապես ուսումնասիրության հղացքում պահելու խնդիր: Այսինքն նույնիսկ ռացիոնալացմանը զուգընթաց մարդը չի ազատագրվում դիցարարության դրսևորումներից և տարբեր սոցիոմշակութային իրավիճակներում ստեղծում է նորանոր միֆեր: Սա է պատճառը, որ ժամանակակից սոցիալ-քաղաքական և մշակութային միֆերի կառուցվածքը, բովանդակությունն ու գործառնությունը դառնում են սոցիալական փիլիսոփայության, քաղաքագիտության, հոգեբանության, սոցիոլոգիայի և մշակութաբանության ուսումնասիրության առարկա<sup>3</sup>: Այս հանգամանքն էլ պայմանավորում է հոդվածի արդիականությունը: Ուսումնասիրության նպատակն է մերօրյա իրականությունից վերցրած օրինակների հիման վրա ուսումնասիրել նախընտրական քարոզարշավների, մասնավորապես արդյունավետ արտահայտման ձևաչափի համարվող նախընտրական հեռուստաբանավեճերի ժամանակ կիրառվող մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաները և դրանց հիման վրա ձևավորված քաղաքական միֆերը: Հոդվածի մեթոդաբանության հիմքում ընկած են վերլուծության, համեմատության, ընդհանրացման, արխիվային տեսանյութերի, ինչպես նաև գիտական այլ հրապարա-

<sup>1</sup> Տե՛ս **Հ. Կեսոյան**, Սոցիալական միֆերի ձևավորման առանձնահատկությունները ժամանակակից հասարակությունում, «Արդի հոգեբանություն», № 2 (2), 2018, էջ 56:

<sup>2</sup> Տե՛ս **Ս. Ջաքարյան**, Հայոց առաքելության առեղծվածը // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 1 (28), 2019, էջ 3:

<sup>3</sup> Տե՛ս **Կ. Յարայան**, Սոցիալական դիցարարությունը որպես իրականության կառուցարկման ձևաչափ // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 1(37), 2022, էջ 18:

կումների համադրման մեթոդները: Հետազոտությունից հետևում է, որ 2018 թվականի արտահերթ խորհրդարանական ընտրություններում թեկնածույուն ներկայացրած ուժերը հիմնականում փորձել են կառուցարկել դավադրության, հերոս-փրկչի, ոսկե դարի, հեղափոխությունների մասին ավանդական միֆերը: Դրանք կառուցվել են մանիպուլյացիոն մի շարք տեխնոլոգիաների կիրառմամբ:

***Բանալի բառեր** – քաղաքական միֆեր, հեռուստաբանավեճ, դավադրության միֆ, հերոս-փրկչի կերպար, մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաներ, սոցիալական իրականություն, հանրային գիտակցություն, սոցիալ-հոգեբանական ազդեցություն, ՉԼՄ-ներ*

Քաղաքական միֆերը մարդկության քաղաքակրթության պատմության անբաժան ուղեկիցն են եղել, սակայն դրանք սկսեցին լայնորեն օգտագործվել 20-րդ դարի երկրորդ կեսին, երբ աշխարհում իշխում էին նիհիլիստական տրամադրությունները, և կար մարդկանց բացատրություն տալու, հետպատերազմյան թռիչքից հուսալքված հասարակության մեջ կրկին հույս արթնացնելու խնդիր: Դրանք միտված էին բացատրելու ապրելու մշակույթի նոր փոփոխությունները և դրանցից բխող սոցիալ-տնտեսական քառսը: Առհասարակ միֆերի կիրառելիությունը կարևորվում է տվյալ հասարակության համար օրհասական իրավիճակներում, սոցիոմշակութային ճգնաժամերի ընթացքում, երբ մարդու գիտակցությունը արագ փոխվող, անորսալի սոցիալական իրականությունում կողմնորոշվելու համար հիմնվում է միֆի՝ որպես իրականության առավել կայուն և հուսալի արտացոլման վրա, այլ խոսքով՝ երբ անհատներն ունեն ընտրություն կատարելու և կողմնորոշվելու խնդիր<sup>4</sup>: Այսօր էլ, չնայած տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացմանը, քաղաքացիական հասարակության ձևավորմանը, բազմակարծության և ժողովրդավարության մթնոլորտին, միֆերը շարունակում են կիրառվել քաղաքական մանիպուլյացիայի նպատակով: Խոսք հաղորդող սուբյեկտներն այսօր մտքերին տալիս են այն բոլոր հատկանիշները, որոնք անհրաժեշտ ու բավարար են մտակառույցները քաղաքական միֆ դարձնելու համար<sup>5</sup>: Սա ժամանակին կանխատեսել էր հետազոտող Մ. Էլիադեն, երբ բացատրում էր միֆերի էությունը. «Դրանք կարող են փոփոխվել, ազատվել հին ձևերից, հարմարվել նոր մշակույթին, բայց ամբողջովին անհետանալ չեն կարող»<sup>6</sup>: Միֆերը կարելի է ակտուալացնել, այսինքն՝ կյանքի կոչել, կամ էլ կրկին «քշել» ենթագիտակցության խորքերը՝ նրանց առջև հզոր պատվար դնելով<sup>7</sup>: Իս-

<sup>4</sup> Տե՛ս **Մ. Դեմիրճյան**, Միֆր ժամանակակից Հայաստանի քաղաքական համակարգում // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Միջազգային հարաբերություններ, Քաղաքագիտություն», № 2 (32), 2020, էջ 55:

<sup>5</sup> Տե՛ս **Գ. Հակոբյան**, Կորոնավիրուսային համավարակի խոսույթի իմացաբանական որակման շուրջ // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փոխտրամպուլություն, Հոգեբանություն», № 1(34), 2021, էջ 52:

<sup>6</sup> Элиаде М. Аспекты мифа, М., 2010, с. 53.

<sup>7</sup> Տե՛ս **Վ. Հովհաննիսյան**, Քաղաքական միֆերը որպես տեղեկատվական պատե-

կապես, ինչ-որ առումներով դրանք փոխել են իրենց էությունը: Եթե նախկինում քաղաքական միֆերը կիրառվում էին հասարակությունների համար խիստ ճգնաժամային և անցումային ժամանակներում, ապա այսօր դարձել են յուրաքանչյուր քաղաքական գործչի քաղաքական զինանոցի առօրեական և անբաժան գործիքը: Միֆերը փոխել են նաև իրենց գործառական նշանակությունը. եթե տարիներ առաջ դրանք պարտրված էին «մոգական շղարշով» և առաջանում էին ինքնաբուխ, ապա այսօր դարձել են նախապես մշակված, պլանավորված և թիրախավորված սոցիոմշակութային իրականություն ստեղծելու կամ վերախմաստավորելու կառուցարկման գործիքներ, որոնք, ազդելով հանրույթի գիտակցության վրա, նրան զցում են տեղեկատվական թակարդը, կառավարում սոցիալական վարքագիծը և որպես վերջնարդյունք՝ մղում որոշակի գործողությունների՝ հասցնելով ցանկալի արդյունքի<sup>8</sup>: Տեղին է հիշատակել հետազոտող Է. Կասիրերի խոսքերը. «Նոր քաղաքական առասպելներն այլևս ինքնաբուխ կերպով չեն առաջանում, դրանք անզուսպ երևակայության վայրի պտուղներ չեն: Ընդհակառակը, արհեստական ստեղծագործություններ են՝ ստեղծված հմուտ ու ճարպիկ «վարպետների» կողմից»<sup>9</sup>:

Այսօր քաղաքական առասպելը լայնորեն օգտագործվում է քաղաքականության մեջ որպես հասարակության և քաղաքական սուբյեկտների միջև հաղորդակցման ձև, երբեմն այն հետևողականորեն ներմուծվում և շահագործվում է որպես իշխանության ու քաղաքականության լեգիտիմացման հզոր փաստարկ<sup>10</sup>: Եվ իհարկե, եթե նախկինում միֆերը ստեղծվում էին քաղաքական թիմերի և առաջնորդների կողմից, իսկ դրանց տարածման հարթակը զանգվածային լրատվամիջոցներն էին, ապա այսօր հաճախ հենց ՁԼՄ-ներն են նոր իրականության ստեղծման և տնօրինման պատասխանատուն՝ դրանով իսկ դառնալով քաղաքական առասպելների ստեղծման սոցիալ-հոգեբանական յուրօրինակ հարթակ: ՁԼՄ-ների միֆաստեղծ էությունը նույնպես բազմիցս ուսումնասիրվել է տարբեր հետազոտողների կողմից<sup>11</sup>: Հնդվածում փորձ է արվել մեր իրականությունից վերցրած օրինակների միջոցով ցույց տալ՝ ինչպես է աշխատում միֆը նախընտրական քարոզարշավների ժամանակ: Որպես հետազոտության օբյեկտ ընտրել ենք քաղա-

րազմների միջոց // «21-րդ դար», թիվ 3, 2008, էջ 124:

<sup>8</sup> Տե՛ս Լ. **Բաբաջանյան**, Առասպելը որպես ամբոխի մարդու սոցիոմշակութային իրականության կառուցարկման գործիք. // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 3 (18), 2015, էջ 14:

<sup>9</sup> **Кассирер Э.** Техника современных политических мифов. «Вестник Московского университета». Сер. 7, № 2, М., 1990, с. 61.

<sup>10</sup> Տե՛ս Կ. **Մելքոնյան**, **Է. Ասրիյան**, Հայաստանյան «թավշյա» հեղափոխության միֆերը // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 3 (27), 2018, էջ 77:

<sup>11</sup> Մեզանում ՁԼՄ-ների և միֆերի կապի ուսումնասիրությամբ զբաղվել են Ջ. Սարգսյանը, Է. Ասրիյանը, Հ. Բայադյանը, Ն. Մելքոնյանը, Հ. Ծատրյանը և այլք:

քական դիսկուրսի ամենից շատ կիրառվող ժանրերից մեկը՝ հեռու-տաբանավեճը՝ դիտարկման հղացքում ունենալով դրա ազդեցիկ և արդյունավետ էությունը: Բանավեճը՝ իբրև մշակութային կյանքի անբաժանելի մաս, առանձնակի սրությամբ երևան է գալիս հատկապես հասարակության զարգացման բեկումնային շրջաններում<sup>12</sup>: Այն խոսքային հաղորդակցության կարևորագույն ձևերից է, որի մասնակիցները, հակառակ տեսակետներ ու գաղափարներ արտահայտելով, ձգտում են հասնել փոխհամաձայնության կամ փոխհամոզման<sup>13</sup>: Վիճաբանությունների յուրօրինակ «պայթյուններ» են նկատվում հատկապես հասարակության զարգացման շրջադարձային, առավելապես ժողովրդավարական վերափոխումներով հարուստ փուլերում, երբ հասարակական կարծիքն ակտիվորեն քննարկում և վերլուծում է տեղի ունեցող իրադարձությունները, փորձում իմաստավորել ու գնահատել կատարվող փոփոխությունները, բուռն վեճերով արձագանքում հնի ու նորի պայքարին, ավանդական արժեքների վերանայմանն ու նորերի արմատավորմանը<sup>14</sup>: Բանավեճի, դրա գործառույթների և տեսակների վերաբերյալ կան բազում տեսություններ: Ռուս հայտնի տրամաբան Ս. Պոլարնինն առանձնացնում է բանավեճերի հինգ տեսակ. 1.վեճեր, որոնց արդյունքում պետք է բացահայտվի ճշմարտությունը, 2.վեճեր, որոնց նպատակն է համոզել ընդդիմախոսին որևէ գաղափար, 3.վեճեր, որտեղ պետք է անպայման հաղթել, 4.վեճի սիրահարների համար նախատեսված վեճ՝ հանուն վեճի և 5.վեճ-խաղ, որի նպատակը բանավեճողների միտքը մարզելն է<sup>15</sup>: Պետք է նկատենք՝ այսօր քաղաքական կյանքում գործիչների միջև հանրային վեճերը հիմնականում միտված են հակառակորդին «սևացնելու» միջոցով հասարակությանը ներշնչել որոշակի գաղափարներ և մղել որոշակի գործողությունների: Բանավեճի նպատակի ընդգծումը կարևոր է, քանի որ փաստարկման բնույթն անմիջականորեն կախված է հենց բանավեճի նպատակից, որին հետամուտ են վիճող կողմերը<sup>16</sup>: Մերօրյա հակամարտություններում մրցող կողմերի դիրքորոշումների մատուցման հիմքում ընկած են մի շարք հաղորդակցային տեխնոլոգիաներ, որոնք հենվում են տարբեր կարծրատիպերի, առասպելների և գաղափարախոսությունների վրա<sup>17</sup>:

<sup>12</sup> Տե՛ս **Դ. Պետրոսյան**, Գրական բանավեճերը 20-րդ դարակգրի հայ մամուլում, Եր., 2007, էջ 3:

<sup>13</sup> Տե՛ս **Ս. Հովհաննիսյան**, «Դեբատ» ուսուցման մեթոդի առանձնահատկությունները // «Հայագիտական հանդես, պատմություն և մշակույթ», № 1, 2021, էջ 230:

<sup>14</sup> Տե՛ս **Հ. Հովհաննիսյան**, Բանավեճի տեսություն և արվեստ. փիլիսոփայական քննախոսություն, Եր., 2019, էջ 9:

<sup>15</sup> Տե՛ս **Դ. Պետրոսյան**, նշվ. աշխ., էջ 19:

<sup>16</sup> Տե՛ս **Հ. Հովհաննիսյան**, Վիճաբանության և փաստարկման փոխհարաբերության հարցի շուրջ // «Բանբեր Երևանի համալսարանի», № 3 (84), 1994, էջ 5:

<sup>17</sup> Տե՛ս **A. Hakobyan**, Armenian Digital Communications in Karabakh War of 2020: Critical Discourse Analysis // «Բանբեր Երևանի համալսարանի» □ Սոցիոլոգիա», № 1 (33), 2021, էջ 32:

Գաղտնիք չէ, որ այսօր բանավեճերը տեղափոխվել են մեղիա տիրույթ, սակայն, բացի տեղեկատվական շոու լինելուց, նպաստում են քաղաքական գործիչների իմիջի ստեղծմանը, քաղաքական շատ հարցերի անձնավորմանը, օրակարգի ձևավորմանը: Մասնավորապես ազդեցիկ են հեռուստաբանավեճերը, երբ հռետորները կարողանում են օգտագործել իրենց խոսքի ողջ ներուժը՝ դրան ավելացնելով նաև ճիշտ ընտրված հռետորիկա: 1960 թ. սեպտեմբերին կայացած Քենեդի-Նիքսոն նախընտրական առաջին հեռուստատեսային բանավեճից ի վեր, որը քաղաքական և լրատվական նոր ավանդույթի սկիզբ դրեց ոչ միայն ԱՄՆ-ում, այլև ժողովրդավարական շատ երկրներում, առավել կարևորվեցին նախընտրական հեռուստաբանավեճերի ազդեցությունը, դերն ու նշանակությունը<sup>18</sup>: Հեռուստաբանավեճերը միտված են բանավիճող թեկնածուների, նրանց գաղափարների, տեսլականների մասին տեղեկություններ տալուն: Այդ տեղեկությունները, ըստ էության, հանրության կամ նրա մի հատվածի համար կարող են քաղաքական գիտելիքների նոր չափաբաժին պարունակել: Դա տեղի է ունենում ոչ միայն պարզապես հեռուստաբանավեճը դիտելու շնորհիվ, այլև հաղորդումից հետո լրատվական հոսքերի միջոցով այդ բանավեճի և բանավիճող կողմերի վերաբերյալ փարձագետների կամ լրագրողների մեկնաբանություններին ծանոթանալու միջոցով<sup>19</sup>:

Այսպիսով՝ կարող ենք փաստել, որ այսօր հեռուստաբանավեճերը, մասնավորապես նախընտրական հեռուստաբանավեճերը խիստ արդիական են: Բանավեճի ընթացքում քաղաքական գործիչները կարող են օգտագործել մանիպուլյացիոն մի շարք տեխնոլոգիաներ, որոնց նպատակը ցանկալի միջերի ստեղծումն է, քանզի միջերի ազդեցությունից չի կարողանում խուսափել նույնիսկ գրագետ և պատրաստված լսարանը:

Քաղաքական կյանքի թատերայնացումը եղել և մնում է սոցիոմշակութային իրականության կազմակերպման հիմնարար սկզբունքներից մեկը, քանի որ սոցիալական հարաբերություններն ինքնին ձևավորվում են հենց թատերայնացման, բեմականացման սոցիոմշակութային աշխատակարգի միջոցով<sup>20</sup>: Թեև մեր իրականությունում ամեն օր ստեղծվում են քաղաքական միջեր, սակայն դրանք իրենց կիրառելիության գագաթնակետին հասնում են քաղաքական կարևորագույն իրադարձություններից առաջ, երբ հասարակությունն ունի ընտրություն կատարելու խնդիր՝ հեղափոխություններ, իշխանափոխություններ,

<sup>18</sup> Տե՛ս **Մ. Հակոբյան**, Նախընտրական հեռուստաբանավեճերը որպես քաղաքական լրատվության աղբյուր // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Բանասիրություն», 2020, № 1 (31), 2020, էջ 92:

<sup>19</sup> Տե՛ս նույն տեղը, էջ 95:

<sup>20</sup> Տե՛ս **Լ. Բաբաջանյան**, Քաղաքական կյանքի բեմականացման փոխակերպումները արդի քաղաքական գործընթացների համատեքստում // «Բանբեր Երևանի համալսարանի. Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 1 (28), 2019, էջ 31-42:

աշխարհակարգի փոփոխություններ և իհարկե ընտրություններ՝ տեղական կամ ինքնակառավարման մարմինների, նախագահական, խորհրդարանական և այլն: Վերջին տարիներին տարածում է գտել զանգվածային գիտակցության մանիպուլյացիան, որի իրականացման հիմնական գործիք են զանգվածային լրատվամիջոցները, էլեկտրոնային և սոցիալական մամուլը, համացանցը: Հանրության վրա թաքնված ազդեցության գործառույթը իշխանությունը իրականացնում է հիմնականում ՋԼՄ-ների միջոցով<sup>21</sup>: Սրանով է բացատրվում նաև այն, որ միջերի տարածման ամենից արդյունավետ սոցիալ-հոգեբանական հարթակը զանգվածային մեդիան է: Որպես միջաստեղծման արդյունավետ ժանր, ինչպես նշվեց, օգտագործվում է հեռուստաբանավեճի ժանրը: Հայ հասարակությունը նույնպես սովոր է հեռուստաբանավեճերի ձևաչափին, քանի որ գրեթե բոլոր ընտրություններից առաջ դրանք կազմակերպվել են: Վերջիններս թողել են իրենց ազդեցությունը հասարակության վրա: Որպես ազդեցիկ բանավեճի օրինակ կարող ենք հիշատակել 2003 թվականի նախագահական ընտրությունների երկրորդ փուլից առաջ տեղի ունեցած հեռուստաբանավեճը նախագահի թեկնածուներ Ստեփան Դեմիրճյանի և Ռոբերտ Քոչարյանի միջև: Թեև այնտեղ ձևաչափն այլ էր, սակայն, ըստ էության, այն բանավեճ էր հասարակության մեջ ամենից շատ աջակցություն ունեցող երկու թեկնածուների միջև: Բանավեճից հետո հասարակությունը երկար քննարկում էր նրանց արտահայտած մտքերն ու գաղափարները: Այս առումով տարբերվում են նախագահական ընտրությունները, քանի որ ընտրությունն անձնավորված է, ինչը հեշտացնում է գաղափարների տարածման գործընթացը, սակայն Հայաստանի Հանրապետությունում 2018 թվականի իշխանափոխությանը հաջորդած արտահերթ խորհրդարանական ընտրություններն ապացուցեցին, որ դրանք էլ կարող են լինել ադմկահարույց և իրարամերժ: Ընտրություններից առաջ տեղի ունեցած «թավշյա» հեղափոխությունը դարձել էր նոր իրականություն կառուցելու առհավաստյա: Այն բացառիկ էր, քանի որ նախկինում թշնամին սովորաբար արտաքին էր (Ադրբեջան, Թուրքիա), սակայն 2018-ի իշխանափոխությունը իր հետ բերեց շրջադարձային և սխեմատիկ փոփոխություններ, երբ մատնանշվեց ներքին հակահերոսը՝ ի դեմս ՀՀԿ-ի և Սերժ Սարգսյանի<sup>22</sup>: Կյանքի մշակույթի փոփոխությունը, հին կարգերի և նախկին իշխանությունների մերժումը հասարակությանը փողոց էին դուրս բերել: Իսկ իշխող և ընդդիմադիր ուժերի համար նոր հնարավորություն էր ստեղծվել իրենց վրա կրելու հեղափոխության կնիքը և ստանալու հասարակության վստահության քվեն: Ընտրություններին մասնակցելու հայտ էին ներկայացրել 11 կուսակցությո-

<sup>21</sup> Տե՛ս **Է. Քալանթարյան**, Մանիպուլյացիոն կառավարման ազդեցությունը հասարակական կարծիքի վրա //«Բանբեր Երևանի համալսարանի. Միջազգային հարաբերություններ, Քաղաքագիտություն», № 1 (25), 2018, էջ 80:

<sup>22</sup> Տե՛ս **Ն. Մելքոնյան, Է. Ասրիյան**, նշվ. աշխ., էջ 77:

յուններ և դաշինքներ, ինչը բնութագրում էր ստեղծված իրավիճակի ժողովրդավարական բնույթը:

Առհասարակ հասարակության քաղաքական կազմակերպման կարևորագույն բաղադրիչը կուսակցական համակարգն է, որը, իբրև քաղաքական ինստիտուտ, ցույց է տալիս հասարակության մեջ դեմոկրատիայի առկայությունը, ինչպես նաև բնութագրում է քաղաքական ընդհանուր համակարգի մյուս հաստատությունների հետ կուսակցությունների հարաբերությունները<sup>23</sup>: Բոլոր կուսակցությունները ակտիվ ընտրապայքար էին սկսել՝ օգտագործելով իրենց ձեռքի տակ եղած բոլոր լծակները: Այդ լծակներից ամենաազդեցիկը զանգվածային լրատվամիջոցներն էին, որոնք նպատակ էին հետապնդում կոտրել նախկին միֆերը՝ դրա փոխարեն առաջարկելով իրենց գաղափարները: Նկատենք՝ առհասարակ ԶԼՄ-ներում միֆերի օգտագործումն ակտիվանում է ընտրություններից առաջ, քանի որ կա որոշակի ուժերի կա մ իշխանության գալու, կա մ այդ իշխանությունը պահելու խնդիր: Այս առումով նախադեպային էր Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերության կազմակերպած հեռուստաբանավեճը, քանի որ մասնակցում էին իրենց թեկնածությունն առաջադրած դաշինքների և կուսակցությունների ներկայացուցիչները: Թեև բանավեճն ուներ հստակ նախորոշված ձևաչափ, կրքերի թեժացման մթնոլորտում մասնակիցները ոչ միշտ էին դրանք պահպանում: Բանավեճի ընթացքում հյուսվում և կազմաքանդվում էին մի շարք միֆեր, որոնք իրենց ազդեցությունն ունեցան ընտրությունների արդյունքների վրա: Դրա մասին են վկայում բանավեճին հաջորդած բազում քննարկումները տարբեր հարթակներից, որոնք իրենց հերթին սկիզբ էին դնում քաղաքական նոր միֆերի: Ինչպես ցանկացած քաղաքական գործընթացում, այնպես էլ բանավեճերի ժամանակ քաղաքական սուբյեկտը հասարակությանը նախնական հետազոտման է ենթարկում: Ուսումնասիրում է խմբի կառուցվածքը, առաջին հերթին՝ հասարակության պահանջները, մտտիվները, վերաբերմունքը, իր հաղորդած ինֆորմացիայի հանդեպ լսարանի ուշադրությունը, ինչը ավելի է խորացնում դրանց ազդեցության հնարավորությունները<sup>24</sup>: Թեկնածուների արտահայտությունները, հաճախ կտրվելով համատեքստից, դառնում էին լրատվական հոդվածների վերնագրեր և շահարկվում հասարակության տարբեր շերտերի կողմից:

Թեկնածուները նկարահանման տաղավարում կանգնած էին ըստ քվեաթերթիկում սահմանված հերթականության, ինչը ինչ-որ առումով ընդգծում էր ձայնի իրավունք ստանալու անաչառությունը: Ներկա էին

<sup>23</sup> Տե՛ս **Գ. Քեոյան**, Բազմակուսակցության հաստատումը Հայաստանի Հանրապետությունում 1990-2000 թթ. (պատմաքաղաքական ակնարկ) // «Բանբեր Երևանի համալսարանի», № 2 (104), 2001, էջ 52-62:

<sup>24</sup> Տե՛ս **Վ. Պապոյան, Ջ. Մարգարյան**, Քաղաքական առաջնորդի կերպարի հոգեբանական ընկալումը ժամանակակից հասարակարգում // «Արդի հոգեբանություն», № 2(11), 2022, էջ 59:

11 կուսակցությունների և դաշինքների ներկայացուցիչներ, սակայն հիմնական բանավեճը ծավալվեց Հանրապետական կուսակցության ներկայացուցչի և գործող վարչապետի միջև: Կատարված հետազոտությունից պարզ դարձավ, որ թեկնածուների կողմից հիմնականում ձևավորվել են դավադրության, հերոս-փրկչի, միասնականության և ոսկե դարի միֆերը, իսկ ընթացքում կիրառվել են մի շարք մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաներ:

*Պիտակավորում:* Առաջին փուլում բանավեճի մոդերատորները երկու բուպեի շրջանակում հնարավորություն տվեցին գործիչներին ներկայացնելու իրենց նախընտրական ծրագիրը և պատասխանելու հարցին, թե ինչու քաղաքացիները պետք է իրենց ձայնը տան տվյալ քաղաքական ուժին: Բանավեճի առաջին բանախոսը՝ ՀՀԿ փոխնախագահ Վիգեն Սարգսյանը, իր ելույթի առաջին իսկ բուպեներից տվեց քաղաքական միֆաստեղծման մեկնարկը: Օգտագործելով մանիպուլյացիոն մի շարք տեխնոլոգիաներ՝ նա անմիջապես սկսեց ձևավորել դավադրության միֆը՝ երկրում տիրող անելանելի վիճակի ողջ պատասխանատվությունը դնելով ներկա իշխանությունների վրա<sup>25</sup>: Որպես քաղաքական այլընտրանք՝ նա առաջարկեց իրենց թիմը խոստանալով բարդ, բայց բալանսավորված հակակշիռների տնտեսություն: Թեև մոդերատորների տված հարցը նախատեսում էր պատասխան, որը պետք է բացատրեր ինչու քաղաքացիները պետք է հենց իրենց քաղաքական թիմն ընտրեն, Վիգեն Սարգսյանը պատասխանեց «որ չընտրվեն ներկա իշխանությունները» գաղափարի համատեքստում: Ըստ հետազոտող Ն. Մելքոնյանի՝ նման միջոցների նպատակային օգտագործումը հանգեցնում է քաղաքական պայքարի տեղափոխմանը հույզերի և կրքերի իռացիոնալ դաշտ, որտեղ ռացիոնալ հիմնավորում առհասարակ չի էլ ենթադրվում, որտեղ «ո՞ւմ և ինչո՞ւ ես ընտրելու» հարցերի ամենատարածված պատասխանը դառնում է՝ «որպեսզի մյուսը չանցնի»-ն<sup>26</sup>: Դավադրության միֆի ստեղծման ճանապարհին Վ. Սարգսյանն ամենից շատ կիրառեց պիտակավորման տեխնոլոգիան:

Բանավեճերի ընթացքում քաղաքական ընդդիմախոսին որոշակի «պիտակներ» վերագրելը հնարավորություն է տալիս հասարակության կողմից երևույթները պարզեցված ընկալելու: Վ. Սարգսյանն իր խոսքում որպես պիտակներ օգտագործեց «բոնապետ», «բոնապետություն», «պոպուլիստ» բառերը. «Ով իմ դեմ է, ժողովրդի դեմ է, ով իմ դեմ է, պե-

<sup>25</sup> Դավադրության միֆի տեսությունն առաջ է քաշել ֆրանսիացի հետազոտող Ռ. Ժիրարդեն, ըստ որի այն բացահայտում է ժողովրդի «ենթադրյալ» թշնամիներին, որոնք հանդես են գալիս որպես «օբյեկտիվ» բացատրություններ հասարակության մեջ առկա ճգնաժամերի, սոցիալական անհավասարության, ֆինանսական դժվարությունների և այլ արատավոր երևույթների համար: Այն հայտնի է նաև որպես «հակահերոսի» միֆ: Միֆի նպատակը թվացյալ անելանելի իրավիճակ ստեղծելն է, որպեսզի այդ անհնարինության պայմաններում հայտնվի իրական հերոսը՝ իր հետ բերելով բոլոր խնդիրների լուծումները:

<sup>26</sup> Տե՛ս Ն. Մելքոնյան, Քաղաքական միֆոլոգիան 2008-ի նախագահական ընտրությունների համատեքստում // «21-րդ դար», № 2, 2009, էջ 94-101:



տության դեմ է, ով իմ դեմ է, հանցագործ է» հասկացությունները բնորոշ են բոլոր բռնապետերին: Պոպուլիզմը գաղափարագուրկ կառավարման միջոց է, որը բռնապետություն հաստատելու ամենակարճ և ուղիղ ճանապարհն է»<sup>27</sup>: Գործող վարչապետ, «Իմ քայլը» դաշինքի առաջնորդ՝ Ն. Փաշինյանն իր հերթին օգտվեց պիտակավորման տեխնոլոգիայից՝ Վ. Սարգսյանին անվանելով «ԼԳԲՏ համայնքի և կաշառակեր իշխանության ներկայացուցիչ»: Բացի այդ, նրա կողմից որպես պիտակներ օգտագործվեցին «խաղաղույթներ կատարող տնտեսություն», «քաղաքական մահվանը երկու օր մնացած տնտեսություն», «Հանրապետականը աղերսում է ժողովրդին», «կաշառակեր, ազգային արժեքները մերժած իշխանություն» և այլ արտահայտություններ: Պիտակավորման տեխնոլոգիան կիրառեց նաև «Քաղաքացու որոշում» կուսակցության նախագահ Սուրեն Սահակյանը՝ նախկին ուժերին անվանելով «երկիրն ապականած, արդարադատությունը վերացրած, բարու և չարի սահմանները ջնջած, արտագաղթի պատճառ դարձած, հանրային հարաբերությունները աղճատած իշխանություն, ովքեր քաղաքացուն դարձրել են ընտրակաշառքին սպասող իրավագուրկ էակ»: Նա նաև օգտագործեց «ընտրակեղծարար», «սեփական շահերը պաշտպանող հանցագործների խմբակ», «քաղաքական դիակ» պիտակները<sup>28</sup>: Պիտակների օգտագործումից անմասն չմնացին նաև մնացած բանախոսները: Որպես պիտակներ օգտագործվեցին «մարդափոխություն», «գաղափարագուրկ», «թիթեռի կյանք ունեցող դաշինքներ» արտահայտությունները՝ «Հայ հեղափոխական դաշնակցություն» կուսակցության ներկայացուցիչ Արմեն Ռուստամյանի կողմից, «դասական ընդդիմություն», «կլասիկ պատգամավոր», «բիզնեսմեն իշխանություն» պիտակները՝ «Լուսավոր Հայաստան» կուսակցության առաջնորդ Էդմոն Մարությանի կողմից, «անձերի, կլանների և ոչ առողջ քաղաքական դաշտ», «քրեաօլիգարխիկ, հանցագործ ռեժիմ», «բանկային, վաշխառուական համակարգի ճիրաններ» արտահայտությունները՝ «Ազգային առաջընթաց» կուսակցության նախագահ Լուսինե Հարոյանի կողմից: «Մասնա ծոեր» համահայկական կուսակցություն առաջնորդ Վարուժան Ավետիսյանն էլ օգտագործեց «թալանված երկիր», «հանցավոր համագործակցություն», «կոռուպցիան որպես համակարգաստեղծ բաղադրիչ», «կրիմինալ բաղադրիչ ունեցող ընտրական օրենսգիրք» և մի շարք այլ արտահայտություններ: Կարող ենք փաստել, որ հիշյալ բոլոր պիտակներն ինչ-որ առումներով ունեցան իրենց ազդեցությունը և հետագայում ակտիվ շրջանառվելով՝ համացանցային մեմերի ստեղծման պատճառ դարձան: Պիտակավորման հնարքը սովորաբար առավել արդյունավետ է լինում և պսակվում է հաջողությամբ, երբ հակամար-

<sup>27</sup> Նախընտրական մեծ բանավեճ, Հանրային հեռուստաընկերություն, 2018, 2:49-4:40: <https://www.youtube.com/watch?v=gPRONKHsF6k>

<sup>28</sup> Տե՛ս նույն տեղը:

տող կողմերից մեկն ունենում է որոշակի առավելություններ մյուսի նկատմամբ: Օրինակ՝ ավելի մեծ հեղինակություն է վայելում ունկնդիրների շրջանում կամ էլ տրամադրության տակ ունենում է զանգվածային լրատվամիջոցներ<sup>29</sup>:

*Մեղադրանքներ:* Հաջորդ տեխնոլոգիան, որը հաճախ կիրառվեց բանավեճի մասնակիցների կողմից, *մեղադրանքներ* տեխնոլոգիան էր: Բանավոր վեճի ժամանակ մեծ նշանակություն են ստանում ներշնչումը, սրամիտ և դիպուկ խոսելու կարողությունը, ինքնավստահ տոնը, արագ մտածելու կարողությունը, որոնք էլ զգալի չափով որոշում են վեճի ելքը: Այս առումով մեծ նշանակություն ունեն նաև միմյանց հասցեին հնչող մեղադրանքները, որի գլխավոր նպատակը, որպես կանոն, ոչ թե հակառակորդ կողմին վերահամոզելն է, ճշմարտության փնտրտուքը, այլ զանգվածների աչքում հակառակորդին հեղինակագրկելը, նոր կողմնակիցներ ձեռք բերելն ու քաղաքական միավորներ կորզելը<sup>30</sup>: Բանավեճի սկզբում Վ. Սարգսյանն իր խոսքում մեղադրեց Ն. Փաշինյանին հասարակության մեջ շերտագատում առաջացնելու համար, սակայն ինքն էլ դիմեց այդ տեխնոլոգիայի օգնությանը<sup>31</sup>. «Հասարակությունը սևերի և սպիտակների բաժանելու իշխանությունների քաղաքականությունը ոչ այլ ինչ է, քան ներքին թշնամիներ որոնելու և ստեղծելու, այլակարծությունը խեղդելու միջոց: Դեկտեմբերի ընտրությունները այդ վտանգը կանխելու, դրան ոչ ասելու միջոց են...»<sup>32</sup>: Ընդ որում՝ նրա մեղադրանքը անձնավորված էր այն անմիջականորեն ուղղված էր Ն. Փաշինյանին: Նա ձեռնամուխ եղավ հակահերոսի կերպարի ստեղծմանը՝ հանձին Նիկոլ Փաշինյանի. «Նիկոլ Փաշինյանն արդեն իսկ թույլ է տվել կոպտագույն սխալներ, որոնք խարխալում են մեր պետության հիմքերը, վանում են դաշնակիցներին, ուժեղացնում հակառակորդներին և ուրախացնում թշնամիներին»<sup>33</sup>: Նրան հակադարձեց Ն. Փաշինյանը՝ բազում մեղադրանքներ ուղղելով նախկին իշխանություններին: Այս պարագայում ոչ այնքան տեղեկացված հասարակությունը չի կարող ճշտել այդ մեղադրանքների իրական լինել կամ չլինելը, և նա, հաճախ ունենալով թաքնված համակրանք որևէ թեկնածուի նկատմամբ, կուրորեն հավատում է նրան և այլընտրանքային որևէ կարծիք համարում մերժելի ու դատապարտելի: Մեղադրանք տեխնոլոգիայի խոսուն օրինակ է նաև հարց ու պատասխանի փուլում «Բարգավաճ Հայաստան» կուսակցության առաջնորդ Գագիկ Ծառուկյանի կողմից արված արտահայտությունը, որն ուղղված էր «Լուսավոր Հա-

<sup>29</sup> Տե՛ս **Հ. Հովհաննիսյան**, նշվ. աշխ., էջ 242:

<sup>30</sup> Տե՛ս **Поварнин С.** Спор. О теории и практике спора. «Вопросы философии», № 3, 1990, էջ 65-68:

<sup>31</sup> Հասարակության շերտագատումը, «մենք»-ի և «նրանք»-ի բաժանումը ձևավորում են միասնականության միջը, որի հիմնական նպատակը հանրությին ցանկալի ուղղությամբ տանելն է:

<sup>32</sup> Նախընտրական մեծ բանավեճ, 3:00-3:10:

<sup>33</sup> Նույն տեղում, 3:22-3:39:

յաստան» կուսակցության նախագահ Էդ. Մարությանին: Գ. Ծառուկյանն իր խոսքում նշեց, որ բոլորն էլ գիտեն, որ Մարությանն ունի քաղաքական հովանավորներ, և նախքան քարոզարշավը նա դիմել է նրանց: Թեև իրականում այդպես էլ չպարզվեց, թե ինչ նկատի ունեին թեկնածուները, բայց նրանց հաջողվեց հասարակության մեջ որոշակի մոլորություն առաջացնել:

Ընդհանուր առմամբ կարող ենք փաստել, որ գրեթե բոլոր բանախոսների ելույթները կառուցված էին մեղադրանքների վրա: Նրանցից յուրաքանչյուրը մեղադրում էր որևէ ուժի՝ երկրում տիրող սոցիալական խնդիրների ողջ պատասխանատվությունը դնելով նրա վրա: Մուրեն Սահակյանն իր հերթին մեղադրում էր Ն. Փաշինյանին այն հարցում, որ թույլ է տվել, որ թեկնածություն ներկայացրած ուժերի մեջ լինեն նախորդ իշխանության ներկայացուցիչներ: Վ. Ավետիսյանը մեղադրում էր «Մենք» դաշինքի առաջնորդ Արամ Սարգսյանին «նախորդ ռեժիմի փաստաբանը» լինելու մեջ, ով հակադարձեց նրան՝ մեղադրելով անմարդկային, դաժան վերաբերմունքի և հանցագործության քարոզ իրականացնելու մեջ:

*Բումերանգ:* Երբեմն սեփական դիրքորոշման պաշտպանության լավագույն ձևը հակահարձակումն է, հակառակորդի դիրքերին ու նրա հայացքներին ուղղված արդյունավետ հակահարվածները: Տվյալ հնարքի էությունն այն է, որ ընդդիմախոսի դրույթը, փաստարկը, անգամ ռեպլիկը շուտ են տրվում, գործածվում նրա դեմ: Կրկնապատկվում են փաստարկի ուժը և ներկաների վրա թողած տպավորությունը: Բարդ վիճակի մեջ է հայտնվում ընդդիմախոսը, լսարանի համար ակնհայտ է դառնում նրա ոչ նախանձելի վիճակը<sup>34</sup>: Բանավեճի անդամները իրենց ուղղված հարցերից խուսափելու համար հաճախ օգտագործում էին բումերանգի տեխնոլոգիան: Օրինակ՝ Ն. Փաշինյանը գործող իշխանություններին ուղղված բոլոր մեղադրանքներն արդարացնում էր «նախկինների ժամանակ ավելի վատ էր» պնդումով: Մասնավորապես հարց ու պատասխանի փուլում մոդերատորների այն հարցին, թե ինչպես է նա պատկերացնում Արցախի ապագան, Փաշինյանը շեշտեց, որ նախորդ իշխանությունները այդ հարցն արդեն իսկ մտցրել են փակուղի՝ չթողնելով որևէ այլընտրանք. «Ես ուզում եմ արձանագրել այն փաստը, որ մեր կառավարությունը մի այնպիսի կետում է ընդունել Ղարաբաղի հարցը, երբ բոլորը սպասում են, որ Հայաստանը պետք է անի միակողմանի և ստորացուցիչ զիջումներ, և դա բանակցային այն կետն է, որում մեզ թողել է նախորդ իշխանությունը»<sup>35</sup>: Բումերանգի տեխնոլոգիայի հաջողված օրինակ է նաև Լ. Հարոյանի հարցը Էդ. Մարությանին՝ ինչ է նա արել երկրի համար, որին վերջինս պատասխանեց հարցով՝ իսկ դուք ինչ եք արել: Հարցը մնաց անպատասխան և

<sup>34</sup> Տե՛ս Հ. Հովհաննիսյան, նշվ. աշխ., էջ 195:

<sup>35</sup> Նախընտրական մեծ բանավեճ, 57:42-58:01:

տեխնոլոգիան աշխատեց վերջինիս օգտին:

*Հումոր, սրամտություն, ծաղր:* Մեփական տեսակետը պաշտպանելու, ընդդիմախոսին հերքելու, ինչպես նաև խոսքն ավելի ուշագրավ ու տպավորիչ դարձնելու գորեղ միջոցներ են հումորն ու սրամտությունը: Հումորը վիճաբանությանը հաղորդում է աշխուժություն, օգնում է հաղթահարելու հոգեբանական արգելքները, հաղորդակցման ընթացքը դարձնում անկաշկանդ, դյուրին ու հաճելի<sup>36</sup>: Բանախոսները այս տեխնոլոգիայի կիրառումից ևս անմասն չմնացին: Արամ Մարգարյանը Վ. Մարգարյանի ելույթին, որը ներկայացնում էր փաստեր իրենց կառավարման տարիներին երկրում կատարված բարեփոխումների մասին, հակադարձեց հումորով. «Ձեր կառավարման ընթացքում սովորական մեծ էկրանով հեռուստացույցները դարձան պլազմային, կարող էք դա էլ նշել որպես ձեր առավելություն»<sup>37</sup>: Ն. Փաշինյանը, երբ բանախոսների այն պնդումին, թե երկրում որոշում կայացնող միակ օղակը վարչապետն է, նույնպես հակադարձեց հումորի տեխնոլոգիայի միջոցով. «Եթե որոշում կայացնողը ես եմ, ապա ես որոշում եմ, որ դուք չլինեք խորհրդարանում»<sup>38</sup>: Վ. Մարգարյանի կողմից արված «դրմփ, դրմփ, հու տնտեսություն», Գ. Ծառուկյանի՝ «Ես քո կլասիկ ցավը տանեմ» արտահայտությունները ևս հումոր տեխնոլոգիայի օրինակներ են, որոնք հետագայում տարածվեցին համացանցում:

*Մեփական համոզմունքների երաշխիք և անձնական հեղինակության օգտագործումը:* Հեղինակությունների վկայակոչման են դիմում ամենալուրջ գիտական բանավեճերից մինչև առօրյա զրույցներ: Այս պարագայում հեղինակություն վայելում էին այն ուժերը, որոնք մասնակցել էին հեղափոխական գործընթացներին: Ն. Փաշինյանի ելույթները հազեցած էին այս տեխնոլոգիաներով: Հանդես գալով որպես «հաղթած ժողովրդի հաղթած թեկնածու», «հեղափոխության միակ պատասխանատու ուժ»՝ նա իր անձի հետ էր կապում հաղթանակը, թեպետ ընտրությունները խորհրդարանական էին, և հասարակությունը նոր խորհրդարան էր ընտրում, որտեղ որքան կարևոր է կուսակցության առաջնորդը, նույնքան կարևոր է կուսակցական թիմը: Հեղափոխությանը մասնակից լինելու գաղափարը որպես առավելություն ներկայացրին նաև մնացած ուժերը: Դրա մասին են վկայում նրանց արտահայտությունները. «Մենք եղել ենք հեղափոխության առաջնամարտիկներին», «Ես նույնպես մասնակցել եմ հեղափոխությանը», «Մենք եղել ենք Նիկոլ Փաշինյանի կողքին» (Մուրեն Սահակյան), «Ես և իմ համախոսները հեղափոխության արմատական կողմնակիցներն ենք այսօր և այսուհետ», «Մենք կարծում ենք, որ եղել է իրական հեղափոխություն, որի արմատներում կանգնած ենք նաև մենք» («Քրիստոնեա-ժողովրդա-

<sup>36</sup> Տե՛ս Հ. Հովհաննիսյան, նշվ. աշխ., էջ 197:

<sup>37</sup> Նախընտրական մեծ բանավեճ, 01:43:54-01:44:17:

<sup>38</sup> Նույն տեղում, 02:09:13-02:09:18:

կան վերածնունդ» կուսակցության առաջնորդ Լևոն Շիրինյան), «Մենք այն ուժն ենք, որ բացահայտել ենք հեղափոխության դեմ իրականացվող սաբոտաժը Ազգային ժողովում» (Էդմոն Մարության), «Մենք առաջինն էինք, որ դուրս եկանք փողոց ընդդեմ նախկին ռեժիմի» (Լուսինե Հարոյան), «Հեղափոխություն է եղել, ժողովուրդը սպասում է, որ իր կյանքում հեղափոխությունից հետո բան է փոխվելու» (Գագիկ Ծառուկյան): «Մասնա ծոեր» կուսակցության ղեկավար Վ. Ավետիսյանն էլ հեղափոխությունն անվանեց «մեր քաղաքացիական Սարդարապատի հրաշք»: Ի հեճուկս մնացած ուժերի, ովքեր հանդես էին գալիս որպես նոր ուժեր և սատարում էին հեղափոխության գաղափարը, Վ. Սարգսյանը իրենց կուսակցության համար որպես առավելություն նշեց տարիների փորձ ունենալը, 20 տարի շարունակ երկրի անվտանգությունը պահած լինելը: Բանավեճի վերջում նա կրկին դիմեց միասնականության միջին՝ իրենց կուսակցությունը տեղավորելով «մենք» կաղապարի մեջ. «Մենք միակ ուժն ենք, որ չենք վախենում քննադատել Նիկոլ Փաշինյանի քաղաքականությունը և առաջարկած լուծումները: Առջում մեծ վտանգներ կան: Անփորձ, պոպուլիստ քաղաքական ուժին պետք է հակակշիռ քաղաքական ուժ: Ամսի 9-ին առանց վախի գնում ենք և ընտրում Հանրապետականին, մենք շատ ենք, ընտրեք մեզ»<sup>39</sup>:

*Կրկնություն:* Այս տեխնոլոգիան թույլ է տալիս խոսքի որոշակի հատվածի վրա կենտրոնացնել ընդդիմախոսի և լսարանի ուշադրությունը, ընդգծել առանձին դրվագների կարևորությունը, հեշտացնել էական հատվածների մտապահումը և ավելացնել խոսքի ներգործող ուժը: Վ. Սարգսյանն իր խոսքի առաջին իսկ բոլորներից օգտագործեց այս հնարը. «Մեր երկրում առկա բազմակարծության, մամուլի ազատության մթնոլորտը թունավորվել է և ավելի կսեղմվի, եթե ղեկտեմբերի 9-ին չկանխենք դա, այլատյացության և փողոցային բառապաշարը քաղաքական դաշտ արդեն ներմուծվել է և կդառնա դոմինանտ, եթե ղեկտեմբերի 9-ին չկանխենք դա, դատարանների և արդարադատության անկախությունը վտանգի տակ է և իսպառ կվերանա, եթե ղեկտեմբերի 9-ին չկանխենք դա, տնտեսությունը գահավիժում է, և անպայման կհայտնվենք ճգնաժամի մեջ, եթե ղեկտեմբերի 9-ին չկանխենք դա»<sup>40</sup>: Նման միջոցի դիմեց նաև Էդ. Մարությանը՝ կրկնելով «Լուսավոր Հայաստանը գալիս է» արտահայտությունը: Մնացած բանախոսները նույնպես իրենց ելույթներում պարբերաբար դիմում էին այս հնարին՝ կրկնելով ոչ միայն որոշակի արտահայտություններ, այլև գաղափարներ, որոնք առաջադրվել են իրենց կուսակցության կողմից: Կրկնության հնարքի կիրառման խոսուն օրինակ են նաև Վ. Ավետիսյանի կողմից բազմիցս արժարծվող «անցումային արդարադատություն» արտահայտությունը, ապա դրա հիմունքների մեկնումը:

<sup>39</sup> Նույն տեղում, 3:26:49-3:27:48:

<sup>40</sup> Նույն տեղում, 4:00-4:50:

Թեկնածուները կիրառում էին նաև *վարկանիշների մանիպուլյացիա, նեգատիվ պարույրի փաստարկման, փաստերի անտրամաբանական շղթա* և այլ տեխնոլոգիաներ:

Այսպիսով կարող ենք եզրակացնել, որ հիմնական բանախոսների ծրագրերը կառուցվում էին առասպելների կամ հեքիաթների տրամաբանությամբ: Սկզբում նրանք ներկայացնում էին թշնամու կերպարը, որն ուներ դավադրական գաղափարներ: Այս հնարքն էությամբ բավական մոտ է Ջ. Բրաունի նկարագրած «Թշնամու մատնանշում» տեխնիկային: Նման հնարքով նա տվեց «մենք»-ի և «նրանք»-ի բաժանման մեկնարկը, որը պայմանականորեն կարելի է անվանել միասնականության միջ: Առհասարակ «մենք»-ի յուրայինի, հարազատի և «նրանք»-ի ուրիշի, օտարի, թշնամու կերպարների ստեղծումը ազգային ինքնության հարացույցների կառուցարկման պարտադիր ու անհրաժեշտ պայմանն է, քանզի ինքնությունը որպես հայելի արտացոլում է ոչ միայն «մենք»-ի ինքնապատկերացումներն ու ինքնագնահատականները<sup>41</sup>: Եվ իհարկե, վերջում եղավ քաղաքական խոստում, որ իրենք հակակշիռ ուժ են լինելու և քննադատելով ներկա իշխանություններին՝ երկիրը տանելու են դեպի առաջընթաց: Այս պարագայում հերոսի կերպարում հանդես է գալիս ոչ թե որևէ անհատ, այլ քաղաքական ուժ, կուսակցություն: Մա միջաստեղծման ավանդական ձևն է, որը բնորոշ է գրեթե բոլոր ընդդիմադիր ուժերին: Միակ թեկնածուն, ով շեղվեց այդ մոդելից, Ն. Փաշինյանն էր: Նա, ի տարբերություն մնացած թեկնածուների, իր խոստումները չէր կապում ապագայի հետ, քանի որ, ըստ նրա միջի՝ հերոսները, արդեն իսկ հաղթելով դավադիր ուժերին՝ հանձին ՀՀԿ-ի, եկել են իշխանության և արդեն իսկ բերում են երկար սպասված ոսկե դարը: Միջը կառուցվեց այս տրամաբանությամբ, քանզի եթե մնացած ուժերի խնդիրը իշխանության գալն էր, ապա նրանց խնդիրը այդ իշխանությունը պահելն էր:

Ամփոփենք: Միջերը ստեղծվում են քաղաքական կյանքի թատերականացման, խորհրդանշական բնույթ հաղորդելու, իրականությունը չափազանցված ներկայացնելու և այլ միջոցներով, որոնք հասարակությանը կարող են ավելի արժանահավատ և իրական թվալ, քան իրականում կան<sup>42</sup>: Միջերի ստեղծման գործընթացն ակտիվանում է ընտրություններից առաջ, քանի որ քաղաքական ուժերն ունեն իշխանության գալու կամ այն պահպանելու խնդիր: Միջաստեղծման ամենից արդյունավետ սոցիալ-հոգեբանական հարթակն այսօր գանգվածային մեդիան է: Իրենց թեկնածությունն առաջադրած քաղաքական ուժերը մասնավորապես նախընտրում են հանդես գալ հեռուստաբանավեճի ժանրում, քանի որ ցանկացած քաղաքական, առավել ևս նա-

<sup>41</sup> Տե՛ս **Ս. Զաքարյան**, «Մենք»-ի և «Նրանք»-ի կերպարները հայկական էպոսում // «Բանբեր Երևանի համալսարանի Փիլիսոփայություն, Հոգեբանություն», № 1 (25), 2018, էջ 12:

<sup>42</sup> Տե՛ս **Ն. Մելքոնյան**, ՋԼՄ-ում կիրառվող մանիպուլյացիոն հնարներն ու սոցիալ-հոգեբանական ազդեցության մեխանիզմները // «21-րդ դար», № 5 (63), 2015, էջ 61:

խընտրական հեռուստաբանավեճ բավականին մեծ հետաքրքրություն է ներկայացնում հասարակագիտական առումով: Թեև շատ տեսաբաններ կարծում են, որ Հայաստանում նախընտրական հեռուստաբանավեճի ավանդույթը դեռ նոր է արմատավորվում, բայց այն հասցրել է դառնալ միջաստեղծման յուրօրինակ միջոց: Դրա լավագույն օրինակն է 2018 թվականի արտահերթ խորհրդարանական ընտրություններին նախորդած հեռուստաբանավեճը, որտեղ հյուսվեցին և կազմաքանդվեցին մի շարք քաղաքական միջեր: Հետազոտությունը ցույց տվեց, որ քաղաքական գործիչների իմիջի ձևավորման, նրանց անձնավորման և հանրային օրակարգի ձևավորման հարցերում հեռուստաբանավեճը կարևոր դեր ունի:

**ЛИАНА МАРТИРОСЯН – Политические мифы в армянских предвыборных телевизионных дебатах.** – 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. Задачей работы является выявление манипулятивных технологий и инструментов, которые используются для достижения власти во время теледебатов. В статье также анализируется формирование политических мифов, которые распространяются благодаря современным коммуникационным технологиям и СМИ. Методологическую основу статьи составляют методы анализа, сравнения, и обобщения. В статье раскрываются сущность, функции и возможности манипуляции. Из проведенного исследования стало ясно, что каждый политический субъект испытывает потребность в мифизации. Актуальность политических мифов возрастает во времена социального кризиса, когда обществу необходимы объединяющие символы. Из проведенного исследования также стало ясно, что силы, предопределившие выборы 2018 г., в основном пытались построить традиционные мифы о заговоре, герое-спасителе, золотом веке и революциях. Они были построены с использованием ряда манипуляционных технологий.

**Ключевые слова:** политические мифы, теледебаты, миф о заговоре, образ героя-спасителя, манипулятивные технологии, социальная реальность, массовое сознание, социально-психологическое воздействие, СМИ

**LIANA MARTIROSYAN – Political Myths in Armenian Pre-Election Television Debates.** – The mythologizing of political life has always occupied the creative mind of man. For years, researchers have pondered over 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 for the creation and construction of a new reality. Their use becomes important during the socio-cultural crises of society, when a person has a problem of orientation and choice. The task of the work is to identify manipulative technologies and tools that are used to achieve power during televised debates. The article also analyzes the nature and features of the formation of political myths, which are widely used due to modern communication technologies and mass media. The methodological basis of the article is made up of analysis methods, comparisons, and

generalizations. The article reveals the essence, functions and possibilities of manipulation. From the study, it became clear that every political subject is in need of mythification. The relevance of political myths grows in times of social crisis when society needs new, unifying symbols. From the conducted research, it also became clear that the forces that biased the 2018 elections mainly tried to build the traditional myths about the conspiracy, hero-savior, golden age and revolutions. They were built using a number of manipulation technologies.

**Key words:** *political myths, television debates, conspiracy myth, image of the hero-savior, manipulative technologies, social reality, mass consciousness, socio-psychological impact, mass media*