



«ՄԻՏՔ» ՎԵՐԼՈՒԾԱԿԱՆ ԿԵՆՏՐՈՆ

Վահրամ Միրաքյան

**«ԱԳՐԵՍԻՎ
ՋԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ»
ՋԵՏԵՎԱԼՔՆԵՐԸ**

Vahram Mirakyan

**CONSEQUENCES OF
“AGGRESSIVE TELEVISION”**

Երևան
«Միտք» վերլուծական կենտրոն
2012

ՀՏԴ 654.197

ԳՄԴ 32.948

Մ 760

Հրատարակության են երաշխավորել Երևանի պետական համալսարանի Հայագիտական հետազոտությունների ինստիտուտի և Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի գիտական խորհուրդները

Գրախոս՝ հոգեբանական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Ալբերտ Նալչաջյան

Խմբագիր՝ բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Անահիտ Մենեմյան

Միրաբյան Վ.

Մ 760 Ազրեսիվ հեռուստատեսության հետևանքները/Վահրամ Միրաբյան; Խմբ.՝ Ա. Մենեմյան.-Եր.: «Միտք» վերլուծական կենտրոն, 2012.- Էջ:

«Ազրեսիվ հեռուստատեսության» հետևանքները» աշխատության մեջ ներկայացված են հեռուստատեսության դերն ազրեսիայի, հակասոցիալական վարքի ձևավորման հարցում, ազրեսիայի կրկնօրինակման միջոցով ազրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորումը, ինչպես նաև հեռուստատեսային ազրեսիայի բացասական հետևանքների թուլացումը: Հայաստանի համատեքստում ներկայացվում են ոլորտի միջազգային գիտական ուսումնասիրությունների փորձն ու պատմությունը: Ազրեսիվ բովանդակության հետևանքների տեսանկյունից անդրադարձ է կատարվում հայկական հեռուստաէթերի ամենաբարձր վարկանիշ ունեցող հեռուստաարտադրանքի՝ հայկական արտադրության սերիալների արդեցությանը, առաջարկվում են ստեղծված իրավիճակից ելնելու տարբերակներ:

ՀՏԴ 654.197

ԳՄԴ 32.948

ISBN 978-99941-2-639-2

© Միրաբյան Վ., 2012 թ.

**ՆՎԻՐՎՈՒՄ Է ՀԱՅ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ԳՈՐԾԻՉՆԵՐԻՆ,
ՈՐՈՆՑ՝ ՀԱԶԱՐԱՄՅԱԿՆԵՐԻ ԸՆԹԱՑՔՈՒՄ
ՍՏԵՂԾԱԾ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ՈՉՆՉԱՑՄԱՆՆ Է
ՈՒՂՂՎԱԾ ՆԵՐԿԱ ՀԱՅԿԱԿԱՆ
ՀԵՌՈՒՄՍԱԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ՄԵԾ ՄԱՍԻ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Բովանդակություն

Երկու խոսք	5
Ներածություն	7
Գլուխ 1. ՉԼՄ-ների դերն ապաստոցիալական երևույթների (ազդեցիվ սոցիալական դիրքորոշումների) առաջացման գործում	13
1.1. Ազդեցիայի բնորոշումը. տեսական հարցեր	13
1.2. ՉԼՄ-ները և ազդեցիան	17
1.3. Ազդեցիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորումն ազդեցիայի կրկնօրինակման միջոցով	31
1.4. Հեռուստատեսության ազդեցությունն ազդեցիվ պահվածքի վրա կարճաժամկետ հատվածում	42
1.5. Լրատվամիջոցներով ներկայացվող ազդեցիայի կարճաժամկետ ազդեցության մասին Դեյվիդ Ֆիլիփսի ուսումնասիրությունները	45
1.6. ՉԼՄ-ներով ներկայացվող ազդեցիայի հետևանքների թուլացման հնարավորությունների քննություն	48
Գլուխ 2. Ազդեցիան հայկական եթերում	51
2.1. Հայկական հեռուստատեթերի որոշ դրսևորումներ՝ ազդեցիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրի համապատկերում	51
2.2. Հայկական հեռուստատեթերիալների քննություն՝ ազդեցիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրի համապատկերում. հնարավոր հետևանքները	52
2.3. Հեռուստաֆիլմերի դերն ուսանողության շրջանում ազդեցիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրում	78
Վերջաբան	85

Երկու խոսք

Վ. Միրաբյանի սույն աշխատությունը նվիրված է մեր հասարակությանը հուզող ժամանակակից և հրատապ խնդիրներից մեկի՝ ագրեսիվ բովանդակությամբ հազեցած հեռուստատեսային և ռադիոհաղորդումների, հատկապես հեռուստահաղորդումների և հեռուստադիտողների վրա դրանց ազդեցության ուսումնասիրությանը: Հեղինակը լավ ծանոթ է ագրեսիային և սոցիալական դիրքորոշումներին նվիրված գիտական գրականությանը և այդ բնագավառում ստացված արդյունքները հմտորեն օգտագործում է իր առջև դրված խնդիրները լուծելու նպատակով: Իսկ խնդիրն է հասկանալ, թե ագրեսիվ հեռուստահաղորդումներն ու ֆիլմերն ինչ ազդեցություն են գործում հեռուստադիտողների, հատկապես՝ դեռահասների, պատանիների և երիտասարդության վրա, այսինքն՝ հասարակության այն անդամների վրա, որոնք գտնվում են ձևավորման ու զարգացման առավել ակտիվ և վնասակար ազդեցությունների հանդեպ առավել զգայունակ և խոցելի շրջանում:

Այս բնագավառում, հատկապես սկսած 20-րդ դարի կեսերից, ԱՄՆ-ում և եվրոպական երկրներում բազմաթիվ ուսումնասիրություններ են կատարվել: Դրանց որոշ մասը ներկայացված է սույն աշխատության մեջ: Թեև այդ հետազոտությունների արդյունքները երբեմն հակասական են և տարբեր մեկնաբանությունների տեղիք են տալիս, այնուամենայնիվ, մի բան պարզ է. բազմաթիվ պատանիներ և երիտասարդներ ընդօրինակում են դիտվող ագրեսիվ վարքը և հակահասարակական գործողություններ են կատարում: Այդ ճանապարհով առաջ են գալիս նաև գեղերային ցանկալի տիպերի մասին աղճատված, մեզ համար անընդունելի պատկերացումներ: Չարամիտ վարքի ընդօրինակումը, համապատասխան սոցիալական դիրքորոշումներ ստեղծելով, վերջին հաշվով նպաստում է նաև բնավորության անցանկալի, հակահասարակական գծերի ձևավորմանը: Այս ամենը պետք է հետաքրքրի և համապատասխան գործողությունների մղի հասարակության այն անդամներին, ովքեր կոչված են որոշումներ կայացնելու տեղեկատվության դաստիարակչական խնդիրների վերաբերյալ:

Յեղիևակն իր աշխատությունը գրելիս հաշվի է առել Չայաստանում լրատվության ոլորտի արդի վիճակը, ինչպես նաև կատարված դեռևս փոքրաթիվ կոնկրետ հետազոտությունների (այդ թվում նաև սեփական ուսումնասիրությունների) արդյունքները՝ իրավացիորեն ընդգծելով նման հետազոտությունների կատարման և խորացման անհրաժեշտությունը: Կարծում եմ, որ երիտասարդ հետազոտողի աշխատությունն օգտակար կլինի հասարակության վրա լրատվամիջոցների ազդեցության հարցերով հետաքրքրվող ընթերցողների համար:

Ա. Ա. Նալչաջյան
14. 01. 2012 թ.

Ներածություն

*«Ոչ թե դու ես դիտում հեռաստացույց,
այլ հեռուստացույցն է դիտում քեզ»:
Եվգենի Եվտուշենկո*

Եթե տպագիր լրատվամիջոցները տեղեկատվության հաղորդման նպատակով հիմնվում են միագիծ տրամաբանական փաստարկների վրա, ապա հեռուստատեսությունը կիրառում է տեսողական և լսողական զգայարանների վրա հուզական ազդեցության միջոցներ: Այս պայմաններում կորչում է մտքի տրամաբանական գրավչության կարևորությունը, և առաջանում է տեսողական և լսողական հուզական ազդեցության խնդիր, ինչի ազդեցությամբ տրանսֆորմացվում է հեռուստատեսությունը՝ իր հետ փոխելով նաև հասարակությունը: Այլևս կարևորվում են, օրինակ, ոչ միայն երգչուհու ձայնային տվյալները (դրանք նույնիսկ կարող են երկրորդական լինել), այլև նրա արտաքին տվյալների տեսողական մատուցման գրավչությունը: Ֆուտուրոլոգ Էլվին Թոֆլերը գրում է, որ հեռուստատեսությունը, որպես հաղորդակցության նոր միջոց, ավելի բանավոր և հուզական է, սակայն այն տարբերվում է նախկինում առկա գյուղական ոչ գրագետ բանավոր անմիջական հաղորդակցությունից: **«Ղա բառային և հուզական հաղորդակցություն է, որը, ի տարբերություն նախորդ բանավոր հաղորդակցությունների, թելադրում են ոչ թե գյուղի կամ գերդաստանների ավագները, այլ նրանք, ովքեր ուզում են փող շինել, իսկ դա բոլորովին այլ բան է»¹:**

Բացի նրանից, որ հեռուստատեսությունը եկավ որոշակիորեն փոխարինելու ավանդական բանավոր հաղորդակցությանը, այն նաև վերածվեց սոցիալականացման և կրթության կարևոր օղակի: Կրթությունը, որպես սոցիալական ինստիտուտ, դարերի ընթացքում կուտակված գիտելիքի և արժեքային համակարգի փոխանցման խնդիր է լուծում: Սոցիոլոգիայում ընդունված է կրթությունը բաժանել

¹ Թոֆլեր Է., «Գիտելիքն ու իշխանությունը տեղեկատվական հասարակության մեջ», Երևան, 2006 թ., էջ 25:

ֆորմալ և ոչ ֆորմալ տեսակների²: Ոչ ֆորմալ կրթությունն անհատի՝ չհամակարգված գիտելիք և արժեքներ ստանալու գործընթացն է և անձի սոցիալականացման կարևոր գործոններից մեկը: Ոչ ֆորմալ կրթությունն իրականացվում է շրջապատի, մշակութային տարբեր դրսևորումների հետ առնչությունների և լրատվամիջոցների միջոցով: **Լրատվամիջոցները և հատկապես հեռուստատեսությունը ոչ ֆորմալ կրթության, սոցիալականացման հիմնական ինստիտուտներից են, իսկ որոշ մասնագետների համոզմամբ՝ դրանցից ամենագլխավորը**³: Կրթական գործառույթից բացի գիտնականներն առանձնացնում են լրատվամիջոցների ևս երկու հիմնական գործառույթ՝ տեղեկատվական և զվարճանքը⁴:

Սոցիալական ազդեցությունն իրականացվում է հիմնականում երեք ձևով՝ *միջանձնային, պրոպագանդային համար հատուկ ստեղծված պայմաններում* (օրինակ՝ ելույթներ հանրության առաջ, օրինակ՝ համալսարանական լսարանում կամ տարատեսակ հավաքների ժամանակ) և *ՉԼՄ-ներով* (զանգվածային լրատվության միջոցներով)⁵:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, լրատվամիջոցների զարգացման պայմաններում ոլորտի մասնագետները նախկին տնտեսական շահագործմանը զուգահեռ առանձնացնում են տեղեկատվական, մշակութային, գիտելիքային շահագործման առաջացման վտանգները⁶: Այս դեպքում շահագործումը դրսևորվում է զովագրի, հեռուստատեսության և հաղորդակցության տարատեսակ միջոցների օգնությամբ՝ արհեստական պահանջմունքներ, վարքի ծրագրավորված կանոններ, կեղծ և խեղաթյուրված իդեալներ և արժեքներ ներշնչելու միջոցով մարդու շահերի և հայացքների

² См. Комаров М. С., “Социология”, “Аспект Пресс”, Москва, 2003 г., с. 270.

³ См. Кравченко А. И., “Общая социология”, “Юнист”, Москва, 2002 г., с. 178.

⁴ См. Богомолотова Н. Н., “Социальная психология массовой коммуникации”, М., “Аспект Пресс”, 2008 г., с. 23.

⁵ См. Зимбардо Ф., Ляйпе М., “Социальное влияние”, “Питер”, Москва, 2000 г., с. 17.

⁶ Տե՛ս Թոմֆլեր Է., «Գիտելիքն ու իշխանությունը տեղեկատվական հասարակության մեջ», Երևան, 2006 թ., էջ 59:

մանիպուլացիաների տեսքով: Այս գործընթացում գլխավոր դեր ունեն անձի սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման ներհոգեկան մեխանիզմները:

Այս աշխատանքում հիմնականում ուշադրություն է դարձվում ՉԼՄ-ների, մասնավորապես՝ հեռուստատեսության ազդեցության միջոցով ազդեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրին, քանի որ ՉԼՄ-ներն այսօր հասանելի են աշխարհի միլիոնավոր մարդկանց և ողջ կյանքի ընթացքում ուղեկցում են մեզ: Ամբողջ աշխարհում ՉԼՄ գովազդների վրա ծախսվող հսկայական գումարները վկայում են զանգվածային լրատվամիջոցներով հաղորդվող տեղեկատվության չափազանց ազդեցիկ լինելու մասին⁷: Չնայած նրան, որ ՉԼՄ-ների գիտական ուսումնասիրման ընթացքում եղել է շրջան, երբ գիտնականները եզրակացրել են, որ լրատվամիջոցների ազդեցությունը նվազագույն է, վերջին տասնամյակի ուսումնասիրությունները հակառակն են ապացուցել⁸:

Մարդու սոցիալական ակտիվության պատճառները հասկանալու, նրան *սխալ ակտիվությունից* (հակասոցիալական, հակամշակութային, քրեական վարք) հետ պահելու համար անհրաժեշտ է հասկանալ սոցիալական այդ ակտիվությունն առաջացնող գործոնների էությունը:

Ներկայումս ինչպես ողջ աշխարհում, այնպես էլ Հայաստանում հեռուստատեսությունն ունի լրատվամիջոցներից ամենամեծ լսարանը, հետևաբար՝ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման հարցում ամենաազդեցիկ գործոններից է: Ըստ Կովկասյան հետազոտական ռեսուրս կենտրոնի Հայաստանի գրասենյակի (Caucasus Research Resource Centers-Armenia) 2011 թվականին հրատարակած «Հայաստանի ՉԼՄ-ների մասին 2011 թ. հասարակական կարծիքի ու նախընտրությունների հետազոտության»⁹ (Armenia

⁷ 2010 թվականին ողջ աշխարհում գովազդի վրա ծախսվել է մոտ կես տրիլիոն դոլար, և մինչև 2013 թվականը գովազդի վրա ծախսվող գումարը տարեկան ավելանալու է մոտ 5 տոկոսով (www.zenithoptimedia.com):

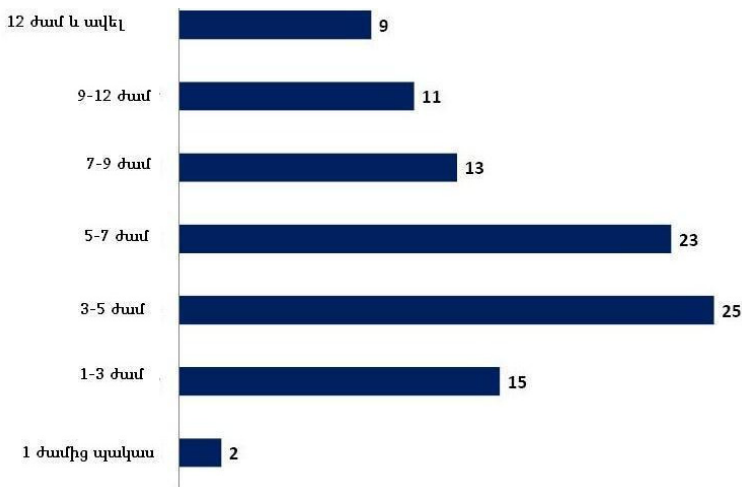
⁸ См. Березкина О. П., “Социально-психологическое воздействие СМИ”, “Академия”, М., 2008 г., с. 14.

⁹ http://www.crrc.am/store/armedia/CRRC_ArMedia_2011_Presentation_English.pdf

2011 Media Public Opinion and Preference Survey)՝ Հայաստանի բնակչության ընդամենը 2 տոկոսն է, որ հեռուստացույց դիտում է օրը մեկ ժամից քիչ, (նկար 1), իսկ բնակչության մոտ 50 տոկոսը հեռուստացույցի առջև անցկացնում է 3-ից 7 ժամ: Օրը 3-ից 7 ժամ հեռուստացույց դիտող Հայաստանի 50 տոկոս բնակչությունը թերևս ավելի շատ ժամանակ ծախսում է միայն մասնագիտական տեղեկատվությունն ստանալու վրա: Բնակչության 33 տոկոսն էլ հեռուստացույցի առջև ծախսում է 7-ից 12 ժամ և ավելի: Փաստորեն՝ հեռուստացույցը Հայաստանի բնակչության համար ժամանցի ամենագլխավոր միջոցն է, հետևաբար՝ հեռուստատեսությունը վերածվում է հայ հանրային սոցիալ-հոգեբանական փոխակերպումների գլխավոր կերտողը, ուղեկցողն ու շարժիչ ուժը:

Օրական միջինը որքա՞ն ժամանակ էք անցկացնում

Հեռուստացույցի առջև (QB2)(%) N=1391



Այսպիսով՝ հեռուստատեսությունը Հայաստանում հասարակական վարքի, նորմատիվ համակարգի, սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման գլխավոր ինստիտուտներից է: Սա պահանջում է հեռուստատեսության բովանդակային քաղաքականության գիտա-

կան լրջագույն ուսումնասիրություններ և պետականաշինության համատեքստում հեռուստատեսության վերաբերյալ քաղաքականության մշակում:

Էլվին Թոֆլերը, մեկնաբանելով կանադացի սոցիոլոգ Մարշալ Մաքլյուենի հայեցակարգը, գրում է, որ տեխնոլոգիական նորագույն միջոցներն անշեղորեն գնում են դեպի ապագայի հասարակության վերախմբում: «Համընդհանուր էլեկտրոնային փոխկապվածությունը մոլորակը վերածելու է մեկ «գլոբալ համայնքի», ուր ավելի բարձր մակարդակով նորից վերականգնվելու է «կոլեկտիվ գիտակցության» նախասկզբնական միասնությունը»¹⁰: Հայերի համար, որպես աշխարհով մեկ սփռված ազգի, հեռուստատեսությունը կոլեկտիվ ազգային գիտակցության ձևավորման յուրօրինակ հնարավորություն է: Եթե ձևակերպենք Մաքլյուենի եզրույթով, հեռուստատեսությունը «գլոբալ հայկական համայնքի» ձևավորման կարողություն ունի: Հեռուստատեսությունը Հայաստանի համար կարող է դառնալ կոլեկտիվ ազգային գիտակցության, ազգային արժեքների, մշակույթի, կրթության ինստիտուտի, ինչը կօգնի բարձրացնել հայության բարոյահոգևոր տրամադրվածությունը, միավորող դեր կունենա, կաջակցի Հայաստանի սոցիալ-հոգեբանական կայունությանն ու զարգացմանը:

Տեղեկատվական հասարակություններում *ազգային անվտանգության* իմաստն ու բովանդակությունը տրանսֆորմացվել են, և *ազգային անվտանգության* նախկին գործառույթներին ավելացել է հասարակության զարգացման համար անհրաժեշտ գաղափարական միջավայր ձևավորելու կարևորությունը¹¹, իսկ գաղափարական միջավայրը չի կարող ձևավորվել առանց ազդեցության այնպիսի հզոր գործոնի, ինչպիսին հեռուստատեսությունն է: **Տավոք, ներկայումս հեռուստատեսության այդ կարևոր առաքելությունը մեզանում օգտագործվում է վատագույն կերպով, և նույնիսկ կարելի է ասել, որ ներկա հայկական հեռուստատեսությունն իր զվարճանքի**

¹⁰ Թոֆլեր Է., «Գիտելիքն ու իշխանությունը տեղեկատվական հասարակության մեջ», Երևան, 2006 թ., էջ 26:

¹¹ Մ. Арутюнян Г., «Распад «системы» и формирование будущего», Ереван, Фонд «Нораванк», 2011 г., с. 139.

և Նյութապաշտական վարքի պաշտամունքի ձևավորման քաղաքականությամբ, սոցիալական և լեզվամշակութային վարքի խեղաթյուրված դրսևորումներով դարձել է Հայաստանի ազգային անվտանգության գլխավոր վտանգներից մեկը:

Մասնագիտական գրականության մեջ նույնպես ինֆոգեն վտանգների մեջ ներառված են արտաքին, ինչպես նաև ներքին մասնավոր կամ պետական ռեսուրսներից սևվող, բայց ազգային շահերի և արժեքների մասին ոչ հստակ պատկերացում ունեցող կամ դրանք անտեսող քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական և պետական կառույցների ու ՉԼՄ-ների գործունեությունը¹²:

Հայկական հեռուստատեսությունն այսօր հիմնականում իրականացնում է տեղեկացման, ինչպես նաև ազգային խորհրդանիշերի «ապախորհրդանշացման», Նյութապաշտության, զվարճանքի, հակասոցիալական վարքի, ագրեսիայի քարոզման գործառույթներ, և այս երևույթը կարող է լայնածավալ հետազոտությունների: Ելնելով մեր սահմանափակ ռեսուրսներից՝ այս աշխատությունում ուսումնասիրել ենք հայկական ներկայիս հեռուստատեսության հակասոցիալական քաղաքականության միայն մի քանի ոլորտ: Զանի որ այսօր հայկական հեռուստաընկերությունների ամենալայն սպառման ենթակա հեռուստաարտադրանքը՝ հեռուստասերիալը, հիմնականում առանձնանում է ագրեսիվ բովանդակությամբ, աշխատության մեջ մեծամասամբ անդրադարձել ենք հեռուստատեսային ագրեսիայի հնարավոր հետևանքների ինդրին, ինչը միջազգային գիտական շրջանակներում ուսումնասիրվում է արդեն մոտ 60 տարի¹³:

¹² См. Там же, с. 145.

¹³ См. Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, Москва, “Вильямс”, 2004 г., с. 193.

Գլուխ 1. ՉԼՄ-ների դերն ապաստոցիալական երևույթների (ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների) առաջացման գործում

Մենք պե՞տք է թույլ տանք մեր երեխաներին լսել այն ամենը, որ ինչ-որ մեկի մտքով կանցնի հորինել: Իսկ եթե այդ գաղափարները հակասում են այն գաղափարներին, որոնք, մեր կարծիքով, մեծանալուց հետո պետք է կրեն մեր երեխաները:

Պլատոն

«Հանրապետություն», մ. թ. ա. 360 թ.

1. 1. Ագրեսիայի բնորոշումը. տեսական հարցեր

Մարդկային ագրեսիան գիտնականները բաժանում են երկու տեսակի՝ *թշնամական* և *գործիքային*¹⁴: Թշնամական ագրեսիայի աղբյուրը զայրույթն է, իսկ վերջնական նպատակը՝ վնաս պատճառելը: Ավտոպիարի հետևանքով վարորդների վեճը, որը վերածվում է ծեծկռտուքի, թշնամական ագրեսիայի օրինակ է: Իսկ գործիքային ագրեսիայի դեպքում վնաս պատճառելը գիտակցված գործընթաց է և հետապնդում է նախանշված նպատակ: Սումգայիթում, Բաքվում կամ Մարադայում հայերի ջարդը գործիքային ագրեսիայի օրինակ է. ադրբեջանցիների քայլերը նախանշված էին պետական քաղաքականությամբ և շարունակությունն էին տարածաշրջանը հայաթափելու թուրքական դարավոր քաղաքականության:

Կան ագրեսիվության տարբեր բնորոշումներ: Որոշ գիտնականներ ագրեսիա են համարում հակասոցիալական վարքի, այլոց վնաս պատճառելու ցանկացած դրսևորում¹⁵: Գիտնականների մեկ այլ խումբ ագրեսիա ասելով հասկանում է գործողությունների առավել լայն շրջանակ՝ վերը նշված ձևակերպմանն ավելացնելով,

¹⁴ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 444,

¹⁵ См. Берон Р., Ричадрсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 25.

օրինակ, անկախության ուժեղ ձգտումը, սեփական կարծիքը չափից ավելի ջանասիրաբար պնդելը (սույնիսկ առանց վերբալ կամ ֆիզիկական ագրեսիայի դրսևորումների) և այլն¹⁶: Ագրեսիայի նմանատիպ մեկ այլ ձևակերպում է տալիս ագրեսիայի դասական ուսումնասիրողներից մեկը՝ Լեոնարդ Բերկովիցը, ով ագրեսիա ասելով նկատի ունի վարքի ցանկացած դրսևորում, որը նպատակ ունի ֆիզիկական կամ հոգեբանական վնաս հասցնել որևէ մեկին¹⁷: Այսինքն, եթե խոսքը հոգեբանական վնասի մասին է, ուրեմն՝ ագրեսիա կարելի է համարել նաև ինչ-որ մեկին անհարմար դրության մեջ դնելը, ծաղրելը, հեզնելը և այլն:

Իսկ ամերիկացի հոգեբաններ Ռ. Բերոնը և Դ. Բիրնն անձի գործողություններն ագրեսիվ են համարում, եթե կա «ընդունող օբյեկտ»՝ ռեցեպիենտ, որը դեմ է տվյալ գործողություններին, իսկ եթե ռեցեպիենտն ուզում է լինել այլ անձի ագրեսիվ գործողությունների օբյեկտը (մազոխիստ), ապա այդպիսի գործողություններն ագրեսիա չեն կարող համարվել¹⁸:

Ագրեսիան ուսումնասիրող գիտնականներ Ռ. Բերոնն ու Դ. Ռիչարդսոնը նշում են, որ առավել մեծ թվով գիտնականների համար ընդունելի է ագրեսիայի հետևյալ ձևակերպումը՝ **ագրեսիան վարքի ձև է, որը նպատակ ունի վիրավորանք կամ այլ տեսակի վնաս հասցնել մեկ ուրիշ կենդանի էակի՝ հակառակ վերջինիս կամքին**¹⁹:

Ի մի բերելով բոլոր ձևակերպումները՝ ներկայացնում ենք առավել ընդհանրականը՝ ագրեսիան վարքի ձև է, որը նպատակ ունի որևէ մեկին ֆիզիկական կամ հոգեբանական վնաս հասցնել:

Ինչպես տեսնում ենք, ագրեսիայի բնորոշումները գիտական ոլորտում բազմաթիվ են ու երբեմն շատ տարբեր: Ամերիկացի հոգեբան Բասսը 1970-ականներին փորձեց խմբավորել ագրեսիայի բնորոշումները, ըստ որի՝ ագրեսիան կարող է լինել՝

¹⁶ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 443.

¹⁷ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 24.

¹⁸ See Baron R. and Byrne D., “Social Psychology, Understating Human Interaction”. 2nd ed., Ailyan and Bacon, Boston etc., 1977, p. 408.

¹⁹ См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 26.

1. ֆիզիկական-վերբալ,
2. ակտիվ-պասիվ,
3. ուղղակի-անուղղակի:

Իսկ ամերիկացի գիտնական Չիլմանը (Zillmann) ագրեսիան դասակարգեց այլ կերպ՝

1. պաշտպանվողական-հարձակողական
2. հրահրված-չհրահրված²⁰:

20-րդ դարի սկզբից ուսումնասիրվում է ագրեսիայի առաջացման գործընթացը: 1986 թվականին ամերիկացի գիտնական Դոդջն (Dodge) առաջարկեց ագրեսիայի առաջացման գործընթացի վեց փուլից բաղկացած մոդել²¹, ըստ որի՝

1-ին փուլ. ապակոդավորվում են իրավիճակի առաջացման դրդապատճառները ազդակները (ընկալում, ուշադրություն), օրինակ՝ Աշոտը տեսնում է, որ Տիգրանը վերցնում է իր խաղալիքը,

2-րդ փուլ. գործողության մեկնաբանություն (օրինակ՝ «Տիգրանը դիտավորյալ է անում»),

3-րդ փուլ. սեփական ռեակցիայի նպատակների ճշգրտում (օրինակ՝ առանց գլխացավանքի վերցնել խաղալիքը),

4-րդ փուլ. սեփական ռեակցիայի ձևի որոշում (օրինակ՝ խփել Տիգրանի գլխին կամ բողոքել մայրիկին),

5-րդ փուլ. հարմար ռեակցիայի ձևի ընտրություն (օրինակ՝ խփել Տիգրանի գլխին),

6-րդ փուլ. որոշմանը համապատասխան գործողության իրականացում (Աշոտը խփում է Տիգրանին):

Այս գործընթացի ընթացքում, երկրորդ փուլից սկսած, Աշոտի որոշման վրա ազդեցություն են ունենում նրա մոտ առկա սոցիալական դիրքորոշումները, փորձը, կարծրատիպերը և այլն: Սոցիալական դիրքորոշումները, որպես վարք թելադրող գործոններ, շատ կարևոր և հաճախ վճռական դեր ունեն վերոնշյալ գործընթացում: Դոդջն իր ուսումնասիրությունների ընթացքում պարզել է, որ

²⁰ См. Хьюстон М., Штребе В., “Введение в социальную психологию, европейский подход”, Москва, 2004 г., с. 309.

²¹ См. там же, с. 327.

այն պատանիները, որոնք իրենց շրջապատում հայտնի են որպես ագրեսիվ, առավել հաճախ են իրենց ֆրուստրացիայի²² ենթարկող անձի գործողությունները մեկնաբանում որպես թշնամանք²³: Ըստ Դոդջի՝ այդպիսի պահվածքը արդյունք է սոցիալական տեղեկատվության ապակողավորման ընթացքում տեղեկատվության բացակայության, երբ անձը շրջակա միջավայրի իրադարձությունները մեկնաբանում է ըստ սեփական ագրեսիվ կարծրատիպերի: Բացի այդ, կարծում ենք, ապակողավորման ընթացքում մեծ է նաև սոցիալական դիրքորոշումների դերը, որոնք ուղղորդում են ապակողավորումը:

Ագրեսիա կարող է առաջանալ նեղ տարածություններից, օդի աղտոտվածությունից, վառ գույներից, սպորտի ագրեսիվ տեսակներից (բռնցքամարտ, ըմբշամարտ, հոկեյ և այլն), այլոց ագրեսիվ վարքից, սեռական գրգռվածություն առաջացնող (ինսարավոր է նաև միաժամանակ ագրեսիայի տարրեր պարունակող) տեսարաններից, ագրեսիան կարող է լինել գենետիկական նախատրամադրվածության արդյունք և այլն²⁴: Ընդհանուր առմամբ ագրեսիայի առաջացման պատճառները բաժանվում են երեք խմբի. առաջին՝ ի ծնե ագրեսիվ նախատրամադրվածություն, երկրորդ՝ ագրեսիան հանդես է գալիս որպես բնական ֆրուստրացիայի հետևանք, երրորդ՝ ագրեսիան հետևանք է «դաստիարակության», կրկնօրինակման: Ստորև կանդրադառնանք վերոնշյալ երրորդ կետի դրսևորումներից մեկին՝ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների

²² Ֆրուստրացիա, լատ. frustration, ի գուր սպասում, պլանների, հույզերի խորտակում: Ֆրուստրացիան մարդու այն հոգեվիճակն է, որն առաջ է գալիս, երբ նրա նպատակների ձեռք բերման ճանապարհին ի հայտ են գալիս արգելքներ (ֆրուստրատորներ), որոնք կամ իսկապես անհաղթահարելի են տվյալ անձի համար, կամ նրան թվում են այդպիսին: Ֆրուստրացիոն հոգեվիճակը հազեցած է լինում տհաճ հույզերով, անբավարարվածությամբ, հիասթափությամբ, գայրույթով, հուսահատությամբ և այլն: Տես Նալչաջյան Ա., «Հոգեբանական բառարան», «Լույս» հրատ., Երևան, 1984 թ., էջ 217:

²³ См. Хьюстон М., Штребе В., “Введение в социальную психологию, европейский подход”, Москва, 2004 г., с. 328.

²⁴ См. Налчаджян А., “Агрессивность человека”, изд. “Питер”, Москва, 2007 г., с. 285, Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 445,

առաջացման, ագրեսիայի կրկնօրինակման հարցում լրատվամիջոցների դերին:

1. 2. ՁԼՄ-ները և ագրեսիան²⁵

Լրատվամիջոցների ազդեցությամբ ագրեսիայի դրսևորումների առաջացման դեպքեր նկատել է ֆրանսիացի սոցիոլոգ Գաբրիել Թարդը (Tarde) դեռ 19-րդ դարի վերջում: Թարդը նշում է, որ խոշոր հանցագործության լայն լուսաբանումն առաջացնում է նմանատիպ հանցագործությունների կրկնություն ողջ երկրում²⁶: Եկրանի հնարավոր բացասական ազդեցության ուսումնասիրությունները սկսվել են մամուլի ուսումնասիրությունից քիչ ավելի ուշ՝ 1910-ական թվականներից, երբ դեռ նույնիսկ հեռուստատեսություն չկար: Այդ շրջանում Եկրանի բացասական ազդեցություններից խուսափելու համար տարբեր երկրներում համապատասխան կառույցներ են ձևավորվել: Այդպիսի առաջին կառույցներից էր 1912 թվականին Մեծ Բրիտանիայում ստեղծված «Կինոգրաքննողների բրիտանական խորհուրդ»-ը* (the British Board of Film Censors), որի ինդիքն էր նվազեցնել ֆիլմերի բացասական ազդեցությունը հանրության վրա:

ՁԼՄ-ները, ձգտելով լուր հայտնել կամ զվարճացնել լսարանին, կամա թե ակամա կարող են դառնալ ագրեսիայի առաջացման աղբյուր: Դա են վկայում բազմաթիվ գիտնականների, ինդիքն ուսումնասիրող հանձնաժողովների, վերլուծական կենտրոնների, ֆոնդերի և ինստիտուտների կողմից արդեն մի քանի տասնամյակ

²⁵ Քանի որ լրատվամիջոցներից ամենաուժեղ ազդեցությունն ունի հեռուստատեսությունը (Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 245.)՝ հիմնականում կանդիդատական քաղաքացիական պաշտպանության դերին:

²⁶ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 242.

* Այդ կենտրոնը գործում է մինչև այժմ «Ֆիլմերի դասակարգման կենտրոն» (Film Classification) անվանումով:

կատարվող ուսումնասիրությունների արդյունքները²⁷: Օրինակ՝ ԱՄՆ-ի *Վիրաբույժների գլխավոր խորհուրդը* 1972-ին և *Մտավոր առողջության ազգային ինստիտուտը* (National Institute of Mental Health) 1982-ին ապացուցել են հեռուստատեսային ագրեսիայի բացասական ազդեցությունը երեխաների վրա²⁸: Մոտ տասը տարի անց, 1990-ականներին, հեռուստատեսության բացասական ազդեցությունն ապացուցող ուսումնասիրությունների արդյունքներ հրապարակեցին նաև *ԱՄՆ-ի Գիտությունների ազգային ակադեմիան* և *Չոզերանների Ամերիկայի ասոցիացիան*:

Ճիշտ է, մյուս կողմից էլ կան մարդիկ, ովքեր պնդում են, որ ագրեսիայի առաջացման հարցում լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները չնչին են: Նույնիսկ կա «կատարսիս» անվանումով տեսություն, որի կողմնակիցները պնդում են, որ հեռուստատեսային ագրեսիան, ընդհակառակը, լիքաթափման միջոցով թուլացնում է մարդկային ագրեսիան²⁹: Կատարսիս կոչվող երևույթը հայտնաբերել է ամերիկացի գիտնական Ս. Ֆեշբախը: Չնայած մոտ հարյուր հետազոտություններից միայն մի քանիսում է դիտարկվել կատարսիս³⁰, մեդիաքիզնեսի ներկայացուցիչներն առիթը բաց չեն թողնում «ագրեսիվ հեռուստատեսությունը» կատարսիսով արդարացնելու համար: Կատարսիսի տեսությունը գիտականորեն վերջնականապես հերքվել է մոտ քսան տարի առաջ, ինչին կանդորադառնանք ստորև:

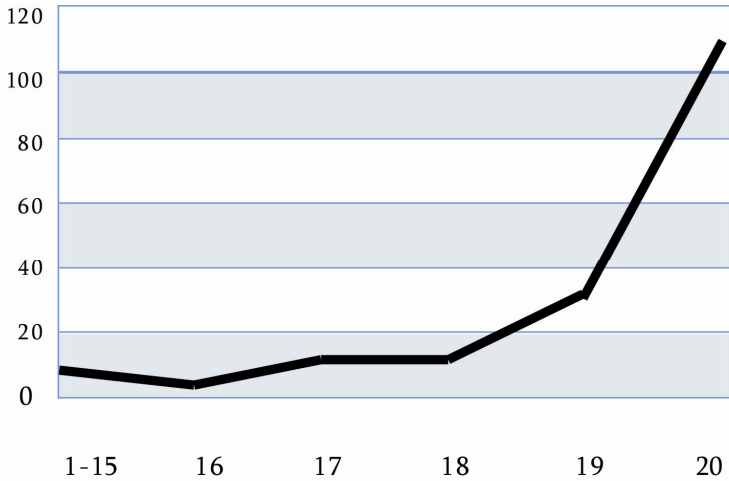
20-րդ դարը մյուս դարաշրջաններից տարբերվում է նրանով, որ «ամենակրթված», Նորագույն տեխնոլոգիաների և հաղորդակցության միջոցների ծննդի և զարգացման դարաշրջանն էր և միաժամանակ՝ ամենաագրեսիվը (նկար 2):

²⁷ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 240.

²⁸ See Gunter В., McAleer J., “Children and television”, second edition, London and New York, 1997, p. 88.

²⁹ См. Майерс Д., “Социальная психология. Интенсивный курс”, “Питер”, Москва, 2004 г., с. 386.

³⁰ См. Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, Москва, “Вильяме”, 2004 г., с. 200.



Նկար 2. 20-րդ դարում ցեղասպանությունների, արհեստական սովերի, պատերազմների և հանցագործությունների զոհ է դարձել 182 միլիոն մարդ.³¹ (դեպի աջ դարերն են նշված, իսկ դեպի վերև՝ ագրեսիայի ավելացման տեմպը տոկոսներով՝ համեմատած բնակչության թվի աճի հետ):

Օրինակ՝ Մեծ Բրիտանիայում բռնությամբ կատարված հանցագործությունների թիվը 1965-1995 թվականների ընթացքում աճել է 84 տոկոսով, ԱՄՆ-ում 1960-1995 թթ. ընթացքում պատանիների մասնակցությամբ հանցագործությունների թիվն աճել է հինգ անգամ³²: Հատկապես ավելացել են պատանիների և երիտասարդների կողմից իրականացվող, ինչպես նաև սեռական բնույթի հանցագործությունները: Գիտնականներն ուշադրություն են դարձրել, որ 1960-ական թվականներին ԱՄՆ-ի այն շրջաններում, որտեղ հայտնվել է հեռուստատեսությունը, աճել է հանցագործությունների ու սպանությունների թիվը: Եվ սա այն պարագայում, երբ ԱՄՆ-ն և

³¹ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 443.

³² См. там же, с. 442.

Մեծ Բրիտանիան աշխարհի ամենազարգացած, կրթված և ամենաուժեղ ոստիկանական համակարգ ունեցող երկրներից են:

Ագրեսիայի անակնկալ աճի հետ կապված ուսումնասիրությունները ցույց տվեցին³³, որ ագրեսիայի աճի պատճառ չէին կարող լինել նախկինում հայտնի գործոնները՝ ակոհոլ, եղանակ, աղբատուություն և այլն: Հանցագործությունների աճի պատճառը մեկ այլ միևնույն աղբատուություն չունեցող գործոն էր: Հանրային կյանքում միակ փոփոխությունը, որը, որպես ագրեսիայի ավելացման համար պատասխանատու գործոն, գրավեց գիտնականների ուշադրությունը, հանրության շրջանում լրատվամիջոցների, հատկապես՝ հեռուստատեսության աճող ընդգրկվածությունն էր: Բացի այդ, տվյալ շրջանում ամերիկյան հեռուստատեսությունում սկսել էր շեշտակի աճել սեռական սանձարձակությունը խթանող³⁴ և բռնություն քարոզող հեռուստատարտադրանքը:

1960-ական թվականներին, երբ ԱՄՆ-ի շոու-բիզնեսում կային թմրանյութերի օգտագործումը որպես շքեղ կյանք ներկայացնող ֆիլմեր և երգեր, թմրանյութեր օգտագործող պատանիների թիվը հասնում էր 37 տոկոսի: 1970-ականներից որդեգրվեց մեդիայում և շոու-բիզնեսում թմրանյութերի թեմայի վերաբերյալ լուսաբանումների վերահսկման քաղաքականություն, և արդեն 1992-ին թմրանյութեր օգտագործող պատանիների թիվը զգալի նվազեց՝ հասնելով 12 տոկոսի: 1992-ից հետո մեդիայի և շոու-բիզնեսի ոլորտի վերահսկման թուլացումը բերեց նրան, որ թմրանյութեր օգտագործող պատանիների թիվը նորից աճեց՝ 1996 թվականին հասնելով 23 տոկոսի³⁵:

Շնտանեկան բռնությունների, կանանց բռնաբարությունների թիվն աճում էր նաև պոռնոգրաֆիայի տարածմանը զուգահեռ: Երբ 1960 թվականից Հավայան կղզիներում սկսեց տարածվել պոռնոգրաֆիան, այնտեղ ավելացավ բռնությունների թիվը, իսկ 1974

³³ См. там же, с. 443.

³⁴ Դեռևս 1970-ական թվականներին ապացուցվել է, որ սեքսուալ գրգռվածության բարձր մակարդակն առաջացնում է ագրեսիվության աճ թե արական և թե իգական սեռերի մոտ: Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 271.

³⁵ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 475.

թվականից սկսած, երբ արգելք դրվեց պոռնոգրաֆիայի վրա, բռնությունները պակասեցին³⁶: Գիտնականներ, Բերոնն ու Սթրաուսը (Baron and Straus), նկատեցին, որ ԱՄՆ-ի 50 նահանգներում բռնաբարությունների թիվն ուղիղ համեմատական է Էրոտիկ ամսագրերի (Playboy, Hustler) վաճառքի թվին³⁷:

Սեռական գրգռվածություն առաջացնող ամսագրերի, փոքրոցային տարաբնույթ պաստառների ու հեռուստանյութերի բացասական ազդեցության խնդիրն առկա է նաև Հայաստանում: Հայ սոցիոլոգները պնդում են, որ լրատվամիջոցների և տարաբնույթ պաստառների միջոցով հայ երեխաներին արհեստականորեն մղում են դեպի սեռական գրգռվածության միջավայր³⁸:

Գիտափորձերը վկայում են, որ սեռական գրգռվածություն առաջացնող և միևնույն ժամանակ բռնություն պարունակող ֆիլմերն անմիջապես առաջացնում են ագրեսիվ վարք³⁹:

Հայաստանում բնակչության մոտ սեռական գրգռվածության բարձր մակարդակի մասին է փաստում նաև այն, որ ըստ «Գուգլ» որոնողական համակարգի՝ աշխարհում, 2011 թվականի սկզբի տվյալներով, երկրի բնակչության թվի հետ համեմատած ամենաշատը «պոռնո» բառը փնտրել են Հայաստանում⁴⁰: Ինչպես վերը նշեցինք, սեռական բարձր գրգռվածությունն առաջացնում է ագրեսիվության բարձր աստիճան և սեռական ոլորտի բռնությունների աճ: Կարելի է ենթադրել, որ Հայաստանում սեռական գրգռվածությունն առաջացնող պատկերների առատությունն այլ բացասական ազդեցությունների հետ մեկտեղ ավելացնում է նաև ագրեսիվության և բռնությունների

³⁶ См. там же, с. 469.

³⁷ См. там же, с. 470.

³⁸ «Մոցաշխատող. Էրոտիկայի, բռնության, պասիվության քարոզի մասին», <http://www.aysor.am/am/news/2011/05/16/sociolog-brnutyun/>

³⁹ См. Аронсон Э., “Общественное животное”, Москва, “Прайм-ЕВРОЗНАК”, 2003 г., с. 114.

⁴⁰ «Հայաստանը առաջին տեղն է գրավում համացանցում «պոռնո» բառի որոնման հաճախականությամբ», <http://panorama.am/am/health/2011/03/28/shahramanyan-vrej/>

բանակը, ինչն ապացուցվում է նաև վիճակագրական տվյալներով (Նկար 3):

ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության (ՀՀ ԱՎԾ) տրամադրած տեղեկատվության համաձայն՝ 2007 թվականից սկսած կտրուկ ավելացել է սեռական անձեռնմխելիության և սեռական ազատության դեմ ուղղված հանցագործությունների բանակը:

	Սեռական անձեռնմխելիության և սեռական ազատության դեմ ուղղված հանցագործություններ	Որից՝ բռնաբարություն և բռնաբարության փորձ
2007 թ.	33	8
2008 թ.	63	19
2009 թ.	73	21
2010 թ.	82	15

Նկար 3

Հեռուստատեսությունը վարվելակերպի մոդելներ է ներկայացնում և որպես հետևանք՝ վարք է թելադրում անկախ այն բանից, թե համապատասխան սոցիալական դիրքորոշումը քարոզվում է իրականությանը համապատասխան տեղեկատվություն պարունակող հաղորդման, հորինված գեղարվեստական ֆիլմի, թե մուլտֆիլմի միջոցով: Բազմաթիվ գիտափորձերով ապացուցվել է, որ նույնիսկ ամենաֆանտաստիկ ֆիլմը կարող է սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորել⁴¹: Հեռուստատեսությունում առկա գրավիչ և ոչ գրավիչ մոդելների միջոցով էլ իրականացվում է սոցիալական դիրքորոշումների, ապա նաև վարքի ձևավորումը:

Քանի որ Խորհրդային Միությունում, ի տարբերություն Արևմուտքի, հեռուստատեսությունն առևտրայնացված չէր, և եթերում ազդեցիկ, սեռական անզսպության տեսարաններ գրեթե չկային, չկային նաև դրանց ազդեցության վերաբերյալ ուսումնասիրու-

⁴¹ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 247.

թյուններ: Ազրեսիան և սեռական գրգռվածությունն առաջացնող տեսարանները հեշտացնում են մեծ լսարաններ գրավելու ճանապարհը, որովհետև գրավիչ պատկերներով ազդում են դիտողների բնագրների և զգացմունքների վրա: Իսկ ԽՍՀՄ-ում սեռական տեսարաններով և բռնության ցուցադրությամբ լսարան մեծացնելու խնդիր չկար, որովհետև Խորհրդային Միությունում հեռուստատեսային գովազդ գործնականում գրեթե չկար: Այս առումով Խորհրդային հեռուստատեսությունը, լայն զանգվածների համար սոցիալ-մշակութային դաստիարակության առումով ավելի դրական նշանակություն ուներ (չէր ցուցադրում բռնություն, սեռական տեսարաններ և այլն), քան արևմտյան կոմերցիոն հեռուստաընկերությունները:

Անկախությունից մի քանի տարի առաջ ինչպես ողջ հետխորհրդային տարածքում, այնպես էլ Հայաստանում հեռուստատեսությունը շատ ոլորտների նման որոշակիորեն ազատականացվեց: 1986 թ.-ին ԽՍՀՄ Կենտկոմի քարոզչության բաժնի ղեկավար Ալեքսանդր Յակովլևը տեղեկացնում է, որ Խորհրդային կառավարությունը պատրաստվում է դադարեցնել խլացնել արևմտյան ռադիոկայանները, և խնդիր է առաջանում Խորհրդային լրատվամիջոցներն անհապաղ դարձնել ավելի գրավիչ⁴²: Արդյունքում Խորհրդային հեռուստաընկերությունների եթերում հայտնվեցին «Հայացք» («Взгляд»), «Կեսգիշերից առաջ և հետո» («До и после полночи») գիշերային, ինչպես նաև առաջին կենտրոնական ալիքի առավոտյան զվարճալի-լրատվական հաղորդումները: Այսպես սկսվեց Խորհրդային հեռուստատեսության առևտրայնացումը, և սկիզբ դրվեց «ամեն ինչ զանգվածի պահանջով» քաղաքականությանը: Հետագա ազատականացման հետևանքը եղավ այն, որ առաջացան բազմաթիվ մասնավոր հեռուստաընկերություններ: Հայաստանյան հեռուստաընկերությունները շատ արագ ձեռք բերեցին Արևմուտքում արդեն վաղուց առևտրայնացված հեռուս-

⁴² Վրթանեսյան Կ., «Խորհրդային հեռուստատեսության տրոյական ձիերը», 2011.01.17, <http://molorak.info/2011/01/17/ussr-tv-trojan-horses/#more-117>

* Նույնիսկ Հայաստանի ազգային հեռուստաընկերությունը մասամբ առևտրայնացվեց և պետական աջակցության հետ մեկտեղ եթերում գովազդ թույլատրվեց:

տաընկերություններին բնորոշ բացասական գծերը՝ եթերային ազդեցիկ, Եժանագին հեռուստասերիալներ, սեռական սանձարձակության տեսարաններ և այլն: Դրա հետ մեկտեղ Հայաստանում նույնիսկ անկախությունից 20 տարի անց եթերային նման քաղաքականության ազդեցությունը հասարակության վրա շարունակում է մնալ գիտականորեն չուսումնասիրված: Միևնույն ժամանակ **առկա է հանրային լայն շերտերի բողոքը հայաստանյան հեռուստաընկերությունների քաղաքականության նկատմամբ⁴³, բայց, ցավոք, այդ նույն հանրությունը չունի ոչ մի լծակ՝ մասնավոր, նույնիսկ Հանրային հեռուստաընկերության եթերային քաղաքականության վրա ազդելու համար⁴⁴:**

Գրեթե նույնը կատարվեց նաև ՉԼՄ-ների այլ տեսակների հետ: Ռադիոկայանները լայն լսարան, հետևաբար նաև շատ զովազդատուներ գրավելու նպատակով տուրք տվեցին հեռուստատեսությամբ լայնորեն լուսաբանվող և արդեն հանրային ճանաչում գտած «փոփ» երաժշտությանը, շոու-բիզնեսին, ինչպես նաև ձեռք բերեցին «դեղին մամուլի» գործառույթներ:

Մամուլի դեպքում իրավիճակը մի քիչ այլ է (բացի ամսագրերից), որովհետև Հայաստանում ոչ մի թերթ այդպես էլ չկարողացավ գոյատևել վաճառքի կամ գովազդի շնորհիվ, ինչի պատճառով դրանք հեռուստատեսության կամ ռադիոկայանների նման չառևտրայնացվեցին, այլ դարձան ֆինանսական հոսքեր ապահովող քաղաքական, հասարակական կազմակերպությունների

⁴³ Հոգեբան Կարինե Նալչաջյան, «Արժեքներ ենք կորցնում, որոնք վերականգնել չի լինի», «Նացիոնալ» լրատվական գործակալություն՝ <http://www.natnews.info/index.php?news=1450&print>, Քահանա. «Այն, ինչ կատարվում է հեռուստատեսությամբ, ձեռնտու չէ հայ ժողովրդին», «Պանորամա» լրատվական գործակալություն՝ <http://www.panorama.am/am/culture/2009/02/11/vmeliqyan/>, «Իշխանության հեռուստաընկերություն», Շիրինյան Ա., «Հետաքննող լրագրողների ընկերակցության» կայք՝ <http://hetq.am/am/politics/tv-2/>, «Երիտասարդ Կոնֆլիկտաբանների Ակումբը» բողոք, բաց նամակ էր տարածել սերիալների դեմ:

⁴⁴ ՀՀ Խորհրդարանն իրավասու չէ որոշումներ կայացնել ՀՀՌԸ գործունեության վերաբերյալ: Ավելի մանրամասն տես Միրաքյան Վ., «Լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները», Երևան, 2010 թ., էջ 127:

տեղեկատվական քաղաքականության կատարածուներ, ինչի արդյունքում հիմնականում մամուլը նույնպես սկսեց ավելի շատ տեղ հատկացնել սեփական քաղաքական ու բիզնես նախատրամադրություններին: Միայն 1990 թվականին Հայաստանում հրատարակվել է 34 նոր հասարակական-քաղաքական պարբերական, որոնցից 22-ը եղել են կուսակցությունների, միությունների պաշտոնաթերթեր, և միայն 12-ն են հավակնել անկախ պարբերականի կոչման: Վերջիններս կարողացան գոյատևել մինչև 1992 թվականի տնտեսական ճգնաժամը⁴⁵: Այսբանով ավարտվեց անկախ մամուլ ունենալու հայաստանյան փորձը⁴⁶:

Այսօր ստեղծվել է մի իրավիճակ, երբ մի կողմից չկա գիտական և օբյեկտիվ գնահատական, թե ի՞նչ հետևանքներ կարող է ունենալ հայաստանյան լրատվամիջոցների, հատկապես՝ հեռուստաթերթի (հատկապես, որովհետև հեռուստատեսությունն է ամենաազդեցիկ լրատվամիջոցը⁴⁷) ներկա քաղաքականությունը (կամ դրա բացակայությունը) և սոցիալական ի՞նչ դիրքորոշումներ են ձևավորում մեր հեռուստաընկերությունները, մյուս կողմից էլ կան հեռուստաընկերություններ, որոնք ամեն ինչ անում են՝ ֆինանսական առավել մեծ շահույթ ստանալու համար, և չեն հետաքրքրվում, անհանգստանում հասարակության վրա թողած կարճաժամկետ և երկարաժամկետ հնարավոր բացասական հետևանքների մասին: Մինևույն ժամանակ Հայաստանում չի ուսումնասիրվել նաև մասնավոր, առևտրային հեռուստաընկերությունների, ռադիոընկերությունների կոմերցիոն քաղաքականության

⁴⁵ Տես Մայադյան Լ., «Մամուլի անկախությունը սոսկ իդեալ է», «Ժուռնալիստիկա», Տեսության և պատմության հարցեր, Պրակ է, ԵՊՀ հրատ., Երևան, 2006 թ., էջ 43:

⁴⁶ Հայաստանում «անկախ» մամուլի օրինակ հանդիսացող «Առավոտ» օրաթերթը հիմնադրվել է ՀՀՇ վարչության անդամ Վանո Միրադեղյանի կողմից, իսկ նրա խմբագիր Արամ Աբրահամյանը չի թաքցնում նախկին իշխանությունների նկատմամբ իր համակրանքը: Մայադյան Լ., «Մամուլի անկախությունը սոսկ իդեալ է», «Ժուռնալիստիկա», Տեսության և պատմության հարցեր, Պրակ է, ԵՊՀ հրատ., Երևան, 2006 թ., էջ 45:

⁴⁷ Տես Միրաբյան Վ., «Լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները», Երևան, 2010 թ., էջ 95:

դեմ պայթարի միջազգային փորձը, որը գիտնականների կողմից մշակվում է հեռուստատեսության ստեղծման օրից սկսած:

Լրատվամիջոցներով ներկայացվող ագրեսիվ գործողությունների մոդելը կարող է կրկնօրինակման հիմք ծառայել անկախ այն բանից՝ ագրեսիա գործադրողը դրական, թե՞ բացասական լույսի ներքո է ներկայացված, քանի որ նույնիսկ ամենաբացասական հերոսը կարող է կրկնօրինակման համար գրավիչ լինել: Բազմաթիվ ուսումնասիրություններ ապացուցել են, որ հանրության ագրեսիայի մակարդակը և հանցագործությունների թիվն ուղիղ համեմատական են լրատվամիջոցներով ագրեսիայի անդրադարձերին⁴⁸: Ագրեսիայի առաջացման պատճառներից մեկն էլ այն է, որ լուսաբանելով ագրեսիան՝ լրատվամիջոցներն օգնում են նաև մարդկանց ուղեղներում դրա լեգիտիմացմանը⁴⁹:

ՉԼՄ-ի ազդեցությամբ կատարվող հանցագործությունների հայտնի օրինակները շատ են, սակայն նշենք ամենահայտնիներից մեկը: Ժամանակին ԱՄՆ-ում շատ հայտնի «Տաքսիստ» ֆիլմում հերոսը, սիրած աղջկա նկատմամբ իր սերն ապացուցելու համար, խոստանում է որևէ քաղաքական գործչի սպանել: Ֆիլմի տարածումից որոշ ժամանակ անց, 1981 թվականին ոմն Ջոն Յինքլի, «Տաքսիստ» ֆիլմի հերոսուհու դերը խաղացած դերասանուհուն իր սերն ապացուցելու համար, մահափորձ է կատարում ԱՄՆ Նախագահ Ռոնալդ Ռեյգանի նկատմամբ և վիրավորում նրան⁵⁰: Յանցագործի թողած նամակն ու հոգեբուժական հետաքննությունն ապացուցել են, որ հանցագործությունն իրականացվել է ֆիլմի առաջացրած ֆանտազիաների ազդեցության տակ: Այս դեպքը կարճ ժամանակահատվածում մեդիայի առաջացրած ագրեսիայի բնորոշ օրինակ է: Նմանատիպ դեպքեր արձանագրվել են նաև Յայաստանում: Օրինակ՝ հոգեբան Խաչատուր Գասպարյանի

⁴⁸ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 474.

⁴⁹ See Anthony R. Pratkanis, Aronson E., “Age of propaganda”, 2001, New York, p. 147-149.

⁵⁰ Wall Street Journal, Apr. 2, 1981.

պրակտիկայում եղել է դեպք, երբ հայկական սերիալների ազդեցությանը երեխան փորձել է ինքնասպանություն գործել⁵¹:

Բացի ազդեցիկ առաջացնելուց, լրատվամիջոցները, հնարավոր աշխարհի պատկեր ձևավորելով, մարդկանց ստիպում են հավատալ, որ հենց դա է իրականությունը: Փենսիլվանիայի համալսարանի կազմակերպած հարցումները ցույց են տվել, որ եթե հարցվողն օրվա ընթացքում հեռուստացույց է դիտում 4 ժամից ավելի, հակված է չափազանցել շրջապատի վտանգավորության մակարդակն ու աշխարհում իրականացվող հանցագործությունների թիվը⁵²: Մեկ այլ համաամերիկյան հարցման ժամանակ 7-ից 11 տարեկան այն երեխաները, ովքեր հեռուստացույց էին դիտել օրական 4 ժամից ավել, խոստովանել են, որ տանը վախենում են գողերից, ինչպես նաև պատահական անցորդներից, որոնք կարող են մոտենալ և հարվածել իրենց⁵³: Բացի այդ, ԱՄՆ-ում և Մեծ Բրիտանիայում իրականացված ուսումնասիրություններն ապացուցել են, որ հեռուստատեսության առջև երկար ժամեր անցկացնելն ուղիղ համեմատական է հանցագործությունների հաճախականությանը⁵⁴: Անկախ այլ գործոններից՝ «հեռուստամոլները», որպես կանոն, հեռուստացույց քիչ դիտողներից ավելի են հակված հանցագործությունների:

Ինչպես կարճաժամկետ, այնպես էլ երկարաժամկետ հատվածում մեծ է մեդիայի ապասոցիալական ազդեցությունը հատկապես երեխաների և պատանիների վրա: Երեխաներն ազդեցիկ պահվածքի մոդելները հիմնականում վերցնում են երեք աղբյուրից՝ ընտանիք, հասակակիցներ և մեդիա⁵⁵: Մեդիան մյուս երկուսից տարբերվում է նրանով, որ ՉԼՍ-ի ազդեցության դեպքում ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումները ձևավորվում են «ոչ իրական» շփումների և տպավորությունների արդյունքում:

⁵¹ «Ազգ» օրաթերթ, 19/01/2011 թ.:

⁵² См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 484, Налчаджян А., “Агрессивность человека”, изд. “Питер”, Москва, 2007 г., с. 300.

⁵³ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 484,

⁵⁴ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, “Питер”, 2009 г., с. 478.

⁵⁵ См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 93.

Հայտնի են նաև մասնավոր դեպքեր, երբ ագրեսիվ ֆիլմեր դիտելիս որոշ երեխաների կամ մեծահասակների մոտ նկատվում է ագրեսիայի նվազում: Հեռուստատեսային ագրեսիայի ազդեցությունը կախված է նաև լսարանի մոտ առկա սոցիալական դիրքորոշումներից: Ա. Նալչաջյանն առաջարկում է նման դեպքերում ուսումնասիրել հնարավոր հակադարձ ռեակցիայի առաջացման գործընթացը⁵⁶: Ագրեսիայի առաջացումը կախված է նաև ագրեսիվ վարքի նկատմամբ հանդիսատեսի մոտ արդեն գոյություն ունեցող սոցիալական դիրքորոշումներից. որոշ մարդկանց մոտ ագրեսիվ նյութերը սրում են ագրեսիվ տրամադրվածությունը, իսկ որոշների մոտ էլ, հակառակը, սրում են հակաագրեսիվ դիրքորոշումները: Ագրեսիայի հակում ունեցող լսարանի մոտ ագրեսիվ հեռուստաարտադրանքն ավելացնում է ագրեսիան, իսկ ագրեսիայի նկատմամբ բացասական դիրքորոշում ունեցող լսարանի մոտ՝ պակասեցնում⁵⁷: Ազդեցության այն օբյեկտների մոտ, որոնք դեռ չունեն հստակ ագրեսիվ կամ ոչ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ, ագրեսիվ նյութերը կարող են ձևավորել ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ: Շոու-բիզնեսի և կոշտ մարտաֆիլմերի, սարսափազդու ֆիլմերի հիմնական սպառողները պատանիներն ու երիտասարդներն են, որոնց մոտ դեռ չի ձևավորվել ես-կոնցեպցիան, և ֆիլմերի ագրեսիվ հերոսները նրանց համար հեղինակություններ և կրկնօրինակման աղբյուր են դառնում:

Ագրեսիվ նյութերի դիտման ժամանակ շատ կարևոր է նաև հեղինակությունների, օրինակ՝ ծնողների կամ այլ հեղինակավոր անձանց վարքը: Եթե երեխաների ներկայությամբ ծնողները խրախուսում են ֆիլմում ցուցադրվող ագրեսիան, այդ դեպքում ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորվելու հավանականությունն ավելի մեծ է լինում, և ընդհակառակը, եթե ծնողները քննադատում են ագրեսիվ վարքը, ապա հնարավոր է՝ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ չձևավորվեն: Ֆիլմերի ազդեցու-

⁵⁶ См. Налчаджян А., “Агрессивность человека”, изд. “Питер”, Москва, 2007 г., с. 301.

⁵⁷ См. там же, с. 301:

թամբ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ չեն ձևավորվում՝ նաև բարոյապես հասուն, ամուր կամքի տեր անձանց մոտ:

Ընդհանուր առմամբ հեռուստատեսային ագրեսիայի հոգեբանական ազդեցությունն ունենում է կոզնետիվ, զգայական և վարքային դրսևորումներ⁵⁸: Կոզնետիվի դեպքում հեռուստատեսային ագրեսիան ազդում է լսարանի մոտ իրական աշխարհի ընկալման վրա, զգայականի դեպքում առաջանում է կարճաժամկետ կամ երկարաժամկետ զգայական ազդեցություն, իսկ ագրեսիվ հեռուստատեսության վարքային ազդեցության դեպքում ագրեսիվ դրվագների դիտումն ազդում է լսարանի վարքի վրա:

Երկար տարիների ուսումնասիրությունների արդյունքում պարզվել են այն նախապայմանները, որոնց առկայության դեպքում ՉԼՄ-ներով ներկայացվող ագրեսիան առավել արդյունավետ է ձևավորում ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ, հետևաբար նաև՝ ագրեսիվ վարք⁵⁹:

- 1. Ագրեսիայի արդյունավետությունը:** ՉԼՄ-ներով ներկայացվող ագրեսիան ցուցադրվում է որպես նպատակին հասնելու արդյունավետ գործիք, որը կարելի օգտագործել առանց պատժի ակնկալիքի:
- 2. Ագրեսիայի նորմատիվ կողմը:** Նպատակամղված ֆիզիկական կամ հոգեբանական ագրեսիա ցուցադրելիս չեն ներկայացվում զոհի վրա թողած բացասական ազդեցությունը, զոհի տառապանքները և ցավը: Իսկ երբեմն ագրեսիա իրականացնողը հենց «լավ տղան»՝ դրական հերոսն է:
- 3. Նմանությունը:** Հեռուստատեսային ագրեսիան ունի որոշակի նմանություններ հանդիսատեսի հետ, ինչը լսարանի մոտ առավել արդյունավետ կրկնօրինակման պատճառ է դառնում:
- 4. Չզացմունքային ազդեցությունը:** Չզացմունքային լարվածությունը հանդիսատեսի մոտ ստեղծում է այնպիսի վիճակ, որ նա այլևս ի գորու չէ իմացական քննադատության ենթարկել մատուցվող կյուլը:

⁵⁸ См. Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, Москва, “Вильямс”, 2004 г., с. 200.

⁵⁹ См. Хьюстон М., Штребе В., “Введение в социальную психологию, европейский подход”, Москва, 2004 г., с. 318.

Իսկ 1998 թ.-ին ԱՄՆ Նախագահի համար սոցիոլոգների կողմից պատրաստված հեռուստատեսային ազդեցիկ ազդեցության մասին զեկույցում նշվում է ազդեցիկ հեռուստանյութի ենթատեքստի հինգ բաղադրիչ, որոնք ավելացնում են հեռուստատեսային ազդեցիկ արդյունավետ ազդեցությունը⁶⁰.

1. հանցագործն ունի գրավիչ դերային մոդել,
2. ազդեցիկ արդարացված է ներկայացվում,
3. բռնություն կիրառողը չի պատժվում,
4. ազդեցիկ գոհը չնչին վնասներ է կրում,
5. ազդեցիկ դրվագը մոտ է իրականությանը:

Հեռուստատեսային ազդեցիկ վերաբերյալ ավելի ուշ շրջանի ուսումնասիրությունները մեկ անգամ ևս ապացուցում են մոտ կես դար առաջ հայտնաբերված այն իրողությունը, որ բռնության դրվագներով ֆիլմերի դիտումը հանգեցնում է ազդեցիկ մտքերի առավել հաճախակի առաջացման: Դաժանության տեսողական ընկալումը բերում է նրան, որ մարդիկ ավելի են հակվում մեկնաբանել իրենց շրջապատի արարքները (օրինակ՝ ուսին պատահական դիպչելը) որպես դիտավորյալ թշնամական քայլ⁶¹:

Բացի այդ, ֆիզիոլոգիական մետաանալիզը նույնպես ապացուցել է, որ ՉԼՄ-ների ազդեցիկ նյութերը լսարանի մոտ ազդեցիկ են առաջացնում⁶²:

Ազդեցիկ թեմայով բազմաթիվ ուսումնասիրությունների հեղինակ Լեոնարդ Բերկովիցը գրում է. «Հեռուստատեսության մատուցած ազդեցիկ զանգվածային ազդեցությունը կարող է երիտասարդների ուղեղում ձևավորել աշխարհի ամուր պատկեր այն մասին, թե ինչպես պետք է վարվել այլ մարդկանց հետ»⁶³:

⁶⁰ См. Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, Москва, “Вильямс”, 2004 г., с. 198.

⁶¹ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 485.

⁶² См. Хьюстон М., Штребе В., “Введение в социальную психологию, европейский подход”, Москва, 2004 г., с. 317.

⁶³ Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 267.

Ամերիկացի գիտնական Ֆ. Անդերսոնն ընդհանրացրել է քսան տարիների ընթացքում (1956-1976 թթ.) հեռուստատեսային ագրեսիան ուսումնասիրած 67 հետազոտություն և եզրակացրել, որ հետազոտությունների երեք չորրորդում կա կապ հանցագործության ու հեռուստատեսային ագրեսիայի միջև⁶⁴: Այդ հետազոտությունների միայն երեք տոկոսն էին կապ գտել հեռուստատեսային ագրեսիայի և իրական կյանքում ագրեսիայի պակասեցման միջև, իսկ ոչ հստակ կապ առկա էր մոտ 20 տոկոս ուսումնասիրություններում: Մնացած 80 տոկոս հետազոտություններում նկատվում է կապ հանցագործությունների և հեռուստատեսության միջև:

1. 3. Ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորումն ագրեսիայի կրկնօրինակման միջոցով

Սոցիալական հոգեբանության դասական հայտնագործություններից է այն, որ մարդիկ միշտ գտնվում են շրջապատի վարքի ու խոսքերի ազդեցության տակ⁶⁵: Երեխաների համար ընդօրինակման «կենդանի» օրինակ են ծառայում առաջնային սոցիալական խմբերը, հատկապես՝ ընտանիքի անդամները: Դիտման միջոցով ագրեսիվ սոցիալական մոդելների ընդօրինակման գործընթացն առաջադրվում և մեկնաբանվում է *սոցիալական ուսուցման տեսությամբ*, որը վերջնական ձևակերպում ստացել է Ա. Բանդուրայի կողմից 1997 թվականին⁶⁶: Ըստ Բանդուրայի տեսության՝ մենք ձեռք ենք բերում ագրեսիվ վարք ոչ միայն սեփական փորձի արդյունքում տեսնելով, որ ագրեսիան կարող է դրական արդյունք ունենալ, այլև դիտելով, կրկնօրինակելով այլոց ագրեսիվ վարքը: Բանդուրայի տեսության համաձայն՝ ագրեսիան մենք սովորում ենք սոցիալական այլ ունակությունների նման: Բոլոր այն անձինք, ովքեր որոշակի խմբի (երեխաներ, պատանիներ կամ երիտասարդներ) համար հեղինակություն են, դառնում են տվյալ խմբի համար կրկնօրինակման

⁶⁴ См. Гидденс Э., “Социология”, Москва, 2005 г., с. 401.

⁶⁵ См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 106.

⁶⁶ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 456.

մոդել⁶⁷: Բանդուրայի կարծիքով՝ **ագրեսիայի կրկնօրինակման հիմնական մոդելներն են ենթամշակույթները, լրատվամիջոցները և ընտանիքը**⁶⁸: Այս պատճառով հանրության առողջ զարգացման համար շատ վտանգավոր է լրատվամիջոցներում ագրեսիվ, ապասոցիալական, անբարոյական սոցիալական մոդելների առկայությունը: Հեռուստատեսության դարաշրջանում այդպիսի բացասական սոցիալական մոդելներ կարող են լինել, այսպես կոչված, աստղերը կամ շոու-բիզնեսի այլ ներկայացուցիչները, բացասական վարքով մարզիկները կամ քաղաքական գործիչները և ընդհանրապես նրանք, ովքեր հայտնի են հանրությանը, սակայն տվյալ հանրության զարգացումն ապահովող հոգևոր, մշակութային արժեքների կրողներ չեն:

Սոցիալական մոդելների ազդեցությունը հատկապես մեծ է այն դեպքում, երբ ազդեցության օբյեկտը նույնացնում է իրեն տվյալ սոցիալական մոդելի հետ: Նույնացման գործընթացն այն նախապայմաններից է, որոնց առկայության դեպքում ագրեսիայի ազդեցությունն առավել արդյունավետ է ընթանում⁶⁹: Այս գործընթացն անձի ձգտումն է վերցնել այն նորմերն ու սոցիալական դիրքորոշումները, որոնք ուղղակիորեն չեն ուսուցանվում, այլ կրկնօրինակում են որոշակի օբյեկտի դերերն ու վարքը⁷⁰: **Նույնացումն ընկած է երեխայի սոցիալականացման հիմքում, սակայն այն կարող է նաև վնասակար դեր ունենալ այն դեպքում, երբ նույնականացման օբյեկտն ապասոցիալական վարքի տեր է և ունի վնասակար սոցիալական դիրքորոշումներ:** Եթե նույնացումը երկարաժամկետ է, ապա հեռուստադիտողը (ազդեցության օբյեկտը) սկսում է «ապրել» իր հերոսի հետ՝ ապագայի իրադարձությունները ծրագրավորելով և պատկերացնելով այնպես, ինչպես կաներ իր սիրած հերոսը:

⁶⁷ См. Налчаджян А., “Агрессивность человека”, изд “Питер”, 2007 г. с. 300.

⁶⁸ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 457.

⁶⁹ См. Хьюстон М., Штребе В., “Введение в социальную психологию, европейский подход”, Москва, 2004 г., с. 318.

⁷⁰ См. Бандура А., Уолтерс Р., “Подростковая агрессия”, изд. ЭКСМО-Пресс, Москва, 2000 г., с. 246.

1966 թվականին Բերկովիցը գիտափորձերի միջոցով հիմնավորեց այն վարկածը, թե ագրեսիան ավելանում է այնքանով, որքանով շատ է փորձի մասնակից ասիստենտի մոտ ագրեսիայի դրող գործոնի (այս դեպքում ֆիլմի կերպարի) և պոենցիալ ագրեսիայի ենթակա օբյեկտի (այս դեպքում ասիստենտի) միջև նմանությունը⁷¹: Հետագայում այլ ուսումնասիրողների նմանատիպ փորձերն ապացուցեցին Բերկովիցի ենթադրությունը, որ կոնկրետ անձնավորության դեմ ուղղված ագրեսիայի չափի վրա ազդում է ագրեսիվ կյուբի նույնացումն ագրեսիայի ենթակարկվող օբյեկտի հետ*։ Որքան խորն է արտահայտվում նույնացումը, այնքան ավելի մեծ է ազդեցության օբյեկտի կողմից սոցիալական մոդելների կրկնօրինակման հավանականությունը։ Ա. Նալչաջյանը, հիմնվելով Չիզմունդ Ֆրոյդի և այլ հոգեվերլուծաբանների նույնացման տեսությունների վրա, ենթադրում է, որ տարիքի հետ նկատվող կրկնօրինակման թուլացումը կապված է ոչ միայն մտավոր ունակությունների թուլացման (հիշողություն, իմացական կարողություններ), այլև անձի նույնացվելու կարիքի նվազման հետ⁷²։ Հասունացման հետ անձը ձեռք է բերում ինքնուրույնություն, սոցիալական դիրքորոշումների հարաբերական կայունություն, ինչի հետևանքով թուլանում է կրկնօրինակելու պահանջը, հետևաբար նաև՝ հավանականությունը։

Փորձենք տեսնել, թե ինչ դեր ունեն լրատվամիջոցներն ագրեսիվ վարքի կրկնօրինակման հարցում։ Կրկնօրինակման միջոցով ագրեսիվ վարքի և ագրեսիվ մտքերի առաջացման ողջ գործընթացը բաժանվում է չորս տեսակի⁷³։

- Երբ մարդը մեղիայով կամ իրական կյանքում ականատես է լինում ագրեսիվ վարքի, նա իր համար հայտնաբերում է ագրեսիվ պահվածքի նոր մեթոդներ։ Այսինքն՝ սովորում է վերբալ և

⁷¹ Տմ. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 175.

* Ագրեսիան ուժեղանում էր նույնիսկ այն դեպքերում, երբ ցուցադրվող ֆիլմի հերոսի և ագրեսիան դիտող օբյեկտի մասնագիտությունը նույնն էր ներկայացվում։

⁷² Տմ. Налчаджян А., “Агрессивность человека”, изд “Питер”, Москва, 2007 г., с. 301.

⁷³ Տմ. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 106.

Ֆիզիկական ագրեսիվ պահվածքի նոր ձևեր, որոնց նախկինում չէր տիրապետում:

- Անձը, տեսնելով այլոց ագրեսիվ պահվածքը, կարող է կտրուկ փոխել իր վարքը, վերանայել նախկինում ինքն իր նկատմամբ կիրառող սահմանափակումները՝ մտածելով, որ եթե ուրիշները թույլ են տալիս իրենց ագրեսիվ պահվածք և չեն պատժվում, ապա ինքը նույնպես կարող է այդպես վարվել:
- Ագրեսիայի մշտական դիտումը կարող է անձի մոտ ագրեսիայի, այլոց ցավի նկատմամբ զգայական ընկալողունակության կորստի պատճառ դառնալ: Նման դեպքերում դիտորդն այնքան է հարմարվում ագրեսիային, որ այլևս ագրեսիան չի դիտարկում որպես հատուկ պահվածքի ձև, հետևաբար՝ հնարավորության դեպքում նույնպես կարող է ագրեսիա կիրառել:
- Ագրեսիայի մշտական դիտումը կարող է փոխել իրականության անհատական ընկալումը: Այն մարդիկ, ովքեր մշտապես ականատես են լինում բռնության տեսարանների, կարող են շրջակա աշխարհն ընկալել որպես ագրեսիվորեն տրամադրված և ելնելով դրանից՝ տարբեր իրավիճակներում կարող են ագրեսիվ լինել շրջապատի նկատմամբ:

Գիտնականների մեկ այլ խումբ ավելացնում է նաև հինգերորդ կետը, ըստ որի՝ ագրեսիա դիտելիս տպավորություն է ստեղծվում, թե ագրեսիա արտահայտելը հեշտ գործընթաց է, և ռեցեպիենտի մոտ ագրեսիվ վարք դրսևորելն ավելի հավանական է դառնում: Այս դեպքում նույնիսկ մի փոքր նյարդային գրգռվածությունը կարող է անձի համար վերբալ կամ ֆիզիկական ագրեսիայի պատճառ դառնալ⁷⁴:

Ա. Նալչաջանը, հիմնվելով տարբեր ուսումնասիրությունների վրա, փորձում է նախանշել ագրեսիայի կրկնօրինակման արդյունավետության մեծացման պատճառները.

1. ագրեցության օբյեկտն իրեն նույնականացնում է ագրեսիվ հերոսի հետ,

⁷⁴ См. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р., “Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме”, из. Прайм-Еврознак, Москва, 2004 г., с. 417.

2. առկա է բռնակալի անպատժելիության և նույնիսկ խրախուսման ցուցադրություն,
3. դիտորդի նախնական ագրեսիվության մակարդակը բարձր է,
4. հեռուստահերոսի մոտ առկա են ազատարարի կամ փրկարարի որոշ դրսևորումներ,
5. ագրեսիվ ֆիլմում առկա են այնպիսի պայմաններ, որոնք համընկում են հեռուստադիտողի իրական կյանքի փորձին,
6. հեռուստադիտողը կարծում է, թե ցուցադրվող ագրեսիան հիմնված է իրական փաստերի վրա⁷⁵:

Դիտման, կրկնօրինակման միջոցով սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման, ագրեսիայի կրկնօրինակման փաստն Ալբերտ Բանդուրան առաջին անգամ գիտափորձերով ապացուցեց 1960-ական թվականներին⁷⁶: Փորձերի ժամանակ մի դեպքում ցածր դասարանի երեխաներից կազմված խմբի մոտ Բանդուրան երեխայի չափսերին հավասար տիկնիկի հետ հանգիստ խաղում էր, իսկ այլ երեխաներից կազմված խմբի առաջ քոթակում նույն տիկնիկին: Քոթակելիս մի դեպքում գիտափորձ իրականացնողները խրախուսում էին «ագրեսորին» և նրան կոնֆետ էին հյուրասիրում, մեկ այլ դեպքում խիստ քննադատում էին, իսկ երրորդ դեպքում տիկնիկի նկատմամբ ագրեսիան անուշադրության էր մատնվում (սկար 4):

Գիտափորձի արդյունքներն ապացուցեցին, որ ագրեսիայի դիտումը կարող է ձևավորել ագրեսիվ վարք և ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ: Երբ երեխաներին առաջարկվում էր տիկնիկի հետ ինքնուրույն խաղալ, ապա այն երեխաները, որոնք ականատես էին եղել ագրեսիվ վարքի, իրենք նույնպես տիկնիկի նկատմամբ սկսում էին նմանատիպ ագրեսիա կիրառել: Առավել ագրեսիվ էին այն երեխաները, որոնց ներկայությամբ տիկնիկի նկատմամբ ագրեսիան անուշադրության էր մատնվել: Հետաքրքիր է, որ ագրեսիվ վարքը կրկնօրինակվում էր նույնիսկ այն պարագայում, երբ ագրեսիան

⁷⁵ См. Налчаджян А., “Агрессивность человека”, изд “Питер”, Москва, 2007 г., с. 302.

⁷⁶ См. Зимбардо Ф., Ляйпе М., “Социальное влияние”, “Питер”, Москва, 2000 г., с. 66.

Քննադատվել էր: Այսպիսով ապացուցվեց, որ դիտումը սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման հիմք է դառնում նույնիսկ այն պարագայում, երբ ագրեսորը պատժվել է, կամ նրա նկատմամբ որևէ խրախուսանք չի իրականացվել:



Նկար 4

Բանդուրայի գիտափորձը, որն ապացուցեց, որ երեխաներն ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ և պահվածք են ձեռք բերում՝ կրկնօրինակելով ագրեսիվ մոդելների:

Բանդուրայի այս գիտափորձը հեռուստաարդյունաբերության ներկայացուցիչների, որոշ մասնագետների կողմից քննադատության ենթարկվեց այն պատճառաբանությամբ, թե տիկնիկի նկատմամբ բռնություն կիրառելը դեռ չի նշանակում, որ դիտումի միջոցով վարքի կրկնօրինակումը մարդու նկատմամբ նույնպես բռնություն կիրառելու պատճառ կարող է դառնալ:

Ելնելով քննադատության այս դրույթից՝ ծրագրավորվեցին նոր գիտափորձեր, որոնք նախատեսված էին այնպես, որ ագրեսիան իրականացվեր ոչ թե տիկնիկի, այլ հասակակից երեխաների նկատմամբ: Բացի այդ, ներկայացվող ագրեսիան իրականությանն ավելի մոտ էր, քան տիկնիկի դեպքում, և վերջապես՝ գիտափորձն այնպես էր ծրագրավորվել, որ ներկայացվող ագրեսիայի պայման-

ները չէին համընկնում այն պայմանների հետ, որտեղ փորձի մասնակիցներին իրենց տեսածը կիրառելու հնարավորություն էր տրվում⁷⁷: Քննադատությունը հաշվի առնող նմանատիպ փորձերն ապացուցեցին, որ հեռուստատեսային ագրեսիան հեռուստադիտողին դրդում է համապատասխան ագրեսիվ քայլերի և ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշում ձևավորող գործոն է⁷⁸:

Նմանատիպ փորձեր իրականացրեց նաև Բանդուրան. դրանք հետագայում դարձան ոլորտի դասական օրինակներից: Երեխաների 88 տոկոսը դիտման միջոցով կրկնօրինակում էր հեռուստատեսությամբ տեսած ագրեսիվ վարքը⁷⁹: Մեկ այլ դեպքում Բանդուրան 7-16 տարեկան երեխաների մոտ հարցում անցկացրեց, որի արդյունքում հարցվողների 58 տոկոսը պատասխանեց, որ ճանաչում է հասակակիցների, որոնք գիտակցաբար կրկնօրինակում են տեսախաղերի հերոսներին: Ամենաշատն այդ ընդօրինակումն արտահայտվում էր փողոցային կռիվներում⁸⁰:

Արևմտյան գիտական դպրոցներում իրականացված փորձերն ապացուցվել են, որ հեռուստատեսային ագրեսիան ավելի հաճախ համարժեք սոցիալական դիրքորոշումներ է ձևավորում նախադպրոցական երեխաների մոտ, իսկ վարքի կրկնօրինակումն ավելի հավանական է այն դեպքերում, երբ կրկնօրինակման օբյեկտները մի քանիսն են և գործում են միանման ձևով⁸¹: Կրկնօրինակում

⁷⁷ См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 111.

⁷⁸See Himmelweit H. T., Oppenheim A. N. and Vince P. “Television and the child: An Empirical Study of the Effect of Television on the Young”, London: Oxford University Press; 1958, Schramm W., Lyle L. and Parker E. B. “Television in the Lives of our Children, Stanford, CA: Stanford University Press”, 1961., p 47.

⁷⁹ See Bandura A., (1994) «Social cognitive theory of mass communication», in J. Bryant and D. Zillman (eds) *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, p. 61-90.

⁸⁰ См. “Медиа”, под ред. А. Бриггза и П. Кобли, второе издание, “Юнист”, М., 2005 г., с. 328.

⁸¹ See Gunter B. and McAleer J., “Children and television”, Second edition, USA and Canada

նակումը բնորոշ է նաև մեծահասակներին⁸², պարզապես այս պարագայում կրկնօրինակման միջոցով սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորումն ավելի երկար և բարդ գործընթաց է, քան պատանիների ու երիտասարդների դեպքում: Քանի որ երեխաների մոտ դեռ կարծրացած չէ «աշխարհի պատկերը», նրանք ավելի բաց են զանազան ազդեցությունների, այդ թվում նաև հեռուստատեսության նկատմամբ⁸³:

Գիտափորձերից մեկի ժամանակ Բերկովիցն ուսանողների մի խմբին ցուցադրում է ազդեսիվ կադրերով հագեցած ֆիլմ, իսկ մյուս խմբին՝ առանց ազդեսիվ կադրերի⁸⁴: Ֆիլմից հետո ուսանողներին նստեցնում էին խցիկի առջև, որտեղ նստած էր էլեկտրաշոկին միացված մարդ, իսկ էլեկտրաշոկի գործարկման հնարավորությունը տրված էր ուսանողներին (իրականում էլեկտրաշոկ չկար, իսկ էլեկտրաշոկին միացված անձնավորությունը փորձի մասնակից դերասան էր): Չրոպչի ընթացքում էլեկտրաշոկին միացված անձնավորությունը սկսում էր երիտասարդների հասցեին վիրավորական հայտարարություններ անել: Արդյունքում այն երիտասարդները, ովքեր ազդեսիվ կադրերով ֆիլմ էին դիտել, իրենց վիրավորողին

by Routledge, 1997, p. 88.

⁸² См. Зимбардо Ф., Ляйпе М., “Социальное влияние”, “Питер”, Москва, 2000 г., с. 68.

⁸³ Բացի կրկնօրինակման առաջացրած հնարավոր բացասական հետևանքներից, հեռուստատեսությունը երեխաների վրա բացասական ազդեություն է թողնում նաև անկախ բովանդակությունից: 2010 թ. իրականացված փորձերն ապացուցել են, որ երկար ժամանակ հեռուստացույց դիտող երեխաներն հասակակիցներից զգալիորեն հետ են մնում իրենց մտավոր և հոգեկան զարգացման աստիճանով: Դա ապացուցել է 259 ամերիկյան ընտանիքների երեխաների վիճակի վերլուծությունը: Այսպես՝ 14 ամսական երեխաները, որոնք անընդհատ դիտել են առաջին հերթին մեծերի համար նախատեսված հեռուստահաղորդումներ, իրենց զարգացման աստիճանով 1/3-ով հետ են մնացել այդ տարիքում ընդհանրապես հեռուստացույց չդիտած երեխաներից. հատկապես տուժել են լեզվական ունակությունները (<http://www.tert.am/am/news/2010/12/20/tv/>):

⁸⁴ See Berkowitz, L., «Aggression: Its Causes, Consequence and Control», New York: McGraw-Hill. 1993. p. 75.

Էլեկտրաշոկի ենթարկում էին ավելի հաճախ, քան առանց ագրեսիայի ֆիլմ դիտողները⁸⁵: Նմանատիպ գիտափորձերը նաև ապացուցեցին, որ մեղմ ֆիլմերն ագրեսիվության չեզոքացման առումով դրական ազդեցություն են թողնում:

Ագրեսիվ տեսանյութի ազդեցությամբ մարդու (և ոչ թե տիկնիկի) նկատմամբ ագրեսիայի դրսևորումներ արտահայտող (վերը քննարկված) գիտափորձերը նույնպես ենթարկվեցին քննադատության հետևյալ հիմնական պատճառաբանումներով.

1. կոճակի սեղմումով էլեկտրաշոկի հարվածներ հասցնելը հավասարազոր չէ իրական պայմաններում ագրեսիա կիրառելուն.
2. փորձի մասնակիցները կարող են ենթադրել, որ եթե իրենց ցուցադրել են ագրեսիվ ֆիլմ, ուրեմն՝ փորձ իրականացնողները կողմակից են ագրեսիային, և ձգտեն արժանանալ փորձի կազմակերպիչների խրախուսանքին,
3. ցուցադրվածը ոչ թե ամբողջական ֆիլմն էր, այլ միայն ագրեսիվ կադրերը՝ առանց սյուժեի,
4. միայն ագրեսիվ կադրեր դիտելով ագրեսիա կիրառելը դեռ ոչինչ չի նշանակում, քանի որ երեխաներն իրենց կյանքում ագրեսիվ ֆիլմերից բացի այլ ժանրի ֆիլմեր էլ են դիտում, և սոցիալական դիրքորոշումների վերջնական արդյունքը ստացվում է դրանց միախառնումից⁸⁶:

Չեռագայում, հաշվի առնելով վերոնշյալ քննադատությունները, իրականացվեցին մի շարք նոր գիտափորձեր: 1972-1986 թթ.-ին իրականացված հեռուստատեսային ագրեսիվության մասին գիտափորձն ամենամեծերից էր⁸⁷: Չեռուստատեսության երկարաժամկետ ազդեցության հնարավորությունները պարզելու համար Ավստրալիայում, Ֆինլանդիայում, Նիդեռլանդներում, Իսրայելում, Լեհաստանում և ԱՄՆ-ում իրականացվեց տասնամյա գիտափորձ: Սկզբում

⁸⁵ См. “Медиа”, под ред. А. Бриггза и П. Кобли, второе издание, “Юнист”, М., 2005 г., с. 329.

⁸⁶ См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 113.

⁸⁷ См. “Медиа”, под ред. А. Бриггза и П. Кобли, второе издание, “Юнист”, М., 2005 г., с. 330.

վերոնշյալ բոլոր երկրներում ուսումնասիրվեց, թե ինչ ազդեցություն են ունենում ագրեսիվ ֆիլմերը 8-9 տարեկան երեխաների վրա: Տասը տարի անց նույն մարդկանց հետ գիտափորձը կրկնվեց:

Գիտափորձի արդյունքում հեղինակները ձևակերպեցին «երկար տարիների քնի էֆեկտ» կոչվող տեսությունը: Պարզվում է՝ երեխաների կողմից հեռուստատեսությամբ ագրեսիա դիտելու հետևանքները կարող են արտահայտվել տարիներ անց, օրինակ՝ երիտասարդ տարիքում: Ի դեպ, վերոնշյալ միտումն ավելի հատուկ է տղամարդկանց, քան կանանց:

Կրկնօրինակման տեսությամբ է բացատրվում նաև սպորտային խաղերի որոշ տեսակների առաջացրած ագրեսիվ վարքը: Հայտնաբերվել է, որ տղամարդկանց մոտ որոշակի սպորտաձևեր, մասնավորապես՝ ամերիկյան ֆուտբոլ դիտելուց առաջ ավելի թույլ ագրեսիա կա, քան ֆուտբոլի խաղից հետո: Իսկ, օրինակ, սպորտային մարմնամարզություն դիտելուց առաջ և հետո ագրեսիվության աստիճանի տարբերություն չի նկատվում⁸⁸:

Եղել են նաև գիտափորձեր, որոնց արդյունքները ցույց են տվել, որ ագրեսիայի մակարդակի աճի հարցում հեռուստատեսության դերը փոքր է: Օրինակ՝ 1993 թ.-ին Մեծ Բրիտանիայում ուսումնասիրեցին 78 երիտասարդ օրինախախտների վարքը, և պարզվեց, որ վերջիններս հեռուստացույց քիչ էին դիտում և նույնիսկ չէին կարողանում պատասխանել, թե որն է իրենց սիրած հաղորդաշարը և հեռուստատեսային որ հերոսին են ձգտում նմանվել⁸⁹: Բնականաբար, շատ են հանցագործները, որոնց օրինազանցության պատճառը հեռուստատեսությունը չէ, որովհետև հանցագործություններ եղել են մարդկության պատմության սկզբից, և դրանց առաջացման պատճառները բազմաթիվ են: Վերոնշյալ հանցագործների գործունեությունը կարելի է բացատրել այլ գործոններով:

Ինդիդն այն է, որ այսօր հեռուստատեսությունն այնքան խորն է ներթափանցել մարդկային կյանք, որ երբեմն շատ դժվար է

⁸⁸ См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 279:

⁸⁹ См. “Медиа”, под ред. А. Бриггза и П. Кобли, второе издание, “Юнист”, М., 2005 г., с. 332.

տարանջատել՝ հանցագործության հոգեբանական մոտիվացիան առաջացել է հեռուստատեսությամբ, թե՞ հարևանի տղայի կամ այլ գործոնների ազդեցությամբ: Իսկ եթե այդ հարևանի տղան իր հերթին ազդվել է հեռուստատեսությունից: Բացի այդ, Մեծ Բրիտանիայում այդ հարցման նմանությամբ իրականացված այլ հարցումները բոլորովին այլ արդյունքներ են վեր հանել: Իսկ ԱՄՆ-ում 208 բանտարկյալների հարցման արդյունքում 10-ից 9-ը խոստովանել են, որ քրեական հանցագործությունների նոր մեթոդները սովորել են քրեական լուրերից, իսկ 10-ից 4-ն ասել են, որ կրկնել են հեռուստատեսությամբ տեսած հանցագործությունները⁹⁰:

Այսպիսով, չնայած որոշ հակասությունների և բանավեճերի՝ ընդհանուր առմամբ ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումներ և ազդեցիկ վարք ձևավորելու հարցում մեդիայի նշանակալի ազդեցությունը կարելի է հիմնովին ապացուցված համարել:

1999 թ.-ին գիտնականներ Զոմստոկը և Շարերը, ի մի բերելով լրատվամիջոցների առաջացրած ազդեցիայի վերաբերյալ շուրջ կես դար ընթացող ուսումնասիրությունների արդյունքները, եկան վերջնական եզրակացության, որ լրատվամիջոցով ներկայացվող ազդեցիկ ձևավորում է ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումներ և առաջացնում է ազդեցիկ վարք⁹¹:

Կարծում ենք, որ հանցագործությունների մեթոդներ ցուցադրող հաղորդումների, ֆիլմերի ու ամսագրերի առկայության խնդիրն արդիական է նաև Հայաստանում, և այս ոլորտի ուսումնասիրություններն օգտակար կլինեն իրավապահ մարմինների համար՝ հասկանալու հանցագործությունների իրականացման պատճառները: **Ազդեցիկ հազեցած հայկական հեռուստատեսորիվները դեռ նոր են արդյունաբերություն դարձել, և դրանց**

⁹⁰ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 478.

* Նմանատիպ բանավեճեր միշտ էլ կլինեն, որովհետև լրատվամիջոցները, ելնելով ֆինանսական շահի ձգտումից, անընդհատ փորձելու են ապացուցել, որ լրատվամիջոցի ազդեցիկ բնույթ ունեցող արտադրանքը լսարանի մոտ ազդեցիկ չի առաջացնում

⁹¹ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 481, Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, Москва, “Вильямс”, 2004 г., с. 120.

բացասական, վտանգավոր ազդեցությունը մի քանի տարի հետո շատ ավելի նկատելի և հստակ կլինի: Ներկա սոցիալ-տնտեսական լարվածության համատեքստում կարելի է սպասել, որ մերօրյա եթերն է՛լ ավելի է արագացնելու սոցիալական ագրեսիայի և հանցագործությունների աճի տեմպերը Հայաստանում: Հայկական հեռուստասերիալների ագրեսիվության վերաբերյալ ուսումնասիրությունը կներկայացնենք երկրորդ գլխում:

1. 4. Հեռուստատեսության ազդեցությունն ագրեսիվ պահվածքի վրա կարճաժամկետ հատվածում

Կարճաժամկետ հատվածում ագրեսիվության բարձրացման հարցում հեռուստատեսության ազդեցության վերաբերյալ շատ գիտափորձեր է արել Լ. Բերկովիցը: Այս դեպքում անմիջական սոցիալական դիրքորոշման ձևավորման մասին խոսք չի կարող լինել: Կարճաժամկետ հատվածում լրատվամիջոցով ներկայացվող ագրեսիան միայն կարճաժամկետ կյարդային գրգռվածության և արդեն գոյություն ունեցող ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ակտիվացման և ամրապնդման պատճառ կարող է դառնալ:

Սակայն կարճաժամկետ ագրեսիվ ազդեցության պարբերաբար կրկնությունն արդեն կարելի է դիտարկել որպես սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման գարծոն: Բերկովիցի և Նրան հետևող այլ գիտնականների գիտափորձերն ապացուցել են, որ կարճաժամկետ հատվածում փորձերի մասնակիցներն ավելի դաժան էին վարվում իրենց «զոհի» հետ այն դեպքերում, երբ դիտում էին բռնություններով հագեցած ֆիլմ, քան այն դեպքերում, երբ ֆիլմում բռնությունները բացակայում էին⁹²:

Եղան որոշ գիտնականներ, օրինակ՝ Չիլմանը և Ջոնսոնը, ովքեր, ելնելով նմանատիպ գիտափորձերի մեթոդաբանությունից, կասակածի տակ դրեցին դրանց արդյունքները: Ըստ Նրանց, եթե կարելի է պնդել, որ բռնություններով հագեցած ֆիլմերը կարճաժամ-

⁹² См. Берон Р., Ричардсон Д., “Агрессия”, изд. “Питер”, Москва, 1997 г., с. 179.

կետ հատվածում ագրեսիա են առաջացնում, նույն հաջողությամբ էլ կարելի է համոզված լինել, որ ոչ թե բռնությունն դիտելն է ագրեսիա առաջացնում, այլ հակառակը՝ մեղմ ֆիլմերն են հանգստացնող ազդեցություն ունենում: Այս տեսության հաստատմանն ուղղված գիտափորձի արդյունքում ապացուցվեց, որ ամեն դեպքում ագրեսիվ ֆիլմերը զորացնում են ագրեսիան⁹³:

Մեդիայի՝ ագրեսիա առաջացնելու ուղղությամբ իրականացվող գիտափորձերի արդյունքում Բերկովիցը 1984 թ.-ին ձևակերպեց «իմացական նեոասոցիացիա»-ի տեսությունը: Ըստ իմացական նեոասոցիացիայի տեսության՝ կարդացած, տեսած, լսած տեղեկատվությանը մարդկանց արձագանքը կախված է այն մեկնաբանություններից և գաղափարներից, որոնք առաջանում են մարդու մոտ տվյալ տեղեկատվությունը դիտելու, լսելու ընթացքում: Այսինքն՝ մեդիայի կարճաժամկետ ազդեցությունը հետևանք է հիշողության մեջ գոյություն ունեցող որոշ հատվածների ակտիվացման⁹⁴: ՉԼՄ-ներով ցուցադրվող բռնությունը կարող է առաջացնել համապատասխան մտքեր և գաղափարներ, որոնք որոշ ժամանակ ուղեղում պտտվելուց հետո հետագայում կարող են վերածվել կոնկրետ զգացմունքների և վարքի: Այս տեսությունը նույնպես ապացուցվել է գիտափորձերով⁹⁵:

Կարճ ժամանակահատվածում լրատվամիջոցի առաջացրած ագրեսիայի ազդեցության մոդելներից մեկը Լ. Բերկովիցն անվանում է *փրայմինգի (priming) էֆեկտ* կամ մարդկանց գաղափարներով վարակելու գործընթաց⁹⁶: Այսինքն՝ փրայմինգն ինչ-որ քայլի կատարմանը, գաղափարների առաջացմանն (այս դեպքում ագրեսիվ գործողությունների) ազդակ հաղորդող տեղեկատվությունն է: Փրայմինգ երևույթի ուսումնասիրման ժամանակ ապացուցվեց, որ ագրեսիվ տեսարաններ պարունակող հեռուստատեսային և ռադիո նյութերը, ինչպես և ագրեսիայի նկարագրություն

⁹³ См. там же, с. 180.

⁹⁴ См. там же, с. 180.

⁹⁵ См. там же, с. 181.

⁹⁶ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 250.

պարունակող թերթային հոդվածները մարդկանց վարակում են ագրեսիվ գաղափարներով: Նման ազդեցություն դեր ունեն նույնիսկ թերթային ագրեսիվ բառակապակցությունները⁹⁷:

Այս առումով ուշագրավ է Սոյթ Լեյբ Սիթիի համալսարանում իրականացված գիտափորձը, որի ընթացքում մի քանի խումբ երիտասարդներ պետք է որոշ բառեր մտապահեին: Հետո նրանց հանձնարարեցին, որ մի խումբը մյուսին հարցնի հանձնարարված բառերը և սխալ պատասխանի դեպքում «պատժի»: Ուսանողների այն խումբը, որոնց պետք է հիշեին ագրեսիվ ենթատեքստ ունեցող բառեր (ատրճանակ, ճակատամարտ, նոկաուտ, հարված), պատժելիս ավելի ագրեսիվ էին, քան ոչ ագրեսիվ ենթատեքստ ունեցող բառեր հիշող ուսանողները⁹⁸:

Փրայմինգի միջոցով ագրեսիվ գործողությունների կամ մտքերի առաջացման հավանականությունն առավել մեծ է հեռուստատեսային նյութերում և ֆիլմերում ցուցադրվող ագրեսիայի դեպքում, որովհետև դրանցում հաճախ ագրեսիան ներկայացվում է գրավիչ, գեղեցիկ լուծումներով, գույներով և երաժշտությամբ:

Ագրեսիվ նյութի կարճաժամկետ վարակիչ ազդեցությունը փաստող մեկ այլ ուսումնասիրության ժամանակ ուսանողներին ցուցադրվել է ֆիլմ, որի ընթացքում նրանք թղթի վրա գրանցել են իրենց մոտ առաջացած գաղափարները: Պարզվել է՝ որքան կոշտ է ֆիլմում ներկայացվող ագրեսիան, այնքան ավելի խիստ և կոշտ են դրանց ազդեցությամբ առաջացող մտքերն ու գաղափարները⁹⁹:

Ագրեսիա պարունակող ֆիլմերում հաճախ գլխավոր հերոսն արդարության է հասնում ագրեսիայի դիմելու միջոցով, և ֆիլմը

⁹⁷ См. там же, с. 251:

⁹⁸ См. там же, с. 252.

⁹⁹ См. там же, с. 252: Այս գիտափորձերը նաև ապացուցեցին, որ ագրեսիայի նկատմամբ որոշակիորեն ավելի շատ տրամադրվածություն ունեցող տղամարդկանց մոտ ագրեսիվ մտքեր ծագում են համեմատաբար թույլ ագրեսիայով հագեցած ֆիլմերից: Նույն գիտափորձերը նաև հայտնաբերեցին, որ ագրեսիվ նյութի դիտումից հետո փորձի մասնակիցներն անծանոթ մարդուն առավել հաճախ են բնութագրում որպես ագրեսիվ, թշնամաբար տրամադրված անձնավորության:

երջանիկ ավարտ է ունենում («happy end»): Լ. Բերկովիցը և մոտ մեկ տասնյակ այլ գիտնականներ ապացուցել են, որ տղամարդկանց մոտ նմանատիպ ֆիլմեր դիտելուց հետո ավելանում է ագրեսիան իրենց վիրավորող, «նեղացնող» անձանց նկատմամբ¹⁰⁰: **Բացի այդ, ագրեսիայի քանակն ավելանում է այնքան, որքան ավելի հստակ և ցցուն է ագրեսիա կիրառող հերոսի արդար լինելու փաստը, գաղափարը:**

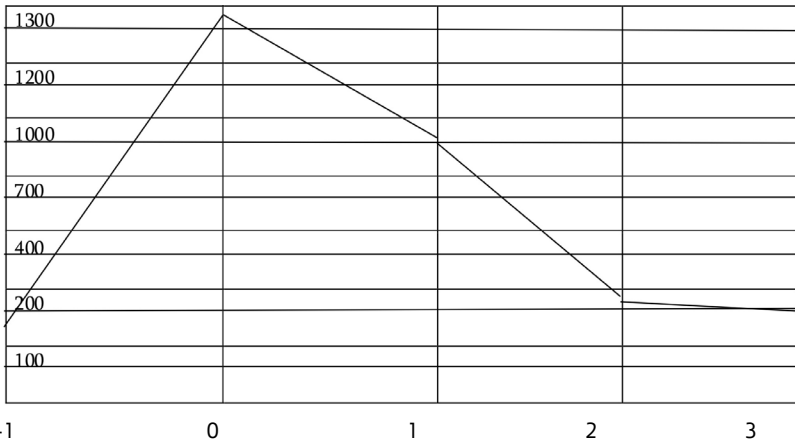
1. 5. Լրատվամիջոցներով ներկայացվող ագրեսիայի կարճաժամկետ ազդեցության մասին Դեյվիդ Ֆիլիփսի ուսումնասիրությունները

Կալիֆորնիայի Սան Դիեգո համալսարանի սոցիոլոգ Դեյվիդ Ֆիլիփսը լայնամասշտաբ ուսումնասիրությամբ հաստատել է, որ ագրեսիվ լուրերը, գեղարվեստական ֆիլմերը, հեռուստատեսային հաղորդումները կարող են կարճաժամկետ հատվածում սոցիալական բացասական ազդեցություն ունենալ լսարանի տարբեր խավերի՝ ինչպես պատանիների, այնպես էլ մեծահասակների վրա¹⁰¹:

Դ. Ֆիլիփսը կազմել է 1947-1968 թթ. տեղի ունեցած և լրատվամիջոցների կողմից լայնորեն լուսաբանված 35 ինքնասպանության ցանկ: Դետո վերցրել է երեք ժամանակաշրջաններում լուսաբանված ինքնասպանությունից մեկ ամիս առաջ, լուսաբանման ընթացքում և դրանից հետո կատարված ընդհանուր ինքնասպանությունների տվյալները (նկար 5):

¹⁰⁰ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 257.

¹⁰¹ См. там же, с. 243.



Ինքնասպանության մասին լուրը լուսաբանելուց մեկ ամիս առաջ	Ինքնասպանության մասին լուրը լուսաբանելու ամիսը	Ինքնասպանության մասին լուրը լուսաբանելուց մեկ ամիս անց
--	---	---

Նկար 5

**Ինքնասպանությունների թվի տատանումն ԱՄՆ-ում լայն
լուսաբանվող ինքնասպանությունից մեկ ամիս առաջ,
ինքնասպանության ամսում և ինքնասպանությունից մեկ
ամիս անց:**

Այսպիսով՝ պարզ է դառնում, որ ինքնասպանության լայն
լուսաբանումից հետո ինքնասպանությունների թիվը ավելանում է:
Նմանատիպ ուսումնասիրությունը Մեծ Բրիտանիայում ևս նույն
արդյունքներն է ունեցել:

Օրինակ՝ Մերլին Մոնրոյի ինքնասպանությունից հետո ԱՄՆ-
ում նկատվել է ինքնասպանությունների 12 տոկոս աճ, իսկ Մեծ
Բրիտանիայում՝ 10 տոկոս: Ֆիլիփսը նաև նկատել է, որ մահացու
եթրոլ ավտոճանապարհային պատահարի լայն լուսաբանումն

առաջացնում է նույնանման պատահարների 30 տոկոս աճ¹⁰²: Ըստ Ֆիլիփսի՝ դա տեղի է ունենում ավտոճանապարհային ինքնասպանությունների աճի հաշվին:

Ավելի ուշ Ֆիլիփսը սկսեց ուսումնասիրել, թե կարճաժամկետ հատվածում ինչ ազդեցություն է ունենում լրատվամիջոցներով ազդեցիկ լուսաբանումը սպանությունների և բռնությունների վիճակագրության վրա: Հետազոտության թիրախ ընտրվեցին պրոֆեսիոնալ բռնցքամարտի աշխարհի առաջնությունները: Ֆիլիփսն ուսումնասիրեց 1973-1978 թթ. ընթացքում ծանր քաշային բռնցքամարտի աշխարհի առաջնությունից առաջ, առաջնության ընթացքում և դրանից հետո տեղի ունեցած սպանությունների վիճակագրությունը: Այս դեպքում նույնպես բռնցքամարտի առաջնությանը հաջորդած երեք օրերի ընթացքում նկատվել է սպանությունների թվի աճ: Աճը հատկապես մեծ էր լինում այն ժամանակ, երբ բռնցքամարտի առաջնությանն անդրադառնում էին երեկոյան լուրերի ժամանակ*: Ուշագրավ էր և այն, որ երբ պարտվողը սևամորթ էր, ավելանում էր սևամորթ սպանվածների թիվը, իսկ երբ պարտվում էր սպիտակամորթ բռնցքամարտիկը, ավելանում էր սպիտակամորթ սպանվածների թիվը¹⁰³:

Վերոնշյալ ուսումնասիրությունները հիմնովին ապացուցեցին կարճաժամկետ հատվածում ազդեցիկ աճի հարցում լրատվամիջոցների ունեցած մեծ դերը: Այս դեպքում **լրատվամիջոցները, նպատակ ունենալով զվարճացնել կամ լուր հաղորդել, հանրային առանձին շերտերի մոտ արդեն գոյություն ունեցող ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումների ակտիվացման և ազդեցիկ վարքի դրդման գործոն են հանդիսանում:** Նմանատիպ

¹⁰² См. Лебедев-Любимов А., “Психология рекламы”, “Питер”, Москва, 2002 г., с. 287.

* Իսկ այն դեպքերում, երբ լրատվամիջոցներով լայն արձագանք էր գտնում որևէ հանցագործի մահապատժի կամ ցմահ բանտարկության մասին լուր, նկատվում էր սպանությունների թվի պակաս:

¹⁰³ См. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р., “Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме”, изд. Прайм-Еврознак, Москва, 2004 г., с. 416.

խնդիրն առկա է նաև Հայաստանում, որովհետև հայկական հեռուստատեսությունների լրատվական հաղորդումները պարբերաբար անդրադառնում են դաժան սպանություններին, բռնաբարություններին և այլ նմանատիպ հանցանքներին:

Այսպիսով՝ Դ. Ֆիլիպսի հետազոտություններից կարելի է ենթադրել, որ ագրեսիվ նյութերի կարճաժամկետ ազդեցությունը տևում է սկսած լուսաբանումից հետո մի քանի օրից մինչև մեկ ամիս: Հետագայում Բերկովիցն ապացուցեց, որ միանգամյա կարճաժամկետ ագրեսիան կարող է հետևանքներ ունենալ նաև երկարաժամկետ հատվածում, եթե անձի մոտ շարունակվում են ագրեսիայի մասին պատկերացումն ու հիշողությունը¹⁰⁴:

1. 6. ՉԼՄ-ներով ներկայացվող ագրեսիայի հետևանքների թուլացման հնարավորությունների քննություն

Որոշ հետազոտություններ ի հայտ են բերել պայմաններ, որոնք թուլացնում են լրատվամիջոցներով ներկայացվող ագրեսիայի ազդեցությունները: Օրինակ՝ իսրայելական կիբուցներում ագրեսիվ հեռուստահաղորդումների ազդեցությունը հասցված է նվազագույնին, քանի որ այնտեղ ընդունված է ընտանիքի անդամների հետ քննարկել հեռուստահաղորդումները և գնահատական տալ ագրեսիվ կամ բացասական այլ ազդեցություն թողնող նյութերին:

Ռուսաստանում իրականացված գիտափորձի ժամանակ մի խումբ երեխաների հնարավորություն է տրվել մասնակցելու ագրեսիայի մասին քննարկումների: Զննարկումների ավարտին նրանք պետք է մտորեին, թե ինչ բացասական ազդեցություն կարող է ունենալ ագրեսիվ պահվածքը: Հետո այդպիսի «մշակում» անցած երեխաներին մեկ այլ խումբ երեխաների հետ ցուցադրել են ագրեսիվ հաղորդումներ և հետևել նրանց վարքին: Պարզվել է, որ երեխաների այն խումբը, որը մասնակցել է ագրեսիայի վնասի մասին քննարկումներին, ավելի թույլ է ենթարկվել ցուցադրված ագրեսիայի

¹⁰⁴ См. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, изд. “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г., с. 262.

ազդեցությանը, քան երեխաների մյուս խումբը¹⁰⁵: Այսինքն՝ **լրատվա-միջոցներով հաղորդվող ագրեսիայի բացասական ազդեցությունը կարելի է թուլացնել ագրեսիայի նկատմամբ բացասական սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորելու և ամրապնդելու միջոցով**:

Կա նաև տեսակետ, որ ագրեսիան կարելի է մեղմել ծրագրավորված ագրեսիվ գործողությունների միջոցով ագրեսիան օրգանիզմից «դուրս հանելու» արդյունքում¹⁰⁶: Ըստ այդ տեսության հեղինակների՝ դա կարող է արվել, օրինակ, ագրեսիվ սպորտային խաղերի միջոցով: Սակայն հետազոտությունները ցույց են տվել, որ ագրեսիվ սպորտային խաղերը ոչ թե նվազեցնում, այլ ավելացնում են ագրեսիան¹⁰⁷: Նույնիսկ ագրեսիան «դուրս հանելու» այնպիսի առիթը, ինչպիսին պատերազմն է, ոչ թե նվազեցնում, այլ ավելացնում է ագրեսիան և սպանությունները: Այսպիսով՝ ագրեսիայի դրսևորումը ոչ թե թուլացնում, այլ ուժեղացնում է ագրեսիան: Դեռ ավելին՝ մի փոքր ագրեսիայի կիրառումն առաջ է բերում ագրեսորի ինքնաարդարացում և ագրեսիայի ավելի խիստ դրսևորումներ: Փորձերը ցույց են տվել, որ նույնիսկ այն ժամանակ, երբ զայրացած մարդը հարվածում է բռնջքամարտի տանձիկին, ագրեսիան գնալով ոչ թե պակասում, այլ ավելանում է¹⁰⁸:

Փորձերը ցույց են տվել, որ ագրեսիան նվազում է պատժի հեռանկարի առկայության կամ ոչ ագրեսիվ վարքի խրախուսման դեպքում¹⁰⁹: Երբեմն ագրեսիայից հետո ագրեսիվ պահվածքը թուլացնելն ավելի դժվար է, քան ագրեսիայի առաջացման գործոնների վրա ազդելը: Օրինակ, եթե ագրեսիան առաջանում է փողոցում պատահաբար ինչ-որ մեկին դիպչելուց, նշանակում է՝ անհրաժեշտ է անձի մոտ այնպիսի սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորել, որոնք նրան կուղղորդեն իրավիճակից դուրս գալ առանց ագրեսիվ

¹⁰⁵ См. там же, с. 277.

¹⁰⁶ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 490.

¹⁰⁷ Ինչպես արդեն նշել ենք, ֆուտբոլային խաղից հետո մասնակիցները և հանդիսատեսներն ավելի ագրեսիվ են տրամադրված լինում, քան խաղից առաջ (Arms et al., 1979, Goldstein and Arms, 1983):

¹⁰⁸ См. Майерс Д., “Социальная психология”, Москва, 2009 г., с. 492.

¹⁰⁹ См. там же, с. 493.

գործողությունների դիմելու: Այսինքն՝ անհրաժեշտ է ագրեսիան վերացնել այն առաջացնող սախապայմանների վերացման միջոցով:

Քանի որ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման կարևոր օղակը լրատվամիջոցներն են, հատկապես՝ հեռուստատեսությունը, հետևաբար՝ հանրային ագրեսիայի նվազեցման համար անհրաժեշտ է պակասեցնել ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորող հաղորդաշարերն ու ֆիլմերը կամ էլ հասարակությանը «համոզել», որ այդպիսի հաղորդումներ կամ հեռուստացույց ընդհանրապես քիչ դիտի: Երկրորդ տարբերակը համեմատաբար ավելի անարդյունավետ է, որովհետև հեռուստատեսային ագրեսիան իր գրավիչ պատկերներով զգացմունքային կախվածություն է առաջացնում, ինչից գիտակցական մակարդակում ազատվելը շատ դժվար է, երբեմն էլ առանց հոգեբանի աջակցության անհնար:

Ագրեսիայի նվազման պատճառ կարող են դառնալ նաև ոչ ագրեսիվ ավանդույթների և նորմերի սերմանումը, պահպանումն ու ամրապնդումը: Այս դեպքում ևս մեծ է լրատվամիջոցների և հատկապես հեռուստատեսության դերը:

Գլուխ 2. Ազրեսիան հայկական եթերում

2. 1. Հայկական հեռուստաեթերի որոշ դրսևորումներ՝ ազրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրի համապատկերում

Արդեն ներկայացրել ենք այն նախապայմանները, որոնց առկայության դեպքում ազրեսիան առավել արդյունավետ կերպով է ձևավորում ազրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ և ազրեսիվ վարք: Ըստ այդ մոդելավորման՝ ազրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների արդյունավետ ձևավորման նախապայմաններից մեկն այն է, որ լսարանն իրեն նույնացնի ազրեսիվ հերոսի հետ: Որքան շատ լինեն թիրախի (հանդիսատեսի) և ազրեսիվ հերոսի միջև նույնացման գործոնները (օրինակ՝ սոցիալական մշակույթ, լեզու, բարքեր և այլն), այնքան ավելի մեծ է հավանականությունը, որ թիրախի մոտ կձևավորվեն ազրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ՝ ազրեսիվ հերոսի վարքին համապատասխան¹¹⁰: Այսինքն՝ կարող ենք պնդել, որ **հայկական ապասոցիալական, ազրեսիվ ֆիլմերն ու հաղորդաշարերն առավել ուժեղ են ազդում հայ լսարանի վրա (քան արտասահմանյան ֆիլմերը), քանի որ ազդեցության գործոնն ու թիրախը նույն մշակույթի, լեզվի, սոցիալական իրականության կրողն են, հետևաբար՝ դրանք ավելի վտանգավոր են մեր հասարակության համար, քան նմանատիպ ոչ հայկական ֆիլմերն ու հաղորդումները:** Սա, իհարկե, չի նշանակում, որ արտասահմանյան ազրեսիվ ֆիլմերը և այլ նյութերը մեր լսարանի վրա ազդեցություն չեն ունենում, պարզապես այս պարագայում խոսքն առավել ուժեղ ազդեցության մասին է: Այս պատճառով երկրի ներքին հոգեբանական մթնոլորտի, բնակչության որոշակի հատվածների ապասոցիալական վարքի, սոցիալական ինստիտուտների ոչ ֆորմալ գործունեության կանխարգելման տեսանկյունից կարևոր է

¹¹⁰ См. Хьюстон М., Штребе В., “Введение в социальную психологию, европейский подход”, Москва, 2004 г., с. 318.

հասկանալ, թե ի՞նչ ազդեցություն են ունենում հայկական եթերի ամենամեծ լսարան ունեցող հաղորդաշարերն ու ֆիլմերը:

Կինեմատոգրաֆիան ուսումնասիրող սոցիոլոգիայում ընդունված է համարել, որ ֆիլմերը հասարակությունում գերակա արժեքների, հավատամքների արտացոլողներն են¹¹¹: Միևնույն ժամանակ հասարակությունում կարող են տարբեր խմբեր լինել, հետևաբար՝ տարբեր ֆիլմեր կարող են արտացոլել հասարակության տարբեր խմբերի արժեհամակարգը: Սակայն ընդունելով, որ ֆիլմերը հասարակության որոշակի խմբերի արտացոլանքն են, այս դեպքում «արտացոլելը» չպետք է հասկանալ որպես մեխանիկական գործընթաց: **Ի տարբերություն ֆիլմերի՝ հայելային արտացոլանքը պասիվ է և նպատակ չունի ազդել շրջապատի վրա, փոխել շրջապատը, իսկ ֆիլմային արտացոլանքն ակտիվ է և արտացոլելով փոխում է նաև շրջակա աշխարհը**¹¹²: Այս պատճառով ուսումնասիրելով ֆիլմերը՝ մի կողմից կարելի է հասկանալ հանրային որոշակի խմբերի աշխարհայացքն ու գաղափարները, իսկ մյուս կողմից, թե ի՞նչ արժեհամակարգ և գաղափարներ են քարոզվում հասարակության ավելի լայն շերտերին:

Ստորև ներկայացնում ենք հայկական հեռուստատեթերի ամենամեծ լսարան ունեցող հեռուստաարտադրանքներից հայկական սերիալների որոշ դրսևորումների բովանդակային վերլուծությունը:

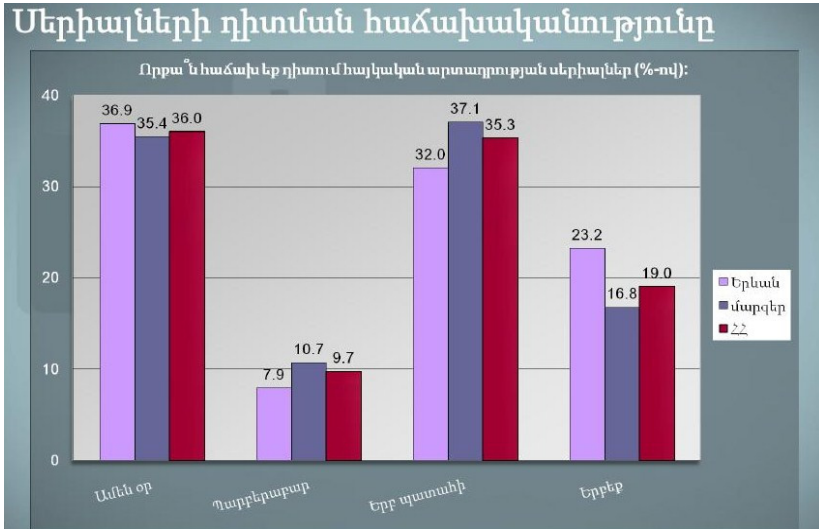
2. 2. Հայկական հեռուստասերիալների քննություն ազդեցիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրի համապատկերում. հնարավոր հետևանքները

Ըստ «Այ Փի Ես Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտի 2011 թ. հունիսի 30-ի հրապարակած «ՀՀ իշխանությունների գործունեության գնահատական-

¹¹¹ См. “Социология и кинематограф”, под общ. ред. Жабского М. И., Москва, “Канон+”, 2012 г., с. 29.

¹¹² См. там же, с. 30:

ները. տեսանելիությունը, ձեռքբերումներն ու բացթողումները և զարգացման ռազմավարական առաջարկները» հետազոտության արդյունքների՝ հայկական հեռուստատեսային սերիալները դիտում է 33 բնակչության մոտ 80 տոկոսը (նկար 6)¹¹³:

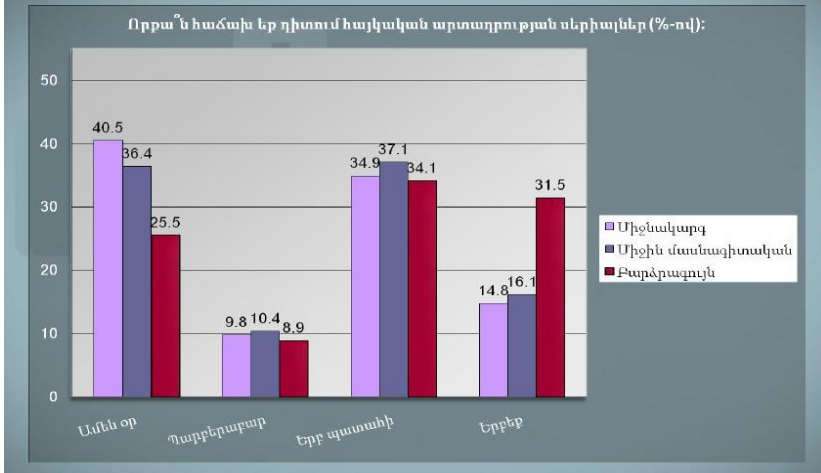


Նկար 6

Ըստ վերոնշյալ ուսումնասիրության՝ հայկական հեռուստատեսիալներն ավելի շատ դիտում են միջնակարգ և միջին մասնագիտական կրթություն ստացած անձինք, քան բարձրագույն կրթություն ստացածները (նկար 7):

¹¹³ ՀՀ կառավարության կայք՝ http://www.gov.am/u_files/file/presentations/Jun-11_IPSC_GS%20Index%20Survey%20Presentation_Website.pdf

Մերիալների դիտումն հաճախականությունը



Նկար 7

Հայ հասարակության շրջանում ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումների հնարավոր ձևավորման վրա հայկական հեռուստասերիալների ազդեցությունը պատկերացնելու համար՝ իրականացրել ենք ուսումնասիրության ժամանակահատվածում ամենահեղինակավոր հայկական երեք՝ «Ամեն 2», «Վերադարձ 2» և «Ժառանգներ» հեռուստասերիալների մշտադիտարկում (մոնիթորինգ)*: Ճիշտ է, մեր ուսումնասիրած հեռուստասերիալներից երկուսը՝ «Վերադարձ 2-ը» և «Ժառանգները», ավարտվել են 2011 թվականին, իսկ «Ամեն 2-ը»՝ 2012 թ.-ի սկզբին, բայց հետա-

* Մշտադիտարկման համար ընտրվել են այդ հեռուստասերիալները, որովհետև ըստ հեռուստաընկերությունների վարկանիշերը չափող «Տելեմեդիականտրոլ» ընկերության, որը Հայաստանում գործում է գերմանական GFK ընկերության լիցենզավորմամբ, այդ հեռուստասերիալներն ունեին ամենաբարձր վարկանիշերը: Նշենք նաև, որ հայկական եթերի երրորդ ամենահեղինակավոր սերիալը «Բանակում»-ն էր, սակայն քանի որ «Բանակում»-ի ժանրը հումորային է, իսկ մյուսներինը՝ դրամատիկ, ընտրել ենք չորրորդ ամենահեղինակավոր՝ «Ժառանգներ» սերիալը:

զոտությունը շարունակում է մնալ արդիական, որովհետև ավարտված սերիալների փոխարինողներն ընդհանուր առմամբ որևէ փոփոխություն չեն կրել:

Հայաստանի ամենահեղինակավոր սերիալների մոնիթորինգն իրականացվել է մեկ ամսվա ընթացքում 2011 թ. հունվարի 17-ից փետրվարի 12-ը: Մոնիթորինգը նպատակ ուներ վիզուալ փաստաթղթային ուսումնասիրության մեթոդով քանակական և որակական տվյալներ հավաքելու և վերլուծելու միջոցով պարզել, հասկանալ հայկական սերիալների հնարավոր երկարաժամկետ և կարճաժամկետ ազդեցությունն ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորելու հարցում:

Վիզուալ դիտման միջոցով բովանդակության ուսումնասիրություն է իրականացվել, և դրվագները դասակարգվել են ըստ ագրեսիվ և ոչ ագրեսիվ տեսարանների՝ հիմնվելով դրանց զգայական և վերբալ բովանդակության վրա: Կատարվել է 2011 թ. հունվար-փետրվար ամիսներին հեռուստասերիալներում ցուցադրված զգացմունքային, վերբալ և ֆիզիկական ագրեսիվ տեսարանների և զգացմունքային վերբալ դրական տեսարանների խմբավորում հետևյալ կերպով՝ «ֆիզիկական ագրեսիայի տեսարաններ հակառակ սեռի ներկայացուցիչների միջև», «ֆիզիկական ագրեսիա արական սեռի ներկայացուցիչների միջև», «ֆիզիկական ագրեսիա իգական սեռի ներկայացուցիչների միջև», «դաժանության տեսարաններ (արյուն, մարդկային տառապանք, ծեծ)», «վերբալ ագրեսիայի տեսարաններ հակառակ սեռի ներկայացուցիչների միջև», «վերբալ ագրեսիայի տեսարաններ իգական սեռի ներկայացուցիչների միջև», «վերբալ ագրեսիայի տեսարաններ արական սեռի ներկայացուցիչների միջև», «սթրեսային, անկումային, ընկճվածության տեսարաններ (ընկճված ձայն, դեմքի ընկճված արտահայտություն, լաց, մռայլ երաժշտություն)», «չեզոք տեսարաններ (խոսակցություն առանց որևէ զգացմունքի արտահայտման)», «դրական հույզերի տեսարաններ հակառակ սեռերի ներկայացուցիչների միջև», «դրական հույզերի տեսարաններ արական սեռի ներկայացուցիչների միջև» և «դրական հույզերի տեսարաններ իգական սեռի ներկայացուցիչների միջև»:

Նշված ժամանակահատվածում ուսումնասիրվել են ընտրված հեռուստասերիալների բոլոր սերիաները, և գրանցվել են բոլոր դրվագ-

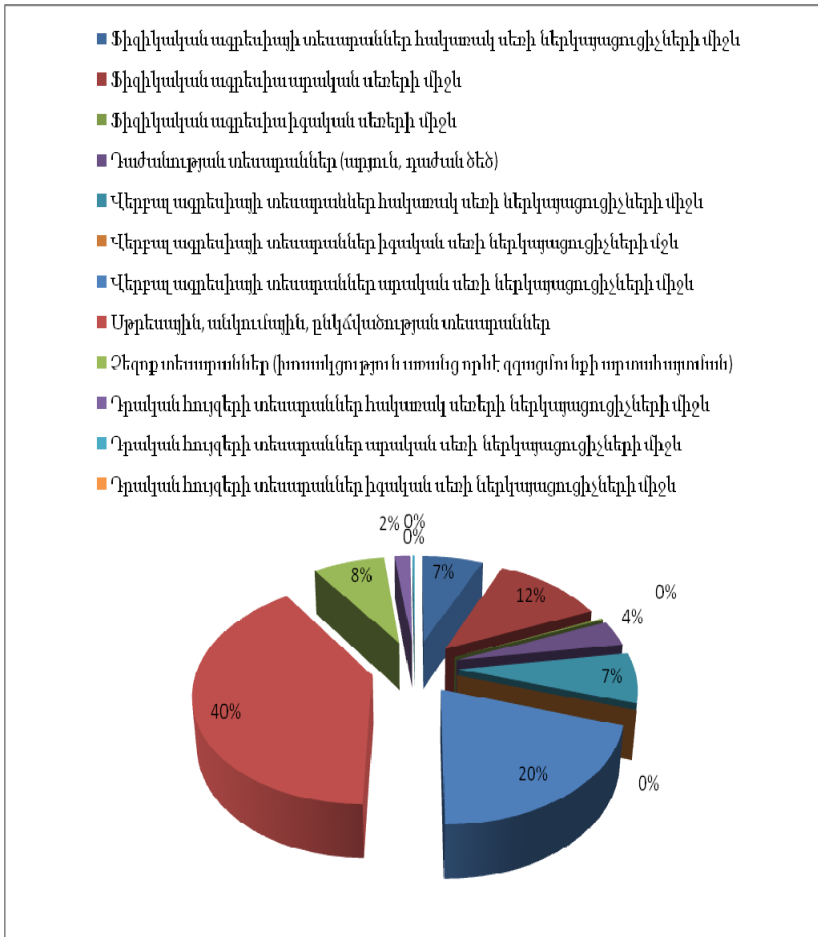
ները՝ ըստ վերոնշյալ խմբերի: Այն դրվագները, որտեղ առկա էին տարբեր, նույնիսկ իրար հակադիր սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորմանն ուղղված տեսարաններ, գրանցվել են համապատասխան խմբերում:

Ստորև ներկայացնում ենք մոնիթորինգի ենթարկված սերիալներում ցուցադրվող դրվագների ընդհանրացված քանակական պատկերը:

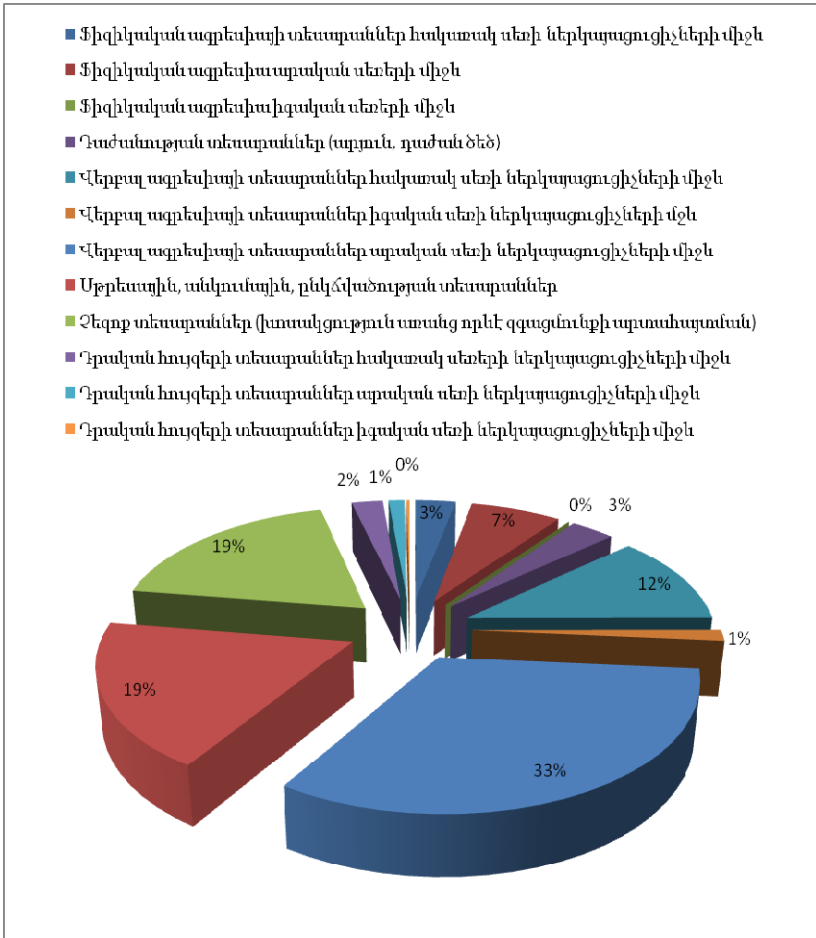
17. 01. 2011 թ. - 12. 02. 2011 թ. ընթացքում «Աննա» 2 սերիալում առկա դրվագների տեսակները



17. 01. 2011 թ.-12. 02. 2011 թ. ընթացքում «Վերադարձ 2» սերիալում առկա դրվագների տեսակները

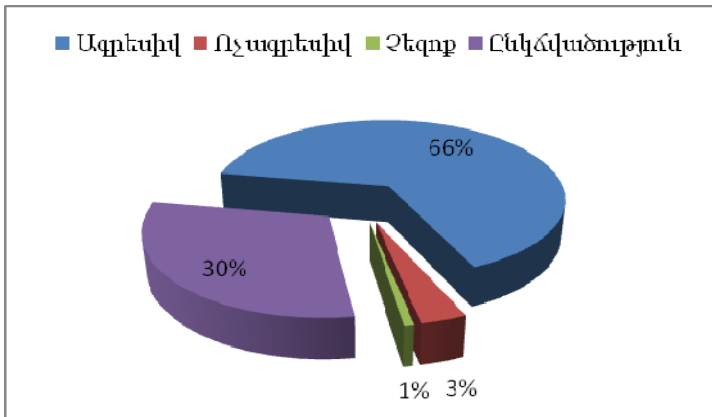


17. 01. 2011 թ.-12. 02. 2011 թ. ընթացքում «Ժառանգներ» սերիալում առկա դրվագների տեսակները

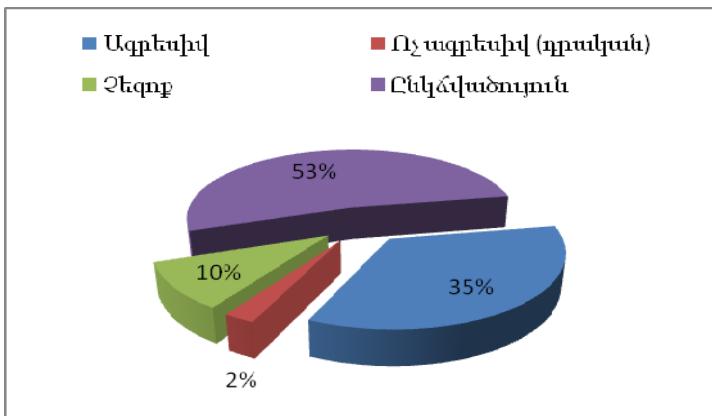


Իսկ եթե հեռուստասերիալներում ներկայացված դրվագներն ընդհանրացնենք «ագրեսիվ», «ոչ ագրեսիվ (դրական)», «չեզոք», «ընկճվածություն» խմբերում, ապա կստացվի հետևյալ պատկերը.

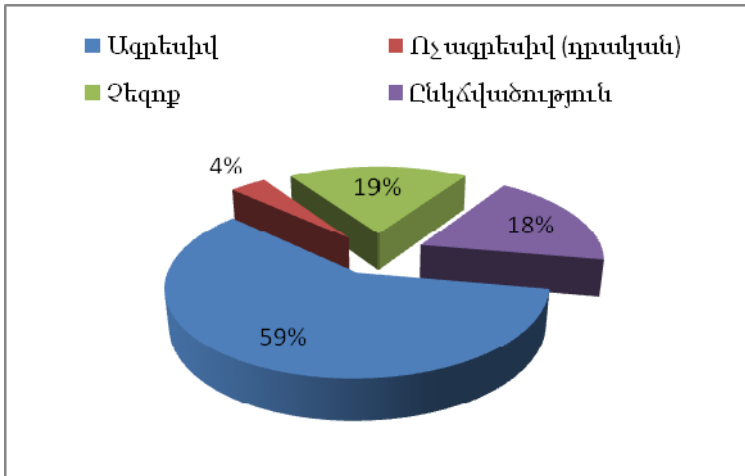
17. 01. 2011 թ. - 12. 02. 2011 թ. ընթացքում «ԱՆՆԱ» 2 սերիալում առկա դրվագների տեսակները



17. 01. 2011 թ.-12. 02. 2011 թ. ընթացքում «Վերադարձ 2» սերիալում առկա դրվագների տեսակները



17. 01. 2011 թ.-12. 02. 2011 թ. ընթացքում «Ժառանգներ» սերիալում առկա դրվագների տեսակները



Մեր կողմից իրականացված մոնիթորինգի արդյունքներից պարզ դարձավ, որ հայկական հեռուստասերիալներում գերակշռում է ազրեսիվ բովանդակությունը, որը կարող է ձևավորել ազրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ:

Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ հեռուստասերիալներ դիտելիս հաճախ ծնողների հետ ներկա են լինում նաև անչափահաս երեխաները, իսկ անչափահասների մոտ սոցիալական դիրքորոշումներ ձևավորվում են ավելի արագ, քան մեծահասակների դեպքում, ներկայացնում ենք անչափահասների կողմից իրականացվող հանցագործությունների վիճակագրությունը՝ հասկանալու համար, թե կա՞րողյոք կապ ազրեսիվ սերիալների և գրանցված հանցագործությունների միջև:

ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայությունը (ՀՀ ԱՎԾ) տրամադրել է անչափահասների մասնակցությամբ գրանցված հանցագործությունների վերաբերյալ տեղեկատվություն՝ համաձայն ՀՀ կառավարությանն առընթեր ՀՀ ոստիկանության տվյալների.

**ՀՀ-ում անչափահասների կողմից կամ նրանց մասնակցությամբ
գրանցված հանցագործությունների դեպքերի
թիվը 2005-2010 թթ.**

2005 թ.	511
2006 թ.	506
2007 թ.	563
2008 թ.	536
2009 թ.	532
2010 թ.	534

Եթե նույնիսկ անչափահասների մոտ հանցագործությունների թվի վերոնշյալ աճի պատճառը հայկական սերիալները չեն (հայկական ապաստոցիալական սերիալները զարգացել են 2007-2008 թվականներից), ապա դրանց բացասական հետևանքները դեռահասների մոտ, ամենայն հավանականությամբ, հանդես կգան երկարաժամկետ հատվածում, քանի որ այն սոցիալական կենսակերպն ու կերպարների ազդեցիկ վարքը, որոնք գերակշռում են հայկական հեռուստասերիալներում օրվա ամենաթեժ ժամերին, ենթադրում են սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորում և կենսակերպի ընդօրինակում, որովհետև լրատվամիջոցներն արժեքային համակարգ, նորմեր ձևավորող հիմնական գործոններից են¹¹⁴։ Ընդօրինակումն ավելի հավանական է անչափահասների շրջանում, քանզի վերջիններիս մոտ սոցիալականացման գործընթացը դեռ ավարտված չէ, և նրանց տեսակետները, հուզական ոլորտը և վարքը դեռևս կայունացած չեն, ուստի՝ նրանք ավելի ընկալունակ են միջավայրի տարբեր ազդեցությունների հանդեպ։

Մշակութային միջավայրը (սոցիոլոգիական տեսանկյունից մշակույթի մեջ մտնում են խոսելու, հագնվելու վարքը, ընտանեկան կյանքի կանոնները, աշխատանքային ավանդույթները, կրոնական ծեսերը, ժամանցի անցկացման մեթոդները և այլն), որտեղ անցնում է անձի մանկությունն ու պատանեկությունը, ունենում է ուղղակի

¹¹⁴ См. Мудрик А. В., “Социализация человека”, Москва, 2011 г., с. 504.

ազդեցություն մարդու պահվածքի վրա¹¹⁵: **Զանի որ հայաստանյան ընտանիքների մի մեծ հատված ամեն օր դիտում է հայկական սերիալները, դրանք չեն կարող երեխաների և պատանիների մոտ մշակութային ազդեցություն չունենալ անկախ նրանից՝ երեխաներն անծամբ են դիտում, թե ուղղակի տանը հեռուստացույցը միացված է, և ծնողներն են դիտում:** Ամեն օր մեր շրջապատում տեսնում ենք, թե ինչպես հանրաճանաչ սերիալային (սաև որոշ հեռուստահաղորդումների) հերոսների մտքերը, բառապաշարն ու պահվածքը դառնում են հանրային կրկնօրինակման (հատկապես երեխաների ու պատանիների մոտ) առարկա: Այդ կրկնօրինակումները, սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման տեսությանը համապատասխան, ի վերջո առաջ կբերեն նաև վարքի, մտածելակերպի, արժեհամակարգի առավել խորքային փոփոխություններ:

Անչափահասների իրականացրած հանցագործությունների մի հատված սոցիալական ենթատեքստ չունի, ինչը փաստում են մասնագիտական դիտարկումները: «Իրավաբանների և հոգեբանների միջազգային ասոցիացիայի» նախագահ Խաչատուր Մառոզյանը նշում է. «Անչափահասների մոտ հանցագործություն կատարելու պատճառն առաջին հերթին ոչ թե սոցիալական դրդապատճառն է, այլ մտածելակերպը: Ինքնահաստատման խնդիր է, ինչը հաճախ նաև հեռուստասերիալների ազդեցության հետևանք է»¹¹⁶:

Ըստ Պետական վիճակագրական ծառայության տվյալների՝ 2008-2009թթ. Հայաստանում գրանցվել է կրկնահանցագործությունների 16% աճ¹¹⁷: Կրկնահանցագործությունները տարեկան կայուն աճում են մոտ 7%-ով: Կրկնահանցագործությունների աճի ծավալից կարելի է ենթադրել, որ այստեղ մենք գործ ունենք հիմնականում ոչ թե իրավիճակից դրդված հանցագործության (իրավիճակից դրդված հանցագործություն կատարողի կողմից երկրորդ անգամ նույնն անելու հավանականությունն ավելի քիչ է), այլ

¹¹⁵ См. Гидденс Э., “Социология”, Москва, 2005 г., с. 39.

¹¹⁶ «Հայաստանում անգնե աչքով նկատելի է կրկնահանցագործությունների աճ», <http://www.panorama.am/am/law/2011/04/27/statistics/>

¹¹⁷ «Հայաստանում կրկնահանցագործությունների թիվը աճել է 16 տոկոսով», <http://www.panarmenian.net/arm/society/news/68424/>

հանցագործության համապատասխան կենսակերպ, աշխարհայացք ունենալու հետ, ինչը ենթադրում է ազդեցիկ գործելու պատրաստակամություն, հանցագործ կյանքի նկատմամբ դրական սոցիալական դիրքորոշումների առկայություն, որոնք մի շարք այլ գործոնների հետ զուգահեռ կարող են ձևավորվել նաև մեղիայի ազդեցությամբ*։ Նմանատիպ եզրահանգման են եկել նաև մասնագիտական խմբերը կալանավայրերում իրականացված հարցումների արդյունքում։ Ըստ ՀՀ կալանավայրերում իրականացված հարցումների՝ կատարված հանցագործությունների մոտ 30 տոկոսի պատճառը ոչ թե սոցիալական, այլ գիտակցական, մտածելակերպի ոլորտից է¹¹⁸։

Ըստ ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայության՝ 2005-2010 թթ. ընդհանուր հանցագործությունների պատկերը հետևյալն է՝

ՀՀ-ում գրանցված հանցագործությունների դեպքերի քանակը 2005-2010 թթ.

2005 թ.	8875
2006 թ.	9757
2007 թ.	8428
2008 թ.	9271
2009 թ.	14339
2010 թ.	15477

2005-2009 թթ.-ին ընդհանուր հանցագործությունների թիվը 8875-ից բարձրացել է 14339-ի։ Կտրուկ աճ է գրանցվել սկսած 2009 թ.-ից, ինչը շարունակվում է մինչև 2010 թ. (աճը համընկնում է հայկական ազդեցիվ սերիալների զարգացման փուլի հետ)։

* Մեր ուսումնասիրած սերիալներից երկուսում՝ «Վերադարձ» և «Ժառանգներ» սերիալներում քրեական վարքը դրական կերպով էր ներկայացվում։

¹¹⁸ «Հայաստանում հանցագործությունների շոշափելի աճ է գրանցվում», <http://7or.am/archives/50358>

Սոցիոլոգ Աննա Ոսկանյանը, հղում կատարելով տարբեր հետազոտությունների, նշում է, որ տարեցտարի Հայաստանում աճում են նաև սեռական բռնությունների դեպքերը¹¹⁹, ինչի առաջացման նախադրյալները նույնպես առկա են հայկական հեռուստատեսերիալներում տղամարդկանց կողմից կանանց նկատմամբ բռնության ու սեռական գրգռվածության տեսարանների տեսքով: Ա. Ոսկանյանի տվյալներն հաստատվում են նաև ՀՀ ԱՎԾ տվյալներով (նկար 3, էջ 22): Սեռական բռնությունների աճը նույնպես համընկնում է հայկական սերիալների զարգացման փուլի հետ:

Հիմնվելով դիտումով կրկնօրինակվող ագրեսիվ վարքի, ագրեսիվ մտքերի առաջացման գործընթացի տեսական բաժանման վրա¹²⁰, կներկայացնենք մշտադիտարկման ենթարկված հեռուստատեսերիալների դերն ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման հարցում:

- **Ագրեսիվ պահվածքի ականատես լինելիս անձը հայտնաբերում, սովորում է ագրեսիայի նոր մեթոդներ:** Մեր կողմից ուսումնասիրված հայկական սերիալները, բազմիցս ցուցադրելով ֆիզիկական և վերբալ ագրեսիա հակառակ և միևնույն սեռերի միջև, լսարանին մատուցում են ագրեսիվ պահվածքի նոր մոդելներ:
- **Ցուցադրվող ագրեսիան ստիպում է վերանայել նախկինում կիրառվող ինքնասահմանափակումները:** «Եթե ուրիշներն իրենց ագրեսիվ են պահում և չեն պատժվում, ապա ես նույնպես կարող եմ այդպես վարվել»: Հայկական սերիալներում գրեթե բոլոր հերոսների կողմից կիրառվող ագրեսիան կարող է լսարանի, հատկապես՝ երիտասարդների և պատանիների համար ագրեսիան զսպող սահմանափակումների թուլացման կամ վերացման պատճառ դառնալ:
- **Մշտապես ագրեսիա դիտելը կամ տեսնելը պգայական բթացում է առաջացնում:** Այսինքն՝ հայկական սերիալների ագրեսիան կարեկցական զգացմունքների բթացում, այլոց ցավի

¹¹⁹ «Հայաստանում սեռական բռնությունների թիվն աճում է. Մասնագետ», <http://news.am/arm/news/59484.html>

¹²⁰ См. Берон Р., Ричардсон Д., «Агрессия», изд. «Питер», Москва, 1997 г., с. 106.

նկատմամբ զգայական ընկալունակության կորստի պատճառ կարող է դառնալ: Սերիալների մշտական դիտողները կարող են ազդեցիկ չդիտարկել որպես հատուկ վարքի ձև և նույնիսկ մի փոքր առիթի դեպքում ազդեցիկ կիրառել:

- **Ազդեցիկի մշտական դիտումը փոխում է իրականության ընկալման անհատական զգայունակությունը:** Հայկական սերիալներում ամեն օր ազդեցիկ պահվածքի ականատես լինելու դեպքում մարդիկ կարող են մշտապես լարված, ազդեցիկ վիճակում լինել և շրջակա աշխարհն ընկալել որպես առավել ազդեցիկ, քան այն իրականում է: Օրինակ՝ «Վերակառուցման և զարգացման եվրոպական բանկի» և «Համաշխարհային բանկի» կողմից 2011 թ. իրակացված «Կյանքն անցման շրջանում» անունը կրող հետազոտությունը, որն անցկացվել է Կենտրոնական Եվրոպայի և հետխորհրդային տարածքի 33 պետություններում ու Թուրքիայում, ցույց է տվել, որ հայերը հետխորհրդային տարածքի ամենահոռետես ազգերից մեկն են: Հայաստանցիների միայն 33 տոկոսն է կարծում, որ իրենց զավակներին լավ ապագա է սպասում: Լավատեսների քանակը Հայաստանում 2006 թ.-ից ի վեր նվազել է շուրջ 10 տոկոսով¹²¹: Բացի այդ, եթե 2006 թ. միմյանց վստահում էր հայաստանցիների շուրջ 30 տոկոսը, ապա այսօր այդ ցուցանիշը գրեթե քառապատիկ անկում է արձանագրել՝ հասնելով 8 տոկոսի: Չեկոյցի հեղինակները նշում են, որ հետազոտվող տարածաշրջանում սա ամենացածր ցուցանիշն է: Անշուշտ, հայաստանյան հասարակության կողմից իրականության այսպիսի դիտարկումը արդյունք է նաև մեղիա քաղաքականության, հատկապես՝ սերիալներում ներկայացվող ազդեցիկ մոդելների և ազդեցիկ սոցիալական իրականության պատկերման ազդեցության (ազդեցիկ սերիալներն ամենամեծ լսարանն ունեն):

Բացի վերոնշյալ կետերից, սերիալներում ներկայացվող մռայլ, բացասական մթնոլորտը, գումարվելով երկրում տիրող սոցիալ-քաղաքական դժգոհություններին, կարող է ավելացնել

¹²¹ «Հայաստանում ամենալուրջ խնդիրը վստահության պակասն է», գեկույց, <http://www.azatutyun.am/content/article/24250989.html>

բացասական, բողոքական տրամադրությունները: **Մեր ուսումնասիրած սերիալների և նմանատիպ այլ հեռուստատարտադրանքի ազդեցությամբ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման կամ եղածների ակտիվացման արդյունքում շրջապատի նկատմամբ բացասաբար, դժգոհությամբ և ագրեսիվ կարող են տրամադրվել (դրան հետևող համապատասխան գործողություններով) նույնիսկ սերիալների լսարան հանդիսացող սոցիալապես ապահով խավի ներկայացուցիչները:** Այդ ամենի արդյունքում կարող են ավելանալ կոնֆլիկտային իրավիճակները, որովհետև ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներն անձի կոնֆլիկտայնությունն ավելացնող գործոններից են¹²²:

1980-ականների վերջերին և 1990-ականների սկզբներին որոշ գիտնականներ պարզեցին, որ եթե մարդիկ դրական զգացմունքային տրամադրվածություն ունեն, ապա հակված են խուսափել, չնկատել բացասական տեղեկատվությունը, և հակառակը, եթե մարդիկ ագրեսիվ, բացասական զգացմունքային լարվածություն են ապրում, ապա ձգտում են ավելի շատ կլանել բացասական, ագրեսիվ բնույթի տեղեկատվություն և խուսափում են, չեն ցանկանում նկատել դրական զգացմունքայնություն պարունակող տեղեկատվությունը, ինչի արդյունքում հայտնվում են փակ շրջանի մեջ¹²³: Ելնելով վերոնշյալ դրույթից՝ կարելի է ենթադրել, որ մեր ուսումնասիրած հայկական արտադրության սերիալներն ագրեսիվ, ընկճող հույզերով են լիցքավորում լսարանին, ինչն իր հերթին կարող է բերել դրական հույզեր պարունակող տեղեկատվության շրջանցման և ագրեսիվ, կոնֆլիկտային մթնոլորտի ձևավորման: Մինչդեռ ցանկացած երկրում ներքին լարված, կոնֆլիկտային մթնոլորտի առկայությունը տհաճ է և հոգեբանական ծանր իրավիճակ է ստեղծում:

Երկարաժամկետ հատվածում նման բովանդակությամբ սերիալների ազդեցությունն ավելի վտանգավոր է, քանի որ ագրե-

¹²² См. Анцупов А. Я., Баклановский С. В., “Конфликтология в схемах и комментариях”, “Питер”, Москва, 2007 г., с. 57.

¹²³ См. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р., “Большая психологическая энциклопедия. Психологические законы человеческого поведения”, “Прайм-Еврознак”, Москва, 2008 г., с. 231.

սիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման արդյունքում կարող է շատերի մոտ փոխվել մարդկային շփումների սոցիալական մշակույթը: Վերոնշյալ սերիալներում միմյանց նկատմաբ ագրեսիա էին դրսևորում սոցիալական և սեռական բոլոր խմբերը՝ երեխան ծնողների նկատմամբ, ծնողները՝ երեխաների, եղբայրը՝ քրոջ, դեկավարը՝ աշխատակցի, տղամարդը՝ կնոջ և այլն: Օրինակ՝ «Աննա 2» հեռուստասերիալում կրև անուևով հերոսուհին ագրեսիվ է վերաբերվում ընտանիքի բոլոր անդամների՝ և՛ մեծահասակ տատիկի, և՛ փոքրիկ Սոնայի նկատմամբ: Նույնը վերաբերում է նաև Նարեկ անուևով հերոսին և ընդհանրապես գրեթե բոլոր կերպարներին:

Յեռուևաբը կարող է լինել այն, որ հանրային որոշ շրջանակների, հատկապես՝ երեխաների, պատանիների ու երիտասարդների մոտ կարող է ձևավորվել աշխարհընկալման մի համակարգ, որտեղ սոցիալական շփման հիմնական ուղին կլինի ագրեսիան, կոնֆլիկտը, իսկ ապասոցիալական վարքը կընկալվի որպես բնականոն պահվածք: Քանի որ ագրեսիան որպես ռեակցիա դիմացինի մոտ առաջացնում է կամ պատասխան ագրեսիա, կամ էլ ընկճվածություն, ապա կարելի է ենթադրել, որ Հայաստանի լարված, կոնֆլիկտային մթնոլորտի, բնակչության ընկճվածության և հիասթափության հարցում բացի օբյեկտիվ գործոններից (սոցիալական խնդիրներ) կա նաև հեռուստատեսության ներդրումը: Յեռուստատեսության ամենամեծ լսարան ունեցող հեռուստասերիալները, կրելով բացասական՝ ագրեսիվ կամ դեպրեսիվ հուզական երանգավորում, նույն տրամադրվածությունը փոխանցում են նաև լսարանին և հասարակության կոնֆլիկտայնության մակարդակը բարձրացնող պոտենցիալ ունեն: Իսկ կոնֆլիկտային, ագրեսիվ հանրույթն ունի հետևյալ ապակառուցողական հատկությունները՝ բացասական ազդեցություն կոնֆլիկտի մասնակիցների հոգեբանության վրա, հոգեբանական և ֆիզիկական ագրեսիայի բարձր մակարդակ, սթրեսային իրավիճակ, որի արդյունքում կտրուկ ավելանում են հատկապես սրտանոթային, ինչպես նաև ստամոքսաաղիքային հիվանդությունները¹²⁴: Կոնֆլիկտի արդյունքում վատնվում են նյութական,

¹²⁴ См. Анцупов А. Я., Баклановский С. В., “Конфликтология в схемах и комментариях”, “Питер”, Москва, 2007 г., с. 119.

ներանձնային ռեսուրսները, խեղվում են միջանձնային հարաբերությունները, և քչանում է ապագայում դրանք կարգավորելու հավանականությունը: Այլ խմբի կամ անձի նկատմամբ թշնամու կերպար է ձևավորում, որպես սոցիալական փորձ՝ ամրանում է խնդիրների լուծման կոնֆլիկտային տարբերակը, անձի զարգացման վրա բացասական ազդեցություն է ունենում՝ անհավատություն արդարության նկատմամբ, դրական տեղեկատվության մերժում և այլն:

Բացի այդ, հայկական սերիալներում ներկայացվող ներընտանեկան միջանձնային հարաբերությունները նույնպես ագրեսիայի և հակասոցիալական վարքի տարրեր են պարունակում: Մեր ուսումնասիրած շրջանում «Աննա 2» սերիալում ներկայացվող 170 ագրեսիվ դրվագներից 118-ը ընտանիքի անդամների, հարազատների միջև էր, «Ժառանգներում»՝ 246-ից 154-ը, իսկ «Վերադարձում»՝ 111-ից 54-ը: Ընտանեկան հարաբերությունների նման ներկայացումը, հատկապես՝ սոցիալ-հոգեբանորեն դեռևս լիովին չձևավորված, ոչ հասուն անձանց մոտ, ամաչ է բերում ընտանեկան, ընկերական խեղված հարաբերություններ ու հակասոցիալական արժեքներ և որպես հետևանք՝ Հայաստանում ընտանեկան ինստիտուտի որոշակի թուլացում և այլասերում:

Մեր ուսումնասիրած հեռուստասերիալներում ագրեսիա էին դրսևորում նաև կանայք, որոնք մեծամասամբ ներկայանում էին ագրեսիվ կերպարներով*: Ելնելով վերոնշյալից և հաշվի առնելով ագրեսիայի ուսումնասիրման միջազգային փորձը՝ կարող ենք ասել, որ հեռուստասերիալները ևս կարող են ունենալ իրենց դերն այն հարցում, որ 2008-2009 թթ. կանանց շրջանում հանցագործությունների թվի կտրուկ աճ է գրանցվել՝ 169-ից հասնելով 353-ի¹²⁵:

Հայկական սերիալների մեկ այլ առանձնահատկությունն է համատարած շքեղ կյանքի նկարագրությունը: Եթե այդ շքեղության ցուցադրությունը դիտարկենք Հայաստանում անապահով

* Ճիշտ է, նախորդ հեռուստասերիալները մեր կողմից չեն ուսումնասիրվել, բայց մասնավոր դիտարկումներով էլ կարելի է համոզվել, որ ագրեսիայի առումով պատկերը կամ չի փոխվել, կամ էլ փոխվել է շատ աննշան:

¹²⁵ «Հայաստանում հանցագործությունների շոշափելի աճ է գրանցվում», <http://7or.am/archives/50358>

խավի հոծ զանգվածի տեսանկյունից, սերիալները կարող են նաև շքեղ կյանքն իդեալականացնող դեր ունենալ: Իսկ քանի որ ՀՀ տնտեսությունը թույլ չի տալիս լայն զանգվածներին ապրել նման ապրելակերպով, այդ դրվագների կրկնությունը կարող է շքեղ կյանքի հասնելու համար արտագաղթի կամ հակաօրինական գործողությունների պատճառ դառնալ:

Ամերիկացի գիտնականները, ուսումնասիրելով երիտասարդական հանցագործությունները, եկել են եզրակացության, որ այն համայնքներում ու ենթամշակույթներում, որտեղ կա առավել ապահով կյանքի ծագում, բայց չկան օրինական ճանապարհով դրան հասնելու տնտեսական հնարավորություններ, աճում է երիտասարդական անօրինական գործողությունների և հանցավոր խմբավորումների թիվը¹²⁶: Ամերիկացի սոցիոլոգ Էլիոթ Ջարրին ուսումնասիրությունների արդյունքում եզրակացրել է, որ ազատ շուկայական հարաբերությունների արդյունքում գովազդվող շքեղությունները սոցիալապես անապահով երիտասարդության շրջանում առաջացնում են հիասթափություն, հուսալքություն ապագայի նկատմամբ, անկարողություն զգացողություն և որպես հետևանք՝ հանցագործությունների աճ¹²⁷:

Հեռուստատեսության դերը մեծ է նաև «սոցիալական կապիտալի» ձևավորման հարցում: Ինչպես ֆիզիկական կապիտալը (հող, շինություններ, մեքենաներ և այլն), ինչպես մարդկային կապիտալը (գիտելիք, կարողություններ, արհեստ և այլն), այնպես էլ սոցիալական կապիտալն արժեքներ է արտադրում (ազնվություն, ճշտապահություն, պարտաճանաչություն և այլն) և այդ առումով հանդիսանում է ազգային հարստության մի մաս¹²⁸: Սոցիալական կապիտալը կազմված է նորմերից ու արժեքներից, որոնց հիման վրա հասարակությունը պահպանում է իր կայունությունը: Հասարակությունում սոցիալական կապիտալի դրական դերակատարման համար անհրաժեշտ է, որպեսզի սոցիալական կապիտալը բաղկացած լինի

¹²⁶ См. Гидденс Э., “Социология”, Москва, 2005 г., с. 185.

¹²⁷ См. там же, с. 295:

¹²⁸ См. Фукуяма Ф., “Великий разрыв”, Москва, “Издательство АСТ”, 2004 г., с. 27.

«ճիշտ» արժեքներից ու նորմերից (բարոյականություն, արդարություն, ազնվություն): Այդ տեսանկյունից հայկական արտադրության սերիալները ձևավորում են հանրության համար քայքայիչ, «ոչ ճիշտ» սոցիալական կապիտալ, իսկ սոցիալական կապիտալի ու հանցագործությունների միջև կապը հայտնաբերվել է վաղուց¹²⁹:

Ուսումնասիրված սերիալները, մեծ թվով ագրեսիվ տեսարանների միջոցով լսարանի մոտ քաղաքացիական լարվածություն, սթրեսային իրավիճակ ստեղծելու նրանց ներուժը կարող են համապատասխանել տեղեկատվական ոլորտում Հայաստանի հակառակորդների շահերին: Վերջերս ամերիկյան ՌԵՆԴ ուղեղային կենտրոնը ներկայացրել է երկրորդ սերնդի տեղեկատվական պատերազմների հայեցակարգը, որի կետերից մեկը պահանջում է հակառակորդի մոտ առաջացնել քաղաքացիական լարվածություն և քաոս¹³⁰: Հայկական ագրեսիվ սերիալների բարձր վարկանիշերը թույլ են տալիս ենթադրել, որ դրանք կարող են քաղաքացիական լարվածությանն աջակցող գործոն դառնալ:

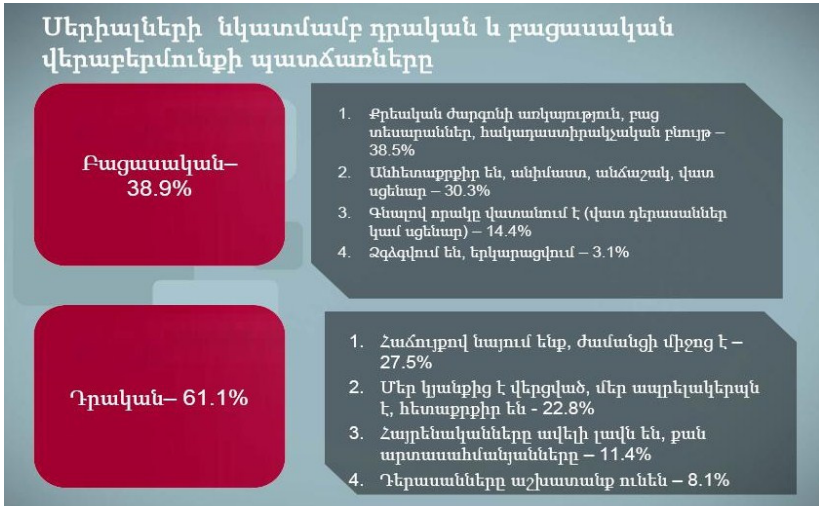
Հատկապես «Ժառանգներ» և «Վերադարձ 2» սերիալները դրական սոցիալական դիրքորոշումներ են ձևավորում քրեական վարքի ու հանցագործ անձանց նկատմամբ, ինչը Նույնքան վտանգավոր է, որքան այդ ֆիլմերում ներկայացվող մշտական ագրեսիան: Օրինակ՝ «Վերադարձ 2» հեռուստասերիալում գրեթե բոլոր տղամարդ հերոսները՝ Սեդրակ Վիկտորովիչ, Ցուկ Աբո, Աբել և այլն, դրսևորում են «զոդական», քրեական սոցիալական մշակույթի ներկայացուցիչների վարք՝ թիկնազոր, զենքի կրում, խնդիրների լուծում թիկնազորի և զենքի միջոցով, առանց օրենքի դիմելու և այլն:

Ըստ «Այ Փի Ես Սի» քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտի հետազոտության՝ հայկական սերիալների նկատմամբ բացասաբար արտահայտված բնակչության հիմնական փաստարկը ևս սերիալներում քրեական,

¹²⁹ См. там же, с. 49:

¹³⁰ Տես «Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը», «Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամ, Երևան, 2009 թ., էջ 11:

հակադաստիարակչական և երոտիկ տարրերի առկայությունն է (սկար 8)¹³¹:



Նկար 8

Ընդհանրացնելով ասվածը՝ կարելի է նշել մի շարք ոլորտներ, որտեղ հայկական արտադրության սերիալներն ունենում են իրենց բացասական ազդեցությունը.

- Լեզվամտածողության խեղումներ: Սերիալներում հաճախ օգտագործվում է տարբեր ենթամշակույթներին (հիմնականում գողական ենթամշակույթի) հատուկ լեզուն, ինչպես նաև վերբալ հաղորդակցությունը մեծամասամբ ներկայացվում է ագրեսիվ դրսևորումներով:
- Ընտանեկան ինստիտուտի խեղված պատկերի ներկայացում: Սերիալներում չկար որևէ դասական ընտանեկան հարաբերությունների օրինակ:
- Նյութապաշտական գաղափարների, շքեղ կյանքի քարոզ:

¹³¹ ՀՀ կառավարության կայք՝ http://www.gov.am/u_files/file/presentations/Jun-11_IPSC_GS%20Index%20Survey%20Presentation_Website.pdf

- «Գողական» ենթամշակույթի իդեալականացում: Դրական և բացասական հերոսներից շատերն ունեն օրինախախտ, հանցագործ վարք:
- Ոչ կառուցողական, լարված միջանձնային հաղորդակցության ներկայացում:
- Վերբալ և ֆիզիկական վարքի ագրեսիվ մոդելների քարոզ:

Կարելի է ենթադրել, որ ագրեսիան առանձնահատուկ երևույթ չէ, և որ վարքի որևէ այլ դրսևորում կարող է գերիշխող դառնալ, եթե այն ներկայացվի ՉԼՄ-ներով նույն հաճախականությամբ, ինչ հաճախականությամբ որ ներկայացվում է ագրեսիան: Այսինքն՝ այս պարագայում ագրեսիայի ազդեցության հնարավորություններն ու հետևանքները կարելի է պատկերացնել՝ ուսումնասիրելով հոգեբանական ազդեցության, սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման տեսությունները, և ըստ դրա հանրային և պետական նպատակներին համապատասխան մշակել եթերային քաղաքականություն: Եթե նորմալ է ապրել ագրեսիվ հասարակությունում, որտեղ բոլոր հարցերի ամենահարմար լուծումն ագրեսիան է համարվում, որտեղ ագրեսորներն իդեալականացվում են, դառնում են օրինակելի, կրկնօրինակման առարկա, լայն տարածում են գտնում ագրեսիվ ենթամշակույթները («գողական», «էմոներ», «ռոկերական» և այլն), ուրեմն՝ պետությունը կարող է չխառնվել ՉԼՄ-ների դաստիարակչական քաղաքականությանը և թույլ տալ, որ մարտաֆիլմերով, ագրեսիվ, լարված և սեռական տեսարաններով ու թեմաներով հագեցած լրատվամիջոցները մեծ լսարան հավաքեն և մեծ գումարներ աշխատեն:

Իսկ եթե պետությունը նպատակ ունի կառուցել ազգային և համամարդկային արժեքներով ապրող, պետությունը և երկրի օրենքները հարգող հասարակություն, ապա այլ միջոցառումներին զուգահեռ իրավիճակի բարելավմանը կօգնի ազդեցության լծակների ստեղծումը՝ լրատվամիջոցների (հատկապես՝ հեռուստատեսության) դաստիարակչական քաղաքականության վրա ազդեցության ունենալու համար: Օրինակ՝ Եվրոպայում հանրային հեռուստաընկերությունները գործում են որպես այլընտրանք կոմերցիոն հեռուստաընկերություններին և փորձում են ազդել դրանց քաղաքականության վրա, բարձրացնել կոմերցիոն հեռուստաընկերությունների քաղա-

բակրթական նշանակությունը¹³²: Հայաստանում, ինչպես տեսնում ենք սերիալների օրինակով, Հանրային և մասնավոր հեռուստաընկերությունների միջև տարբերություն չկա, իսկ Եվրոպական Միությունն ու ԵԱՀԿ-ն ամեն ինչ անում են, որ հանրային հեռուստաընկերությունները պահպանեն իրենց քաղաքակրթական նշանակությունը և չենթարկվեն շուկայական օրենքներին¹³³: Այդ նպատակների համար Ֆրանսիայում գործում է «Բարձրագույն աուդիովիզուլ խորհուրդը» (CSA), Մեծ Բրիտանիայում՝ «Կապի կառավարման» մարմինը (Ofcom) և այլն: Ընդհանրապես, կոմերցիայի չարաշահումը թույլ չտալու համար աշխարհի բազմաթիվ պետություններ մասնակցում են հեռուստատեսության եթերային քաղաքականության մշակման գործին¹³⁴: 1993 թ.-ին հանրային բողոքներից հետո ԱՄՆ կոնգրեսում հեռուստատեսային ագրեսիայի թեմայով լսումներ կազմակերպվեցին, ինչի արդյունքում 1996 թ.-ին հեռուստացույց արտադրողներին օրենքով պարտադրվեց, այսպես կոչված, «V-չիպեր» արտադրել, որոնք թույլատրում են «փակել» անցանկալի հեռուստաալիքները¹³⁵: Նոր օրենքը նաև պարտադրում էր հեռուստաընկերություններին բոլոր ծրագրերին և ֆիլմերին տալ կարգեր և նշել, թե տարիքային որ խմբի համար է նախատեսված տվյալ հեռուստաարտադրանքը: Բրազիլական հեռուստասերիալների արտադրության ամենամեծ՝ «Գլոբո» ընկերությունում սցենարի վրա աշխատում են սոցիոլոգներ և հոգեբաններ, ովքեր սցենարը մշակում են համապատասխան լսարանի և ֆիլմարտադրողի պահանջներին¹³⁶: Նման կերպով կարելի է մշակել նաև հայկական հեռուստասերիալները, որպեսզի հնարավորինս նվազեցվի դրանց բացասական ազդեցությունը: Ներկա իրավիճակից ելք է նաև հեռուստատեսությունում առկա

¹³² См. “Телевидение в Европе: регулирование, политика и независимость”, Институт открытого общества, Венгрия, 2006 г., с. 21.

¹³³ См. там же, с. 28:

¹³⁴ См. Гидденс Э., “Социология”, Москва, 2005 г., с. 397.

¹³⁵ См. Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, Москва, “Вильяме”, 2004 г., с. 207.

¹³⁶ Сайт про Латинскую Америку, <http://latindex.ru/content/articles/2445/>

բացասական երևույթների հստակ սահմանումը և եթերում դրանց վերահսկողությունը:

ՀՀ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքի 22-րդ հոդվածում («Հեռուստառադիոհաղորդումների չարաչափման անթույլատրելիությունը») նշվում է.

1. Արգելվում է հեռուստառադիոհաղորդումներն օգտագործել՝
 - 1) իշխանությունը բռնի զավթելու, Հայաստանի Հանրապետության սահմանադրական կարգը բռնությամբ փոխելու և տապալելու քարոզչության,
 - 2) ազգային, ռասայական և կրոնական թշնամանք կամ երկպառակություններ սերմանելու,
 - 3) պատերազմ քարոզելու,
 - 4) քրեորեն պատժելի կամ գործող օրենսդրությամբ արգելված արարքների կոչեր տարածելու,
 - 5) պոռնկագրություն տարածելու,
 - 6) բռնության և դաժանության պաշտամունք պարունակող կամ քարոզող հաղորդումներ հեռարձակելու նպատակներով:

Բացառություն կարող են լինել պատմափաստավավերագրական նյութերի օգտագործումն ու ցուցադրումը:

2. Երրտիկ բնույթի հեռուստառադիոհաղորդումները և սարսափ ու ակնհայտ բռնություն պարունակող ֆիլմերը, ինչպես նաև անչափահասների առողջության, մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն ունեցող հաղորդումները, բացառությամբ բաժանորդային հեռարձակման, կարող են եթեր հեռարձակվել ժամը 24.00-6.00-ն: Նման հաղորդումների որոշման չափորոշիչները սահմանվում են օրենքով¹³⁷:

Ինչպես տեսնում ենք, օրենքում հստակ նշվում է, որ կեսգիշերից առաջ չեն թույլատրվում ակնհայտ բռնություն պարունակող ֆիլմերը: Օրենքի պահպանման պատասխանատուն «Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն» է, որը, ըստ նույն օրենքի 36-րդ հոդվածի 9-րդ կետի, «հեռուստառադիոհաղորդում-

¹³⁷ «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» օրենքն ամբողջությամբ ՀՀ կառավարության կայքում՝ http://www.gov.am/u_files/file/kron/tv&radio.pdf

ների տեսագրությունների և ձայնագրությունների օգտագործման միջոցով պարզում է դրանց համապատասխանությունը գործող օրենսդրությանը»: Իսկ 58-րդ հոդվածով նշվում է, որ օրենքի խախտման դեպքում «Չեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն» իրավասու է հեռուստաընկերությանը գրավոր նախազգուշացնել, տուգանել, ապա զրկել լիցենզիայից:

Ըստ 60-րդ հոդվածի 15-րդ կետի՝ «Էրոտիկ բնույթի հեռուստառադիոհաղորդումները և սարսափ ու ակնհայտ բռնություն պարունակող ֆիլմերը, ինչպես նաև անչափահասների առողջության, մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն ունեցող հաղորդումների եթեր հեռարձակումը ժամը 24.00-ից մինչև 6.00-ն ընկած ժամանակահատվածից դուրս, բացառությամբ բաժանորդային հեռարձակման՝ առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ սահմանված նվազագույն աշխատավարձի հինգհարյուրապատիկի չափով»: Մեկ տարվա ընթացքում երկու կամ երեք անգամ վարչական տույժի ենթարկելուց հետո «Չեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովն» իրավունք ունի հեռուստաընկերությանը զրկել լիցենզիայից:

Ինչպես տեսնում ենք, օրենքում առաջին հայացքից ամեն ինչ հստակ է, և թվում է, թե նման օրենքի առկայության պայմաններում եթերում չէր կարող տեղ գտնել մեր ուսումնասիրած հեռուստաարտադրանքը: Սակայն օրենքում կան բացեր, որոնք անիմաստ են դարձնում դրա գոյությունը: Օրինակ՝ նշվում է, որ արգելվում է «ակնհայտ բռնություն», «անչափահասների առողջության, մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն» ունեցող հեռուստաարտադրանքը, սակայն չի նշվում, թե կոնկրետ ի՞նչը կարելի է հասկանալ վերոնշյալ հասկացությունների տակ:

Օրենքի մեկ այլ թերությունն այն է, որ չի նշվում, թե ի՞նչ մեթոդով է որոշվելու «մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցությունը»: Նման հետևանքները հասկանալու համար անհրաժեշտ է սոցիոլոգիական ուսումնասիրություն իրականացնել, ինչը հստակ, գիտականորեն կիմնավորի օրենքի խախտումները:

Իրավիճակից դուրս գալու ելքերից է օրենքի դրույթների հստակեցումը, ինչպես նաև անկախ գիտահետազոտական կենտրոնի հիմնումը, որն էմպիրիկ մակարդակում կուսումնասիրի հեռուստատեսության բովանդակային քաղաքականության հետևանքները և լուծումներ կառաջարկի «Չեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովին»:

Մոտ երեք տարի առաջ ՀՀ հեռուստաընկերությունների հակասոցիալական բովանդակային քաղաքականության դեմ ուղղված հասարակական բողոքների արդյունքում թեմային անդրադարձավ Նախագահ Սերժ Սարգսյանը, ով Չեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի Նախագահին հանձնարարել էր առաջարկել ձևաչափ, որը հնարավորություն կտա քաղաքացիական և հասարակական կառույցներին ներազդել հեռուստառադիոընկերությունների գործունեության բովանդակային բաղադրիչի վրա¹³⁸: Նախագահի հանձնարարականի արդյունքում շտապ կարգով ավարտվեցին այդ շրջանում հեռարձակվող քրեական, հակասոցիալական հեռուստատեսերիալները, ձևակերպվեց «Հայաստանի Հանրապետության հեռուստառադիոհեռարձակողների գործունեության էթիկական սկզբունքների խարտիա»¹³⁹: 19 կետերից բաղկացած խարտիան հստակ նշում է իդեալական հեռուստաընկերության բովանդակային կանոնները, բայց ինչպես տեսնում ենք, էթիկական նորմերը ոչ մի ազդեցություն չունեցան հեռուստաընկերությունների քաղաքականության վրա, և Նախագահի հանձնարարականի արդյունքում շտապ ավարտված հեռուստատեսերիալներին եկան նմանատիպ այլ փոխարինողներ: Ազդեցություն չունեցան նաև Չեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովի Նախագահ Գրիգոր Ամալյանի առաջարկած 3 կետերից և 12 ենթակետերից բաղկացած օրենսդրական փոփոխությունները¹⁴⁰:

¹³⁸ «Սերժ Սարգսյանն էլ է անհանգստանում հեռուստաէթերով», <http://old.hetq.am/am/society/prezident-amalyan/> :

¹³⁹ ՀՀ Հանրային խորհրդի կայք՝ <http://www.publiccouncil.am/hy/press-releases/item/2010/04/21/fc489e/>

¹⁴⁰ «Ըստ Գրիգոր Ամալյանի՝ կեսգիշերից հետո պատմությունը կարելի է խեղել», <http://ankakh.com/2010/02/23514/>:

Թերևս խնդրի լուծման արդյունավետ տարբերակ է հետազոտական կենտրոնի հիմնումը, որը կգործի կամ ինքնուրույն, կամ էլ Հեռուստատեսության և ռադիոյի ազգային հանձնաժողովին կից և կապահովի հեռուստատեսության բովանդակային քաղաքականության էմպիրիկ սոցիոլոգիական վերլուծություններով, որոնք հեռուստաընկերությունների քաղաքականության հիմք կհանդիսանան: Կարևոր է նաև քաղաքական կամքի և հետևողականության առկայությունը, քանի որ, ինչպես տեսնում ենք, նույնիսկ նախագահի հանձնարարականները չկարողացան ազդել հեռուստաընկերությունների քաղաքականության վրա:

Հայաստանում առայժմ տեղական լրատվամիջոցների քաղաքականության բացասական հետևանքների մասին գիտակցությունն առկա է հիմնականում մտավորականության որոշ շրջանակների մոտ, իսկ խնդրի գիտակցումը կարևոր է, որովհետև ներկայիս հայկական սերիալների (նաև որոշ այլ հեռուստաժրագրերի) գոյությունը հեռուստատեսությունում կխոչընդոտի ժողովրդավարական հասարակության ձևավորումանը: Հեռուստատեսություն սոցիալական ինստիտուտը ոչ ֆորմալ կրթության հիմնական դերակատարներից է¹⁴¹, իսկ սոցիոլոգիայում սոցիալական ինստիտուտի նշանակությունը դրական է համարվում, եթե այն աջակցում է հասարակությունում կայունության պահպանմանը¹⁴²: **Հայկական արտադրության սերիալների օրինակով տեսնում ենք, որ հիմնական հեռուստաընկերությունները, որպես սոցիալական ինստիտուտներ, գոնե սերիալային քաղաքականության առումով ապագործառնության (դիսֆունկցիոնալ)* նշանակություն ունեն: Իսկ սոցիալական ինստիտուտի ապագործառնության քաղաքականությունը կարող է հասարակությունում սոցիալական ապակառուցողական, քայքայիչ, դեգրադացիոն գործընթացների պատճառ հանդիսանալ¹⁴³:**

¹⁴¹ См. Комаров М. С., “Социология”, “Аспект Пресс”, Москва, 2003 г., с. 270.

¹⁴² См. “Социология”, под ред. профессора Лавриенко В. Н., “Юнист”, Москва, 2008 г., с. 228.

* Սոցիալական ինստիտուտ, որը հասարակությանը վնաս է հասցնում:

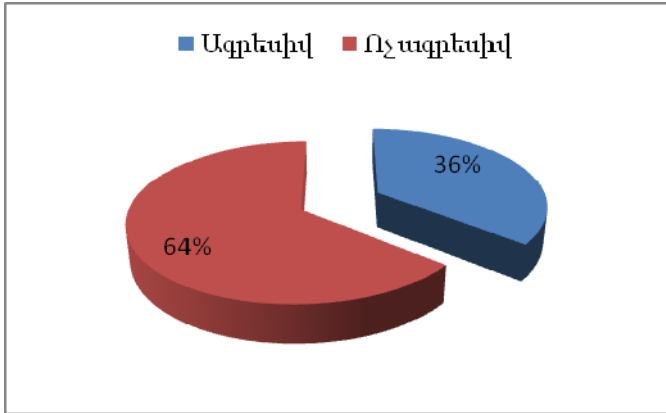
¹⁴³ См. “Социология”, под ред. профессора Лавриенко В. Н., “Юнист”, Москва, 2008 г., с. 228.

2.3. Հեռուստաֆիլմերի դերն ուսանողության շրջանում ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման խնդրում

Բացի հեռուստասերիալներից հայ հասարակությունը, քնականաբար, հնարավորություն ունի դիտել նաև այլ ֆիլմեր: Չնայած մեր կողմից ուսումնասիրված հեռուստասերիալներն ամենաբարձր վարկանիշերն ունեն, ազդեցիկ ֆիլմերի դիտման ընդհանուր պատկերը հասկանալու համար անհրաժեշտ է իմանալ, թե հեռուստասերիալներից բացի ի՞նչ ժանրի ֆիլմեր են նախընտրում դիտել Հայաստանում: Այս նպատակով ՀՀ երկու մասնավոր և երկու պետական բուհերում հարցում անցկացրեցինք: Հարցաթերթում հարցեր էին այն մասին, թե ի՞նչ ժանրի ֆիլմեր են նախընտրում դիտել ուսանողները և ի՞նչ հաճախականությամբ:

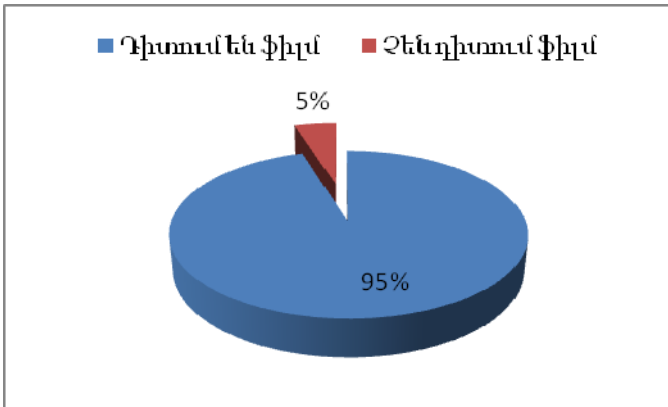
Հարցման թիրախ ընտրվել էին հատկապես ուսանողները, քանի որ երիտասարդներն սոցիալական այն խմբերից են, որոնք առավել զգայուն են զանազան ազդեցությունների նկատմամբ, բացի այդ՝ ուսանողները երիտասարդության ամենաակտիվ հատվածն են: Հարցումն ավելի շատ հետախուզական նպատակ ունի և ոլորտի վերաբերյալ նախնական տվյալներ է ներկայացնում:

Պատահական ընտրանքով տարբեր ֆակուլտետների առաջինից չորրորդ կուրսերում հարցվել է հիսուն արական և հիսուն իգական սեռի ուսանող: Նրանց տրվել են հետևյալ հարցերը՝ «Դիտո՞ւմ եք ֆիլմեր», «Ի՞նչ ժանրի ֆիլմեր եք նախընտրում դիտել» և «Ի՞նչ հաճախականությամբ եք դիտում ձեր նախընտրած ժանրի ֆիլմերը»: Հարցաշարում նշել ենք ութ ժանրի ֆիլմեր, որոնցից առնվազն երեքում (թրիլեր, մարտաֆիլմ և սարսափ ֆիլմ), վստահորեն կարելի է պնդել, որ ազդեցիկ կա: Եթե համեմատենք ազդեցիկ պարունակող ժանրի ֆիլմերի տոկոսը ոչ ազդեցիկ ժանրի ֆիլմերի հետ, կարելի է ազդեցիկ դրվագներ պարունակող ֆիլմերի դիտման քանակի մասին ընդհանուր պատկերացում կազմել, ինչը կօգնի ավելի լավ հասկանալ ազդեցիկ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման հարցում հետուստատեսության դերը: Ինչպես տեսնում ենք ստորև ներկայացվող գրաֆիկում, հարցման արդյունքում պարզվել է, որ ուսանողների 36 տոկոսը նախընտրում է ազդեցիկ ժանրերի ֆիլմեր՝ մարտաֆիլմ, թրիլեր, սարսափ ֆիլմ (նկար 8):



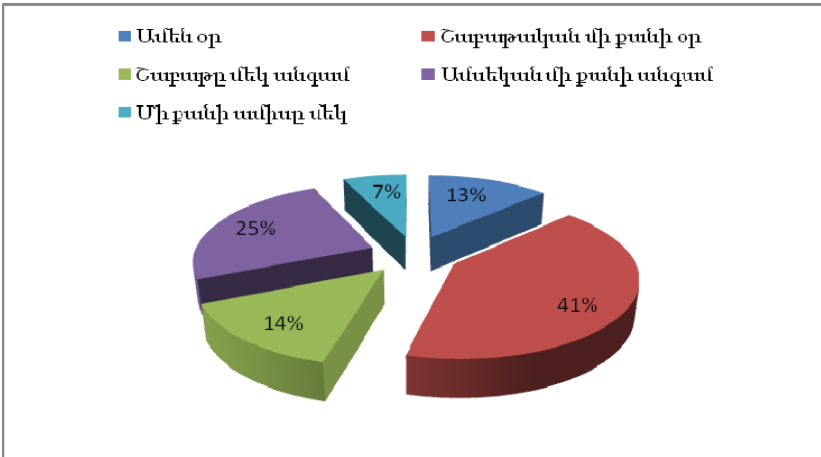
Նկար 8. Չորս բուհերի չորս հարյուր ուսանողների ազրեսիվ և ոչ ազրեսիվ ֆիլմերի դիտման քանակը տոկոսներով:

Ըստ հարցման արդյունքների՝ ուսանողների 95 տոկոսը ֆիլմեր դիտում է (նկար 9):



Նկար 9. Չորս բուհերի չորս հարյուր ուսանողների միայն հինգ տոկոսը չի դիտում ֆիլմ:

Հարցվածների 41 տոկոսը ֆիլմ դիտում է շաբաթը մի քանի անգամ (սկար 10):



Սկար 10.

Թե ի՞նչ սոցիալական դիրքորոշումներ են ձևավորում հայ ուսանողության կողմից դիտվող ֆիլմերը, ամանձին և բարդ ուսումնասիրության թեմա է, սակայն նույնիսկ միայն մեր հարցումների արդյունքում կարելի է եզրակացնել, որ ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման գործում մեծ է ֆիլմերի դերը: Հարցված ուսանողների կողմից դիտվող ֆիլմերի 36 տոկոսն ագրեսիվ ժանրերի են: Եթե դրան գումարենք բարձր վարկանիշ ունեցող հեռուստասերիալներում ներկայացվող ագրեսիայի մակարդակը (դրա բովանդակային հետազոտությունը ներկայացրել ենք Տախտորդ բաժնում), ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման առումով պատկերը մտահոգիչ է դառնում:

Սակայն կարելի է հակառակը պնդել, թե ագրեսիվ սերիալները կամ 36 տոկոս ագրեսիվ ժանրի ֆիլմեր դիտելը դեռ չի նշանակում, թե դրանք հայկական լսարանի մոտ կրկնօրինակում են առաջացնում (չնայած միջազգային գիտական ուսումնասիրությունները, որոնք ներկայացրել ենք Տախտորդ գլուխներում, հակառակն են ապացուցում: Օրինակ, Ա. Բանդուրայի 7-16 տարեկան երեխաների

շրջանում իրականացրած հարցումը, որի մասին անդրադարձել ենք 1-ին գլխի 3-րդ ենթագլխում, ցուցադրել էր, որ երեխաների 58 տոկոսը ճանաչում է հասակակիցների, որոնք գիտակցաբար կրկնօրինակում են տեսախաղերի հերոսներին¹⁴⁴: Իսկ հեռուստատեսային ազդեցիվ վարքի կրկնօրինակման առումով Բանդուրան ապացուցել է, որ երեխաների 88 տոկոսը դիտման միջոցով կրկնօրինակում է հեռուստատեսային ազդեցիան¹⁴⁵):

Հայաստանում ֆիլմերի հերոսներին կրկնօրինակող երիտասարդների տոկոսը պարզելու համար երկու պետական և երկու մասնավոր բուհերում հարցում ենք անցկացրել: Յուրաքանչյուր բուհի տարբեր ֆակուլտետների և կուրսերի 50 տղաների և 50 աղջիկների հարց տրվեց, թե նրանք ճանաչո՞ւմ են հասակակիցների, ովքեր կրկնօրինակում են ֆիլմերի հերոսներին:

Հայաստանի ուսանողության շրջանում ֆիլմերի հերոսների կրկնօրինակման քանակը պարզելու համար իրականացվել է ուսումնասիրությունն ՀՀ չորս բուհերում՝ Երևանի պետական համալսարան, Խ. Աբովյանի անվան մանկավարժական համալսարան, Հայ-ռուսական (սլավոնական) համալսարան և Երևանի Ա. Շիրակացու անվան միջազգային հարաբերությունների համալսարան: Ուսանողության հնարավորինս համահավաք կարծիքի պատկերն ունենալու համար ընտրվել են երկու պետական և երկու ոչ պետական բուհեր: Հարցումը նպատակ ուներ քանակական տվյալներ ստանալու միջոցով պարզել հեռուստատեսային հերոսներին կրկնօրինակելու միտումը:

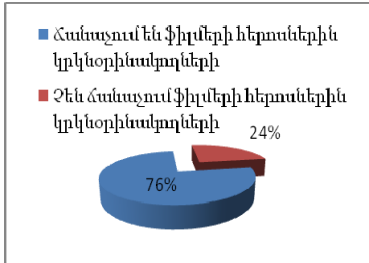
Վերոնշյալ բուհերի ուսանողների շրջանում պատահական ընտրանքի միջոցով (յուրաքանչյուր բուհի տարբեր ֆակուլտետներից և կուրսերից 50 տղա և 50 աղջիկ) անցկացվել է հարցում, թե արդյո՞ք գիտեն հասակակիցների, ովքեր կրկնօրինակում են հեռուստատեսային հերոսներին:

¹⁴⁴ Հայաստանում ազդեցիվ տեսախաղերի հնարավոր ազդեցության հետևանքների ուսումնասիրությունը նույնպես կարևոր է, ինչն առայժմ, ըստ մեր տվյալների, չի իրականացվել:

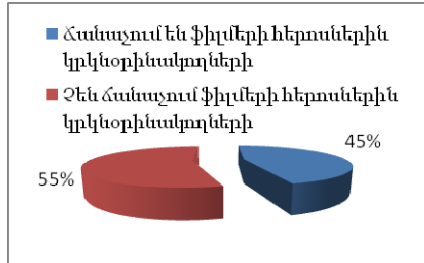
¹⁴⁵ Bandura A., (1994) «Social cognitive theory of mass communication», in J. Bryant and D. Zillman (eds) *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, p. 61-90.

Ստորև ներկայացնում ենք հարցման պատասխանների բա-
նակական տվյալները:

ԵԴՅ

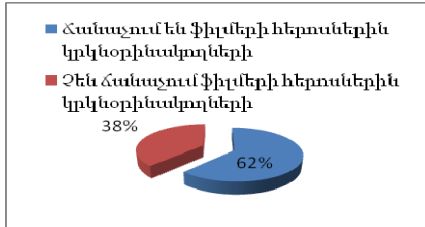


Արական

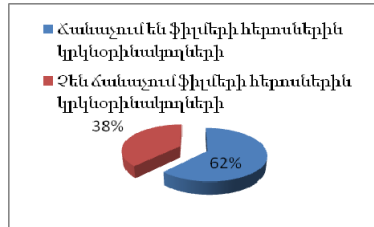


Իգական

Խաչատուր Աբովյանի անվան Երևանի մանկավարժական համալսարան

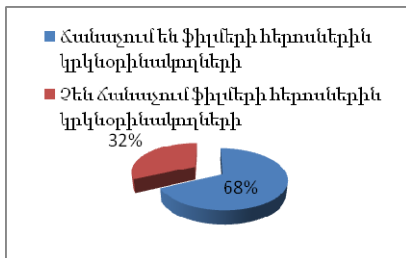


Արական

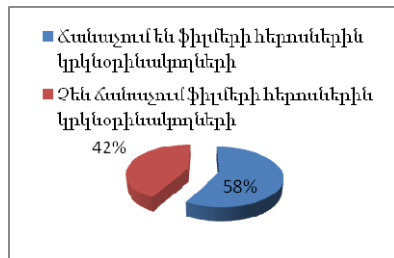


Իգական

Հայ-ռուսական (սլավոնական) համալսարան

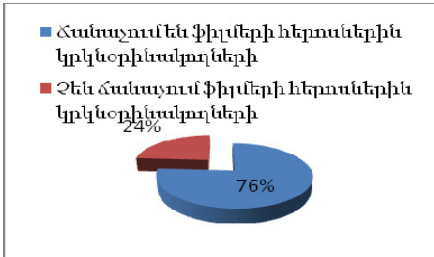


Արական

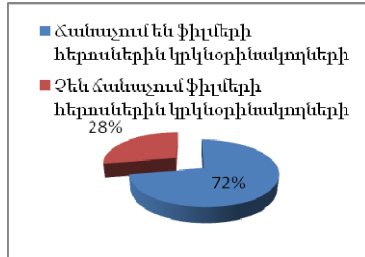


Իգական

Երևանի Անանիա Շիրակացու անվան միջազգային հարաբերությունների համալսարան

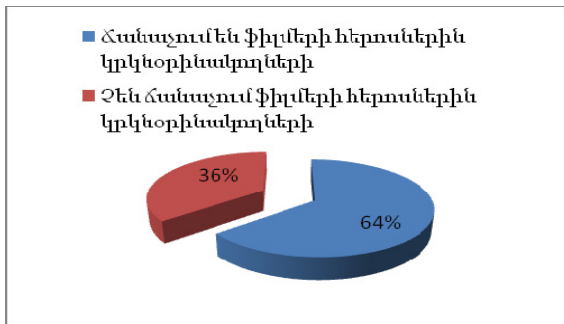


Արական



Իգական

Ստորև ներկայացնում ենք հարցման ընդհանրացված տվյալները, որոնք ցուցադրում են, որ ուսանողների մեծ մասը՝ 64 տոկոսը, ճանաչում է ֆիլմերի հերոսներին կրկնօրինակողներին:



Չորս բուհերում իրականացված հարցումների ընդհանրացված տվյալները

Գրեթե բոլոր չորս համալսարաններում էլ այն ուսանողների թիվը, ովքեր ասել են, թե ճանաչում են ֆիլմերի հերոսներին կրկնօրինակող մարդկանց, գրեթե երկու անգամ գերազանցում է այն ուսանողների թվին, ովքեր հայտնել են, թե չունեն այդպիսի ծանոթներ: Ըստ հարցումների՝ արական սեռի ուսանողները ֆիլմերի

հերոսներին կրկնօրինակող ավելի շատ մարդ են ճանաչում, քան իզական սեռի ներկայացուցիչները: Այսպիսով՝ կարելի է պնդել, որ ֆիլմերը և հեռուստաընկերությունների՝ ֆիլմերի ընտրության քաղաքականությունը Հայաստանում ազդում են երիտասարդների սոցիալ-մշակութային պատկերացումների, նրանց սոցիալական դիրքորոշումների ձևավորման վրա: Հետևաբար՝ կարելի է եզրակացնել, որ ազդեցիկ հեռուստաֆիլմերի, հեռուստասերիալների հերոսները կրկնօրինակվում են նաև հայ երիտասարդության կողմից:

Վերջաբան

Չվարճանքը դարձել է ժամանակակից հասարակությունների մեծ մասի անբաժանելի բաղադրիչը: Ի տարբերություն Լախորդ դարաշրջանների՝ մերօրյա զվարճանքն առանձնանում է տեխնոլոգիական հագեցվածությամբ: Հեռուստատեսությունը ժամանակակից մարդկանց զվարճանքի, ժամանցի կազմակերպման հարցում թերևս ամենամեծ դերն ունի: Հեռուստատեսությունն օգնում է, որ մարդիկ իրականությունից հեռանան, հայտնվեն մեկ այլ, կեղծ իրականության մեջ՝ լայնացնելով «իրական իրականության» սահմանները¹⁴⁶: Ֆիլմը, որպես հեռուստատեսային զվարճանք, սոցիոմի, լայն զանգվածների զգայական կյանքի կազմակերպման հարց է լուծում¹⁴⁷: Քանի որ հեռուստատեսության հետ անցկացրած ժամանակը, զվարճանքը լսարանից չի պահանջում մտավոր կամ ֆիզիկական որևէ ջանք, հեռուստատեսային ժամանցը վերածվել է ամենօրյա զբաղմունքի, ինչի արդյունքում մարդիկ հեռուստատեսության առջև անցկացնում են ավելի շատ ժամանակ, քան որևէ այլ գործունեության վրա*։ Այսպիսով՝ **հեռուստատեսությունը վերածվում է մի գործոնի, որը միաժամանակ լուծում է քաղաքական, սոցիալական, մշակութային, գաղափարական և նույնիսկ տնտեսական ինստիտուտների առջև դրված խնդիրները**: Այսինքն՝ հեռուստատեսությունը մի ինստիտուտ է, որը հսկայական ազդեցություն և դերակատարություն ունի մարդկանց կյանքում:

Բնականաբար, հեռուստատեսության գոյությունը ծավալվում է մի համատեքստում, որտեղ հեռուստատեսային ռեսուրսի

¹⁴⁶ См. Луман Н., “Реальность массмедиа”, Москва, Праксис, 2005 г., с. 85.

¹⁴⁷ См. “Социология и кинематограф”, под общ. ред. Жабского М. И., Москва, “Канон+”, 2012 г., с. 31.

* Մոտ ապագայում հնարավոր է հեռուստատեսության տեղը զավթի համացանցը, սակայն ներկա շրջանում հեռուստատեսությունը դեռ առաջատարն է: Բացի այդ, ընթանում է հեռուստատեսության և համացանցի գործառույթների միաձուլում, ինչի արդյունքում հեռուստատեսությունը տեղափոխվում է համացանց՝ օգտագործելով համացանցի ընձեռնած հնարավորությունները:

համար պայթարում են տարբեր շահագրգիռ ուժեր, որոնք փորձում են այդ ռեսուրսն օգտագործել իրենց նպատակների ու շահերի համար: Երբեմն այդ ուժերի դերում հանդես են գալիս պետությունները, քաղաքական, կոմերցիոն, հասարակական կառույցները: Որքան մեծ են հեռուստատեսության վրա որևէ ուժի ազդեցության հնարավորությունները և հեռուստատեսության արդյունավետ օգտագործման մասին նրանց գիտելիքային ռեսուրսները, այնքան մեծ է տվյալ ուժի ազդեցությունը հեռուստատեսության քաղաքականության մշակման և իրագործման վրա: Սա էլ իր հերթին ազդում է հասարակության կառուցվածքի, աշխարհայացքի և արժեհամակարգի ձևավորման վրա: **Այսպիսով՝ ներկայիս հայկական հեռուստատեսությունը, լինելով պատմական որոշակի օբյեկտիվ գործոնների հետևանք (խորհրդային քաղաքական, գաղափարական համակարգի քայքայման հետևանքով առաջացած վակուում, որը լցվում է ենթամշակույթների և հակամշակույթների արժեհամակարգով), միևնույն ժամանակ դառնում է Հայաստանի նոր պատմության ստեղծման, էվոլուցիայի շարժիչ գործոններից: Հետևանքը վերածվում է պատճառի:**

Այս աշխատությունում վերլուծել ենք հայկական հեռուստատեսության բովանդակության թեև միայն մի փոքր, բայց ամենահեղինակավոր հատվածը: Արդյունքում պարզվում է ներկայիս հայկական հեռուստատեսության ապակառուցողական, ապասոցիալական բնույթը: Բնականաբար, հարց է առաջանում հեռուստաընկերությունների ապակառուցողական քաղաքականությունը դրանց հետևում կանգնած ուժերի գլխավոր՞ն նպատակն է, թե՞ դա միայն կողմնակի հետևանք է:

Ինչպես տեսանք, 2009 թ.-ին նույնիսկ ՀՀ նախագահի միջնորդությունը հեռուստաընկերությունների քաղաքականության վրա որևէ ազդեցություն չունեցավ, ինչից կարելի է ենթադրել, որ Հայաստանի Հանրապետության քաղաքական ղեկավարությունը հեռուստաընկերությունների բովանդակային քաղաքականության վրա ազդեցություն գործելու հնարավորություն կամ լուրջ քաղաքական կամք չունի (խոսքը ոչ քաղաքական բովանդակության մասին է), կամ էլ ՀՀ քաղաքական ղեկավարությունը չի գիտակցում ժամանակակից հեռուստատեսության ազդեցության հետևանքներն ու

հնարավորությունները և հետևաբար՝ համապատասխան ջանք չի գործադրում հեռուստատեսության ապաստոցիալական բովանդակությունը փոխելու համար:

Հակված ենք ենթադրել, որ հայկական անկախ պետությունում իշխանությունների և քաղաքական ուժերի մոտ չկան համապատասխան գիտելիքային, վերլուծական ռեսուրսներ, որոնք կապահովեն հեռուստատեսության ազդեցության հետևանքների գիտակցումը և այդ ազդեցության հնարավորությունների օգտագործումն ի օգուտ պետական և ազգային շահերի: Անկախ Հայաստանի զոյության սկզբից միջազգային տարբեր դրամաշնորհային ծրագրերով պարբերաբար ուսումնասիրվում և խոսվում է հեռուստատեսության քաղաքական բովանդակության քաղաքականության հավասարակշռվածության անհրաժեշտության, լրատվամիջոցների կողմից տեղեկատվության անաչառ հաղորդման գործառնության կարևորության մասին: Միջազգային կառույցների կողմից հեռուստաընկերությունների համապատասխան քաղաքական բովանդակության առկայությունը ժողովրդավարական հասարակության կարևոր բաղադրիչն է, և այս ոլորտի խախտումներն ու թերացումները ներկայացվում են որպես ժողովրդավարական հասարակության ձևավորման խոչընդոտ:

Սակայն հազվադեպ են ներկայացվում, քննարկվում և վերլուծվում հեռուստաընկերությունների, ընդհանրապես լրատվամիջոցների մշակութային, ժամանցային քաղաքականության սոցիալ-մշակութային և քաղաքական հետևանքները: Արևմտյան սոցիոլոգիան բացի տեղեկատվականից, ճանաչում է լրատվամիջոցների ևս երեք գործառնություն՝ ազդեցություն հասարակության վրա, մշակութային ժառանգության փոխանցում և ժամանցային¹⁴⁸: Իսկ լրատվամիջոցների ուսումնասիրման խորհրդային դպրոցում լրատվամիջոցներին վերագրվում են ավելի լայն գործառնություն՝ սոցիալականացում, կոլեկտիվ գիտակցության ձևավորում և սոցիալական նորմերի ու կանոնների միջոցով սոցիալական կառավարում: Վաղուց ժամանակն է, որ Հայաստանում լրատվամիջոցները գիտական

¹⁴⁸ См. Конечкая В.П., “Социология коммуникаций”. М., Международный университет бизнеса и управления, 1997 г., с. 130.

և հանրային ոլորտում դիտարկվեն ոչ միայն հասարակությանը տեղեկատվություն փոխանցելու, այլ նաև գիտության կողմից ընդունված մյուս գործառնությունների տեսանկյունից: Այս աշխատությունը կարելի է հայկական հեռուստատեսության մշակութային, կոլեկտիվ գիտակցության կազմակերպման, սոցիալականացման գործառնությունները հասկանալուն ուղղված քայլ համարել:

Այսպիսով՝ հեռուստաընկերությունների ոչ քաղաքական բովանդակային քաղաքականությունը և գործառնությունները շատ կարևոր են հանրության ժողովրդավարական զարգացման համար: Ինչպե՞ս կարող է որևէ հասարակություն ժողովրդավարական արժեքներ ունենալ, երբ կարևորվում է հեռուստատեսության միայն տեղեկատվություն մատուցելու գործառնությունը և անուշադրության են մատնվում կոլեկտիվ գիտակցության կազմակերպման, սոցիալականացման, մշակութային հարստության փոխանցման, կրթական գործառնությունները և դրանց հետևանքները:

Չայաստանը երբեք չի կարող ժողովրդավարական, առողջ հասարակություն ունենալ, քանի դեռ հեռուստատեսությունը չի դիտարկվում որպես կրթական, մշակութային, սոցիալականացման, ազգի կոլեկտիվ ինքնագիտակցության կազմակերպման ինստիտուտ, իսկ հայկական հեռուստատեսության ամենամեծ լսարան ունեցող հեռուստաարտադրանքում՝ հեռուստատեսիվներում գերակշռում է ագրեսիվ, հակասոցիալական բովանդակությունը:

Վաղուց ժամանակն է, որպեսզի արդեն 20 տարիներից ավել անկախ Չայաստանը (անկախ Չայաստան ասելով՝ նկատի ունենք ՀՀ-ն և ԼՂՀ-ն) ինքնուրույն սահմանի և լուծի իր օրակարգային խնդիրները: Իսկ այդ խնդիրների մի զգալի մասի պատճառը հակասոցիալական հեռուստաարտադրանքն ու դրա հետևանքներն են:

Օգտագործած գրականություն

1. «Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը», «Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամ, Երևան, 2009 թ.:
2. Թոֆլեր Է., «Գիտելիքն ու իշխանությունը տեղեկատվական հասարակության մեջ», Երևան, 2006 թ.:
3. «Ժուռնալիստիկա», Տեսության և պատմության հարցեր, Պրակ Է, ԵՊՀ հրատ., 2006 թ.:
4. Միրաթյան Վ., «Լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները», Երևան, 2010 թ.:
5. Նալչաջյան Ա., «Հոգեբանական բառարան», «Լույս» հրատարակություն, Երևան, 1984 թ.:
6. Анцупов А., Баклановский С., “Конфликтология в схемах и комментариях”, “Питер”, Москва, 2007 г.
7. Аронсон Э., “Общественное животное”, Прайм-Еврознак, Москва, 2003 г.
8. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р., “Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме”, Прайм-Еврознак, Москва, 2004 г.
9. Арутюнян Г., «Распад «системы» и формирование будущего», Ереван, Фонд «Нораванк», 2011 г.
10. Бандура А., Уолтерс Р., “Подростковая агрессия”, ЭКСМО-Пресс, Москва, 2000 г.
11. Березкина О. П., “Социально-психологическое воздействие СМИ”, “Академия”, Москва, 2008 г.
12. Берковиц Л., “Агрессия. Причины, последствия и контроль”, “Прайм-Еврознак”, Москва, 2001 г.
13. Берон Р., Ричдарсон Д., “Агрессия”, “Питер”, Москва, 1997 г.
14. Богомолово Н., “Социальная психология массовой коммуникации”, “Аспект Пресс”, Москва, 2008 г.
15. Брайант Дж., Томпсон С., “Основы воздействия СМИ”, “Вильяме”, Москва, 2004 г.
16. Гидденс Э., “Социология”, Москва, 2005 г.
17. Зимбардо Ф., Ляйпе М., “Социальное влияние”, “Питер”, Москва, 2000 г.
18. Комаров М., “Социология”, “Аспект Пресс”, Москва, 2003 г.

19. Конечкая В., "Социология коммуникаций". Международный университет бизнеса и управления, Москва, 1997 г.
20. Кравченко А., "Общая социология", "Юнист", Москва, 2002 г.
21. Лебедев-Любимов А., "Психология рекламы", "Питер", Москва, 2002 г.
22. Луман Н., "Реальность массмедиа", Праксис, Москва, 2005 г.
23. Майерс Д., "Социальная психология", Москва, 2009 г.
24. "Медиа", под ред. Бриггза А. и Кобли П., "Юнист", Москва, 2005 г.
25. Мудрик А., "Социализация человека", Москва, 2011 г.
26. Налчаджян А., "Агрессивность человека", "Питер", Москва, 2007 г.
27. Радугин А., Радугина О., "Социальная психология", Москва, 2006 г.
28. "Социология", под ред. Лавриенко В., "Юнист", Москва, 2008 г.
29. "Социология и кинематограф", под общ. ред. Жабского М., "Канон+", Москва, 2012 г.
30. "Телевидение в Европе: регулирование, политика и независимость", Институт открытого общества, Венгрия, 2006 г.
31. Фукуяма Ф., "Великий разрыв", "Издательство АСТ", Москва, 2004 г.
32. Хьюстон М., Штребе В., "Введение в социальную психологию, европейский подход", Москва, 2004 г.
33. Baron R. and Byrne D., "Social Psychology, Understating Human Interaction". 2nd ed., Ailyan and Bacon, Boston etc., 1977.
34. Anthony R. Pratkins and Aronson E., "Age of propaganda", 2001, New York.
35. Bandura A., «Social cognitive theory of mass communication», 1994.
36. Berkowitz, L., «Aggression: Its Causes, Consequence and Cantrol», New York: McGraw-Hill. 1993.
37. Bohner G., and Wanke M., "Attitudes and attitude chenge", Psychology Press, 2002.
38. Gunter B., McAleer J., "Children and television", second edition, 1997.
39. Himmelweit H. T., Oppenheim A. N. and Vince P. "Television and the child: An Empirical Stady of the Effect of Television on the Young", London: Oxford University Press; 1958,
40. Schramm W., Lyle L. and Parker E. B. "Television in the Lives of our Children, Stanford, CA: Stanford University Press", 1961.

Օգտագործած մամուլ

1. «Ազգ» օրաթերթ, 19,01,2011թ.:
2. Wall Street Journal (1981).

Օգտագործած էլեկտրոնային կայքեր

1. <http://ankakh.com>
2. <http://molorak.info>
3. <http://www.aysor.am>
4. <http://www.azatutyun.am>
5. <http://www.crrc.am>
6. <http://www.gov.am>
7. <http://hetq.am>
8. <http://www.natnews.info>
9. <http://news.am>
10. <http://www.panarmenian.net>
11. <http://panorama.am>
12. <http://7or.am>
13. <http://www.tert.am>

Վահրամ Միրաքյան

**«ԱԳՐԵՍԻՎ ԶԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ»
ԶԵՏԵՎԱՆՔՆԵՐԸ**

Vahram Mirakyan

**CONSEQUENCES OF
“AGGRESSIVE TELEVISION”**

*Չրատարակիչ տնօրեն՝
Սիրբագրիչ՝
Համակարգչային ձևավորումը՝*

Ռուզան Սահակյան
Ալվինա Աղաբաբյան
Գևորգ Շառոյանի

Հարցերի և դիտողությունների համար գրել
vmiraqyan@gmail.com էլ. հասցեով:

Ստորագրված է տպագրության 15.02.2012: Չափսը՝ 60 x 84 1/32:
Թուղթը՝ կավճապատ: Տառատեսակը՝ «Arial AMU»:
Տպագրությունը՝ օֆսեթ: Ծավալը՝ 5.75 տպ. մամուլ:

Տպաքանակը՝ 500 օրինակ:

Տպագրվել է «Գևորգ - Հրայր» ՍՊԸ



հրատարակչությունում

Երևան, Գրիգոր Լուսավորչի 6:

Հեռ.՝ 52-79-74, 52-79-47:

Էլ. փոստ lusakn@rambler.ru