

ՀԵՔԻԱԹԸ՝ ՈՐՊԵՍ ԱՌԱՋՆՈՐԴԻ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ ՊԱՏԿԵՐԱՑՈՒՄՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾՈՆ

Ասրիյան Է. Վ. (Երևանի պետական համալսարան, Երևան, Հայաստան)

elina.asriyan@ysu.am

Ներկայացման ամս. 03.03.2021

Գրախոսման ամս. 09.04.2021

Տպագրության ընդունման ամս. 10.04.2021

Հեքիաթների վերլուծությունը կարևորվում է առաջնորդի կերպարի մասին սոցիալական պատկերացումների հետազոտման դիտանկյունից: Հոդվածում ներկայացված է հեքիաթներում առկա երկրի ղեկավարի կերպարի վերաբերյալ նկարագրությունների վերլուծություն: Համարվում է, որ հեքիաթներում առկա օբյեկտների բնութագրիչները կարող են հիմք հանդիսանալ հասուն տարիքում սոցիալական պատկերացումների բովանդակությունը ձևավորելու համար:

DOI: <https://doi.org/10.46991/SBMP/2021.4.1.014>

Հանգուցային բառեր՝ վարքային մոդել, սոցիալական պատկերացում, հեքիաթ, առաջնորդ, թագավոր:

Ցանկացած նոր սոցիալական ճգնաժամի պայմաններում ավելի քան արդիական է երկրի առաջնորդի փոխակերպվող կերպարի հանդեպ հանրության վերաբերմունքի ուսումնասիրությունը: Տվյալ ուսումնասիրության առաջին փուլը, սակայն պետք է ենթադրի երկրի առաջնորդի վերաբերյալ առկա ավանդական սոցիալական պատկերացումների հետազոտում, ինչը մեր կարծիքով, անհրաժեշտ է սկսել ազգային հեքիաթների բովանդակության վերլուծությունից: Էթնոսի հոգեկան ակտիվության բազմաթիվ դրսևորումներն ամրապնդվում են ազգային մշակություն՝ պատմության, ժողովրդական ստեղծագործությունների, գեղարվեստական գրականության, ավանդույթների և կենցաղի մեջ: Անձի պատկերացումները արտաքին և ներքին աշխարհի մասին ի հայտ են գալիս սոցիալական փոխազդեցության գործընթացում և կազմում են յուրաքանչյուր մարդու գիտակցության բաղադրիչը՝ կարգավորելով նրա վարքը: Սոցիալական պատկերացումները, արժեքները, համոզմունքները, խմբային տրամադրությունները զանգվածային գիտակցության բաղադրիչներն են [6]: Այսինքն, զանգվածային գիտակցության և հասարակական կարծիքի բովանդակության ուսումնասիրումը անհրաժեշտ է սկսել սոցիալական պատկերացումների ուսումնասիրությունից, որոնց հիմքն էլ անհրաժեշտ է փնտրել բանահյուսության մեջ: Հեքիաթները տվյալ համա-

տեքստում դիտարկվում են որպես սյուժետային կառուցվածքով վիպական բանահյուսության տեսակ [3], հազարամյակների պատմություն ունեցող դաստիարակության միջոց [9] և մանկական փորձի կազմակերպման ակտիվ ձև: Տվյալ համատեքստում անհրաժեշտ է առանձնացնել հեքիաթների երկու գործառույթ՝ աշխարհի և դրա օբյեկտների ճանաչումը և համապատասխան կերպարների միջոցով երեխային վարքային արդյունավետ մոդելների փոխանցումը: Մեր կարծիքով հեքիաթի կարևորագույն գործառույթներից մեկը՝ մոդելի, օրինակի կամ նմուշի ստեղծումն է: Անհրաժեշտ է հասկանալ, որ հեքիաթներում խտացված կերպարները և վարքային մոդելները կարող են վերարտադրվել հետագայում հասուն մարդու վարքում, վարքային սցենարներում, նրա համոզմունքներում և դիրքորոշումներում, ինչպես նաև այլ մարդկանց հանդեպ առկա սպասումներում և կարծրատիպերում: Հեքիաթի ընթերցման կամ ունկնդրելու ընթացքում բարոյական վարքի դրդապատճառների, մարդու գործունեության իմաստների յուրացման մասին խոսվել էր դեռ Բ. Դ. Էլկոնինի կողմից՝ պատմամշակութային պարադիգմայի ձևավորման համատեքստում [9]:

Այսպիսով, յուրաքանչյուր ազգի սոցիալական պատկերացումների հետազոտման կարևոր միջոցներից է այդ ազգի բանահյուսության վերլուծությունը: Էթնոսի աշխարհընկալումը և մտածողության առանձնահատկությունները շատ վառ ձևով արտացոլվում են խոսքային արվեստում, հեքիաթներում և առասպելներում: Խոսելով հոգեբանության և հեքիաթների հարաբերության մասին՝ մենք նկատի ունենք հեքիաթների միայն այն մասը, որը հնարավոր է ենթարկել հոգեբանական վերլուծությանը, սակայն, վերջին հաշվով, ազգային մշակույթի, ժողովրդական ստեղծագործությունների ոչ մի նմուշ հնարավոր չէ ամբողջությամբ ենթարկել հոգեբանական վերլուծությանը:

Սոցիալական պատկերացումը սեփական փորձի, դաստիարակության և այլ մարդկանց հետ շփումների արդյունքում ձևավորված ընդհանրական գիտելիք է, պրակտիկ մտածողության տարատեսակ, որի նպատակն է սոցիալական շրջապատի ընկալումն ու ճանաչումը [5 էջ 372–377]: Սոցիալական պատկերացումները.

- կիսում են միևնույն հասարակության անդամների մեծամասնությունը,
- ընդգրկում են օբյեկտի նշանակալի բնութագրիչների մասին գիտելիքներ, ինչի հետևանքով ի հայտ է գալիս օբյեկտի խտացված կերպարը՝ կազմված այն տարրերից, որոնք կարևոր են օբյեկտի ակնթարթային ճանաչման համար,
- ենթադրում են նշանակալի օբյեկտների բնութագրիչների և վարքի վերաբերյալ հստակ սպասումներ:

Սոցիալական սպասումների և հեքիաթների միջև առկա կապերը կարելի է դուրս բերել հոգեվերլուծող Է. Բերնի գաղափարները վերլուծելիս, ով նշում էր, որ մանկության շրջանում սիրված հեքիաթները հետագայում դառնում են

մարդու կյանքի սցենարներ: Դա է պատճառը, որ հեքիաթը մի կողմից դաստիարակության գործընթացում դիտարկվում է որպես ներազդող գործոն, իսկ մյուս կողմից՝ դիագնոստիկ միջոց՝ հասուն տարիքում մարդու վարքի դրդապատճառները և մոդելները, այլոց հանդեպ սպասումներն ու պատկերացումները հասկանալու համար:

Երեխաները սովորաբար փորձում են փախչել դաստիարակության գործընթացում իրենց պարտադրվող վարքային ընդունված նմուշներից, դա է պատճառը, որ սոցիալական վարքային նորմերը կամ պահպանվում են ուժի միջոցով, կամ, ինչպես նշում է Ուոտսը, խաղի կանոնները ինքնակամ ընդունելու միջոցով [8, էջ. 32], կամ անգիտակցաբար յուրացվող հեքիաթային սյուժեներից, որոնք կարծես ընդունվում են առանց պարտադրանքի: Հեքիաթային ճշմարտությունների օգնությամբ՝ չվստահել յուրաքանչյուր մեկին, չխախտել սոցիալական սահմանափակումները, դիմել օգնության անհրաժեշտության դեպքում, կարելի է երեխային սովորեցնել վարքի արդյունավետ մոդելներ, ընդ որում՝ առանց նրան վախեցնելու, պարզապես բացատրելով, որ աշխարհը կարող է լինել շատ տարբեր, և որ նրանում ապրում են և բարի և չար մարդիկ, և ամեն բան կախված է իր ընտրությունից: Այդպիսով, հեքիաթները հուշում են ինչ կարելի է անել և ինչ՝ ոչ: Նախադպրոցական տարիքում բարոյական աշխարհայացքի ձևավորման գործընթացում, որի հիմնաքարը «լավի» և «վատի» տարբերակումն է, երեխան փորձում է հասկանալ ինչպես կարելի է գործել տարբեր իրավիճակներում և հեքիաթները կարող են օգնության հասնել [9]: Հեքիաթների հետ հաղորդակցման գործընթացում երեխայի մոտ ի հայտ են գալիս պատկերացումներ որոշակի կերպարների վերաբերյալ և համապատասխան սոցիալական սպասումներ ապագայում նմանատիպ կերպարներից նմանատիպ վարքային մոդելների ցուցադրման վերաբերյալ և այդ կերպարների մոտ անձնային համապատասխան բնութագրիչների առկայության մասին: Այսպես, անձը դեռ անձնային զարգացման վաղ փուլերից պատկերացում է կազմում կանանց և տղամարդկանց, թագավորների և հպատակների, հերոսների և թշնամիների և այլոց մասին: Վերոհիշյալը կարելի է պատկերել հետևյալ կերպ.

Հեքիաթ \iff Սոցիալական պատկերացումներ \iff Նշանակալի օբյեկտների բնութագրիչների վերաբերյալ սպասումներ \iff Վարք:

Որպես նմանատիպ մոդելներ Կ.Գ. Յունգը դիտարկում է արխետիպերը: Արխետիպերը առկա են դիցույթներում, հեքիաթներում, առասպելներում և բանահյուսության մեջ: Յունգը առաջ է քաշում մի քանի համընդհանուր հայտնի արխետիպեր՝ Հերոսի, Փրկչի, Վիշապի կերպարները: Արխետիպը մոդել է, որը որոշում է մարդկային մտածողության կառուցվածքը, այն ամենաընդհանուր և ունիվերսալ կերպարն է: Երբ հավաքական անգիտակցականը ակտիվանում է, մենք սկսում ենք որոշակիություն հայտնաբերել շրջապատող մարդկանց մեջ [10, էջ 37-44]: Հատկապես հետաքրքիր է Յունգի ձևակերպումը,

որը բնորոշում է արխետիպը՝ որպես անգիտակցական հոգեկանի առասպելատեղծ կառուցվածքային տարրեր:

Տարբեր ժողովուրդների և մշակույթների հեքիաթային և դիցաբանական սյուժեները մեծ ճշտությամբ կրկնում են միմյանց: Ստորև նկարագրված են հեքիաթների հիմնական գործառույթները:

- Հեքիաթը թույլ է տալիս պարզեցնել իրականությունը և դրանում գոյություն ունեցող հազարավոր հակասություններ հասցնել Բարու և Չարի ամենապարզ պայքարի ձևին:
- Հեքիաթում աշխարհը հասկանալի է և ամբողջությամբ ճանաչված: Հեքիաթում միշտ հնարավոր է գտնել «Ո՞րն է լավը, և ո՞րն է վատը» հարցերի պատասխանները: Միֆերում և հեքիաթներում շրջապատող աշխարհը մարդուն ներկայանում է՝ որպես հասկանալի և ճանաչված, այդ պատճառով էլ չի վախեցնում նրան: Այն պաշտպանում է մարդուն դաժան իրականության հետ առճակատ բախումից: Պատահական չէ, որ նախադպրոցական տարիքում հեքիաթը աշխարհի ճանաչման ամենահասանելի միջոցն է, երեխան հուզական տպավորություններ է ստանում աշխարհի, բնության, տարբեր երևույթների մասին:
- Հեքիաթը ունի իռացիոնալ արմատներ: Հեքիաթի պահպանման աղբյուր են մարդկային հույզերն ու զգացմունքները, որոնք էլ սնում են այն: Առանց հույզերի չի կարող լինել կարեկցանք հերոսի հանդեպ, նույնականացում հերոսի հետ, որն էլ արդյունավետ վարքային մոդելների յուրացման կարևոր պայմանն է:

Տվյալ հոդվածի նպատակն է հետազոտել հայկական հեղինակային հեքիաթները և դուրս բերել նրանցում առկա պատկերացումները թագավորի կերպարի մասին:

Հետազոտության մեթոդներն էին՝ փորձագիտական հարցման մեթոդը և կոնտենտ-վերլուծության մեթոդը:

Նպատակին հասնելու համար առանձնացվել են հետազոտական խնդիրներ.

- Հեքիաթների ընտրություն:
- Բովանդակային կատեգորիաների առանձնացում:
- Ընտրված հեքիաթների կոնտենտ վերլուծություն՝ ըստ առանձնացված բովանդակային կատեգորիաների:

1-ին փուլ - Հետազոտություն համար ընտրվել են Հ. Թումանյանի 25 հեքիաթները, որոնք ենթարկվել են կոնտենտ-վերլուծության: Հ. Թումանյանի հեքիաթների ընտրությունը որպես հետազոտության օբյեկտ պայմանավորված էր փորձագիտական հարցման արդյունքում ստացված տվյալներով: Փորձագետները հոգեբաններ էին, որոնք ունեն 5 և ավելի աշխատանքային փորձ զարգացման հոգեբանության ոլորտում:

Փորձագիտական հարցմանը մասնակցած 15 փորձագետ հոգեբաններին առաջարկել էինք նշել ՀՀ-ում ապրող հայերի շրջանում ամենատարածված և երեխաներին ամենահաճախ ընթերցվող հայկական հեքիաթների ժողովածուները: 15-ն էլ առաջին տեղում նշում էին հենց տվյալ հեղինակի հեքիաթը, երկրորդ տեղում փորձագետներից 9-ը նշել են Ղ. Աղայանի հեքիաթների ժողովածուները, իսկ երրորդ տեղում հայտնվել էին ժողովրդական հեքիաթների ժողովածուները 5 ձայնով:

2-րդ փուլ – Առանձնացվել են կոնտենտ-վերլուծության հիմնական բովանդակային կատեգորիաներ՝ «թագավոր», «թագուհի», «թագավորի տղա», «թագավորի աղջիկ», «իշխան»: Բոլոր կատեգորիաները փոխբացառող էին և ընտրվել են որպես երկրի ղեկավարի, առաջնորդի կերպարի դրսևորում:

3-րդ փուլ - Անհրաժեշտ է նշել, որ հետազոտության արդյունքում պարզվեց, որ մեր կողմից առանձնացված կատեգորիաներից Հ. Թումանյանի թվով 25 ընտրված հեքիաթներում հանդիպում են միայն 2 բովանդակային կատեգորիա՝ միայն «թագավոր»-7 հեքիաթ և «թագավորի տղա»-1 հեքիաթ, մնացած կատեգորիաները չեն հայտնաբերվել: Հետաքրքրություն են ներկայացնում սակայն նշված կատեգորիաների նկարագրությունները, որոնք ներկայացնում ենք ստորև աղյուսակում.

Աղյուսակ 1. Թագավորի բնութագրիչները Հ. Թումանյանի հեքիաթներում.

	Թագավորի բնութագրիչները	Բնութագրիչների հանդիպման հաճախականությունը
1	Խաբեբա	3 հեքիաթ
2	Ագահ/աղքատից խլող	2 հեքիաթ
3	Խաբեությանը թագավոր դարձած	2 հեքիաթ
4	Չտես	2 հեքիաթ
5	Վախկոտ	2 հեքիաթ
6	Առանց արժանիքների, բայց բախտավոր	2 հեքիաթ
7	Դաժան	1 հեքիաթ
8	Հասարակական կարծիքը կարևորող	1 հեքիաթ
9	Տրիքստեր/խաղացող	1 հեքիաթ

Կարելի է նկատել, որ «թագավոր» բովանդակային կատեգորիայի նկարագրությունը հիմնականում ունի բացասական հուզական երանգավորում, և երբեմն չեզոք հուզական երանգավորում: Բացասական բնութագրիչների շարքին կարելի է դասել խաբեբա, ագահ, խաբեությանը թագավոր դարձած, չտես, վախկոտ, դաժան բնութագրիչները, չեզոք հուզական երան-

գավորում ունեցող բնութագրիչներն են՝ հասարակական կարծիքը կարևորող և առանց արժանիքների, բայց բախտավոր:

Հետաքրքրություն է ներկայացնում առանց հատուկ արժանիքների միայն բախտի շնորհիվ թագավոր դառնալու գաղափարը, որը առկա է «Քաջ Նազար» և «Չախչախ թագավորը» հեքիաթներում, մասնավորապես հեքիաթի հերոսը նշում է. «Ինչ քաջություն, ինչ խելք, ինչ հանճար. դատարկ բաներ են բոլորը: Բանը մարդուս բախտն է: Բախտ ունես քե՛ֆ արա...» [2, էջ 78]: Վերոհիշյալ գաղափարը համահունչ է հայ հոգեբանների [1] ասացվածքների վերլուծությանը նվիրված աշխատանքում արված եզրակացություններին. նրանց կողմից վերլուծված ասացվածքներում կան այնպիսիները, որոնցում արտացոլված են ճակատագրի, բախտի, հավատքի թեմաները: Օրինակ՝ «Չոփը եկավ քոռին կպավ», «Ում բախտը ծովեց, նրա ձին ախոռում էշ կդառնա»: Ըստ հեղինակների հայերի սոցիալական պատկերացումներում առկա են վերբնական ուժերի նկատմամբ վերաբերմունքը, հավատալիքներն ու համոզմունքները, որոնցով նրանք առաջնորդվում են առօրյա կյանքում:

Ի տարբերություն «թագավոր» կատեգորիայի նկարագրություններում առկա հիմնականում բացասական հուզական երանգավորում ունեցող բնութագրիչների «թագավորի տղա» կատեգորիան հեքիաթներում ներկայացված է դրական հուզական երանգավորում ունեցող բնութագրիչներով՝ արդար և բարի: Ինչը, մեր կարծիքով, բնութագրում է ժողովրդի դրական սպասումները «հաջորդ առաջնորդից», որը սակայն իշխանությանը հասնելուն զուգահեռ դադարում է ընկալվել որպես դրական կերպար՝ հերոս, և ստանում է հակահերոսին բնորոշ վերագրումներ: Վերջին դատողությունը համահունչ է մեր կողմից կատարված այլ հետազոտության տվյալներին: 2008 թ.-ին մեր կողմից արված հասարակական կարծիքի ուսումնասիրությունը կոռելյացիոն կապ էր հայտնաբերել հայերի պատկերացումներում հերոս և հակահերոս հասկացությունների միջև [4]:

Աղյուսակ 2. Հերոս և հակահերոս հասկացությունների միջև կոռելյացիայի ցուցանիշները (ըստ Սպիրմենի).

	Հերոս	Հակահերոս	Թշնամի
Հերոս	-	0.88	0.61
Հակահերոս	-	-	0.54
Թշնամի	-	-	-

Ծանուցում՝ $n = 8$ դեպքում (դուրս բերված իմաստային բլոկերի քանակը հավասար էր 8-ի),

$p < 0.05$; նշանակալիության գործակիցը $\rho = 0.72$,

Այն դեպքում, երբ բերված գործակիցը $p > 0.72$ է, նշանակում է, որ գործ ունենք վիճակագրորեն նշանակալից շարքերի հետ, հակառակ դեպքում՝ ավելի քիչ կարևոր շարքերի հետ: Այսինքն, ելնելով 2-րդ աղյուսակի տվյալներից՝ «Վերոս» և «Հակահերոս» կատեգորիաները իմաստային ծանրաբեռնվածությամբ մոտ են իրար: Մատնանշված տվյալները կարող են կիրառվել ինչպես առաջնորդի մասին սոցիալական պատկերացումների և սպասումների միջոց, այնպես էլ որպես ՀՀ քաղաքացիների քաղաքական վարքը բացատրելու միջոց:

Իհարկե հասկանալի է, որ մեծաքանակ տեղեկատվության անընդհատ ազդեցության պայմաններում միայն հեքիաթների վերլուծությամբ հնարավոր չէ դուրս բերել հասարակության սոցիալական պատկերացումները առաջնորդի վերաբերյալ, քանի որ դրանք պարբերաբար փոխակերպման են ենթարկվում, սակայն անհրաժեշտ է հեքիաթները դիտարկել որպես սոցիալական պատկերացումների ձևավորման կարևոր հիմք: Հետազոտության հաջորդ փուլերում ուսումնասիրվելու են առաջնորդի՝ ՋԼՄ-ի միջոցով տարածվող հիմնական բնութագրիչները, որոնք այնուհետև համադրվելու են առաջնորդի մասին դուրս բերված հասարակական պատկերացումների և զուգորդությունների հետ:

Գրականություն

1. **Գրիգորյան Ն., Հակոբջանյան Ա., Գրիգորյան Մ.**, Ժողովրդական ասացվածքները որպես համոզմունքների ձևավորման հիմքեր, Անձի հոգեբանության տեսական և կիրառական հարցեր (գիտական Ա 597 հոդվածների ժողովածու). - Եր.: «Ասողիկ» հրատ., 2016.- 280 էջ 193-210:
2. **Թումանյան Հ.** Հեքիաթներ, Եր. - Արևիկ, 2002. -232 էջ:
3. Հայ ժողովրդի ոչ նյութական մշակութային ժառանգությունը: Ժողովրդական բանահյուսություն. (www.mincult.am/heritage/1/am/?nid=125, այց՝ 05.02.2021)
4. **Асриян Э. В.** Миф как социально-психологический фактор формирования имиджа политического лидера. 2008, PhD thesis, Армянский государственный педагогический университет им. Х. Абовяна.
5. **Московичи С., Жодле Д.** Социальное представление: феномены, концепт и теория // Соц. психология / под ред. С. Московичи. – СПб.: Питер, 2007. – с. 372–394.
6. **Почебут, Л. Г., & Газогарева, Е. Н.** Социальные представления о лидерстве. Вестник ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, (2014), 5(1), 125-135.
7. **Пропп В. Я.**, Исторические корни волшебной сказки. – Л.: Изд-во Ленингр. гос. ордена Ленина ун-та, 1986. - 364 с.
8. **Уоттс А.** Психотерапия. Восток и Запад., М. 1997, с. 32

9. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды. - М.: Педагогика, 1989. 560 с.
10. Юнг К. Г. Душа и миф. Шесть архетипов/ К. Г. Юнг; Пер. А. А. Спектор. - Мн.: Харвест, 2004. - 400 с.

FAIRY TAIL AS A FACTOR IN SHAPING PERCEPTIONS ON LEADERSHIP

Asriyan E. V. (YSU, Yerevan, Armenia)

Fairy tale analysis is discussed as an important factor in investigation the social representations of the leader's image. The article presents an analysis of the presentation of the leader's image in fairy tales. It is believed that the characteristics of objects in fairy tales can be a basis for shaping the content of social perceptions in adulthood.

Keywords: *behavioral model, social perception, fairy tale, leader, king.*

СКАЗКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЛИДЕРЕ

Асриян Э. В. (ЕГУ, Ереван, Армения)

Анализ сказок рассматривается как важный фактор в исследовании социальных представлений относительно образа лидера. В статье представлен анализ представленных характеристик лидера (короля) в сказках. Считается, что характеристики предметов в сказках могут быть основой для формирования содержания социальных представлений в зрелом возрасте.

Ключевые слова: *поведенческая модель, социальные представления, сказка, лидер, король.*