

ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՄԻՖԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄՆԵՐԻ ՄԻՋՈՑ

Վլադիմիր Հովհաննիսյան

Հաշվի առնելով այն, որ քաղաքականության մեջ ներկայումս մեծ կարևորություն են ստանում տեղեկատվությունը և տեղեկատվական տեխնոլոգիաները, ինչպես նաև քաղաքականության մեջ տեղեկատվական պատերազմների որոշիչ բնույթը (հասարակական կարծիքը մանիպուլացիայի առումով), դրանց ուսումնասիրումը և տեղեկատվական պատերազմներում քաղաքական միջերի (որպես տեղեկատվական պատերազմների հիմնական զենքի) դերի բացահայտումը մեծ արդիականություն են ստանում: Հոդվածում փորձ է արվում պարզաբանել քաղաքական միջերի բնույթը, դրանց որոշիչ դերը քաղաքական գործընթացներում, ազդեցությունը հասարակական կարծիքի ձևավորման և ուղղորդման գործընթացում, ինչպես նաև դրանց քողարկված օգտագործումը ցանկացած տեղեկատվական պատերազմում հասարակական կարծիքը մանիպուլացիայի նպատակով: Հոդվածում մի շարք կարևորագույն քաղաքական գործընթացներ մեկնաբանվում և վերլուծվում են հենց այս տեսանկյունից:

1. Քաղաքական միջեր

Օ, մարդ, ինչու՞մ ասես, որ քեզ չի կարելի համոզել...

Ադամ Վեյսհաուպտ

Քաղաքական միջին օգտագործվում է քաղաքական նպատակների (իշխանության համար պայքարի, իշխանության լեգիտիմացման, քաղաքական իշխանության) իրագործման համար: Օգտագործվելով որպես քաղաքական պայքարի գործիք՝ քաղաքական միջերը հսկայական ազդեցություն են ունենում ամբողջ հասարակության վրա: Ա.Յուլյանի արտահայտությամբ՝ «քաղաքական միջոցառման կարելի է անվանել կիրառական միջոցառում, քանի որ ցանկացած քաղաքական միջի հետևում թաքնված են որոշակի խմբերի և անհատների շոշափելի նյութական շահերը» [1, c. 57]:

Քաղաքական միջերը կարելի է բաժանել 2 հիմնական տեսակների: Առաջին տեսակը տեխնոլոգիական միջերն են, որոնք ստեղծվում են տվյալ պահի (կարճաժամկետ) խնդիրների իրագործման համար: Օրինակ, երբ ԽՍՀՄ-ում ընթանում էր պետությունների անկախացման գործընթացը, դեմո-

կրատները Ռուսաստանի անկախությունը հիմնավորելու նպատակով հորինեցին այնպիսի միջ, համաձայն որի՝ Ռուսաստանը վատ էր ապրում այն պատճառով, որ կերակրում էր մյուս պետություններին: «Բավական է ազատվել այդ բեռից, և ռուսները կապրեն շատ լավ», - պնդում էին անկախության կողմնակիցները: Այսօր այդ միջի մասին քչերն են հիշում, բայց այն տարիներին այն խաղաց իր դերը:

Այդպիսի «մեկօրյա միջերի» օրինակներ շատ կարելի է բերել: Նման միջերի կյանքը կարճատև է, քանի որ դրանք հիմնվում են հասարակական գիտակցության կոնյունկտուրային փոփոխությունների և հուզական պոռթկումների վրա՝ չդիպչելով ենթագիտակցության խոր շերտերին: Տեխնոլոգիական միջերի դեմ կարելի է արդյունավետ պայքարել՝ դրանք բանականորեն քողազերծելով, կոնտրմիջեր ստեղծելով և այլն:

Կան այլ տեսակի միջեր, որոնք կարելի է անվանել «հավերժական»: Դրանք հիմնվում են արքետիպերի վրա, և գործնականում հնարավոր չէ վերացնել դրանք, քանի որ արմատացած են տվյալ ազգի մենթալիտետի մեջ: Դրանք կարելի է ակտուալացնել, այսինքն՝ կյանքի կոչել, կամ էլ կրկին «քշել» ենթագիտակցության խորքերը՝ նրանց առջև հզոր պատվար դնելով: Օրինակ, Հիտլերն իր քարոզչությունում ակտիվորեն օգտագործում էր հին գերմանական արքետիպերը: Գերմանիայի պարտությունից հետո գերմանացիները դրանք կրկին «ուղարկեցին» ենթագիտակցություն՝ դրանց առջև որպես պատվար դնելով «մեղքի բարդույթը», որը մինչ օրս նրանց հետ է պահում հնարավոր ռևանշի ակնարկից անգամ: Իր ամբիցիաները Գերմանիան այսօր իրականացնում է տնտեսության ոլորտում: Գերմանացիների առավելությունների մասին միջն այսօր ստացել է քաղաքականապես ավելի կոռեկտ բնույթ, բայց չի անհետացել: «Mercedes»-ը և «BMW»-ն այսօր շատ ավելի մեծ հաջողակությամբ են նվաճում աշխարհը... Հավերժական միջերի ուժն այն է, որ դրանք կարող են կյանքի կոչվել այլ դիմակի տակ: Ռուսաստանում, օրինակ, «լուսավոր կոմունիստական ապագայի» մասին միջը 80-ականների վերջին և 90-ականների սկզբին փոխարինվեց «կապիտալիստական առատության» մասին միջով, որը պետք է սկսվեր շուկայական բարեփոխումներով: Իր հերթին, կոմունիստական միջը Ոսկե դարի մասին հնագույն միջի անվանափոխված ձևն է: Պատմական զարգացման արդյունքում նման փոփոխություններ կրում են նաև այլ «հավերժական» միջեր:

Քաղաքական գործիչներին միշտ հետաքրքրել է դիտարկվող խնդրի գործնական կողմը. թե ինչպես կարելի է միջերն օգտագործել իրենց շահերին համապատասխան: Ուկրաինական հետազոտող Գ.Պոչեպցովը համարում է, որ միջը ունիվերսալ կառույց է, որը միշտ կարելի է լցնել որոշակի բովանդակությամբ. «Միջը հանդես է գալիս որպես իմիջի ձևավորման սցենար, որտեղ

անմիջապես լցվում են գլխավոր հերոսի բարեկամների և թշնամիների մինչ այդ դատարկ տեղերը: Միֆը համարվում է ամբողջական կառույց, և սա է նրա օգտակարությունը, քանի որ մեծ թվով անհրաժեշտ բնութագրեր այժմ ի հայտ կգան ինքնըստինքյան՝ տանելով հասարակական գիտակցությունը դեպի այս կամ այն միֆը» [2, c. 105-106]:

Միֆի կառուցվածքն, իրոք, ունի մի շարք եզակի գծեր, որը թույլ է տալիս քաղաքական տեխնոլոգներին ստեղծել արհեստական տեխնոլոգիական միֆեր: Սակայն հարցը միայն միֆերի ստեղծումը չէ: Տեխնոլոգիական միֆը վերջին հաշվով կեղծ միֆ է, քանի որ չի հիմնվում արքետիպերի վրա, որոնք իրականում միֆի սնուցիչներն են: Ամեն ազգ ունի իր արքետիպային առանձնահատկությունները, քանի որ արքետիպերը ձևավորվում են տվյալ ազգի պատմության սկզբում: Ձևավորվելով՝ դրանք ուղեկցում են տվյալ ազգին իր ողջ պատմության ընթացքում: Այդ պատճառով քաղաքական գործիչը, միֆոլոգիական կերպար դառնալու համար, պետք է ոչ միայն ստեղծի միֆական կառույց, այլև պետք է ներդրվի ինչ-որ ազգային «հավերժական» միֆի մեջ:

Քաղաքական միֆի կարևորագույն գործառույթը տվյալ երկրում իշխանական ինստիտուտների և նրա առաջատարների լեգիտիմացումն է: Միֆը միաժամանակ իշխանության լեգիտիմության հիմքն ու պահապանն է: Այդ պատճառով այս կամ այն պետության միֆերի հանդեպ ոտնձգությունը ոտնձգություն է տվյալ պետության լեգիտիմության հանդեպ: Այսպես, խորհրդային միֆոլոգիայի ոչնչացումը արդյունքում բերեց խորհրդային իշխանության ապալեգիտիմացման և ԽՍՀՄ փլուզման: Այլ խոսքով՝ միֆերը կարող են հանդես գալ ոչ միայն որպես լեգիտիմության պահապաններ, այլև դրա խորտակիչներ: ԽՍՀՄ-ում խորհրդային միֆերը ջախջախվեցին՝ բախվելով դեմոկրատական կոնտրմիֆերին:

Հավերժական միֆերի մեջ հատուկ տեղ են գրավում ազգային միֆերը: Եթե հետևենք Լեբոնի տերմինաբանությանը, ապա հենց դրանք են կազմում «ազգի ոգին»: Ձևավորվելով ազգի կայացման փուլում՝ ազգային միֆերն ուղեկցում են նրան իր ողջ պատմության ընթացքում: Ազգային ինքնագիտակցությունը ձևավորվում է միֆերի հիման վրա և անբաժան է դրանցից: Գ.Պոչեպցովի կարծիքով՝ «ազգային տեսանկյունից բոլոր նշանակալից իրադարձություններն ամբողջովին միֆականացված են» [3, c. 216]: Ավելի ճիշտ կլինի ասել, որ պատմական իրադարձությունները միայն այն դեպքում են նշանավոր դառնում հետագա սերունդների համար, երբ ներդրված են ազգային միֆի կառուցվածքի մեջ: Այս առումով, ազգի պատմությունը միֆ է, որը ստեղծվել է ազգի կողմից իր իսկ համար: Ազգային հիշողության մեջ մտնում են այն իրադարձությունները, որոնք համապատասխանում են ազգային միֆի բնույթին: Ուստի, ինչպես տեսնում ենք, ազգային հիշողությունը համարվում է

ազգային միֆոլոգիայի կարևոր բաղկացուցիչ մասը:

Այսպիսով, քաղաքական միֆերը, ըստ Ցուլաձեի, միֆեր են, որոնք օգտագործվում են քաղաքական նպատակների, օրինակ՝ իշխանության համար պայքարի, իշխանության լեգիտիմացման, քաղաքական իշխանության իրազորման համար: Դրանք բաժանվում են 2 մասի. տեխնոլոգիական միֆեր, որոնք օգտագործվում են կարճաժամկետ նպատակների իրազորման համար և հիմնված են հասարակական գիտակցության մեջ կոնյունկտուրային փոփոխությունների վրա՝ կախված այս կամ այն պատմական իրադարձությունից կամ ժամանակաշրջանից, և հավերժական միֆեր, որոնք հիմնված են արքե-տիպերի վրա: Հավերժական միֆերի կարևոր բաղկացուցիչն են ազգային միֆերը: Միֆերի տեխնոլոգիական բնութագրերի և հասարակական գիտակցության մեջ դրանց ներդրման բացահայտմանը կանոնադաշտնանք ստորև:

2. Քաղաքական միֆոլոգիան և տեղեկատվական տեխնոլոգիաները

Ես ցավով եմ նայում իմ համաքաղաքացիների բազմությանը,
ովքեր, թերթեր կարդալով, ապրում ու մեռնում են այն հավատով,
թե իրենց ինչ-որ բան հայտնի է դարձել այն մասին,
ինչ կատարվում է իրենց աչքերի առջև:
Թոմաս Ջեֆերսոն

Ըստ Է.Թոֆլերի, եթե անցյալում իշխանությունը հենվում էր ուժի կիրառման և հարստության վրա, ապա ներկայիս իշխանությունը հիմնվում է բացառապես գիտելիքների և տեղեկատվության վրա: «Եվ յուրաքանչյուր օր- գրում է Թոֆլերը, իշխանության մյուս երկու աղբյուրները (ուժը և հարստությունը՝ Վ.Հ.) ավելի մեծ կախվածության մեջ են ընկնում գիտելիքներից» [4, c. 512]: Գիտելիքը և տեղեկատվությունը ներկայիս իշխանության հիմնական ռեսուրսներն են: Սա սկզբունքային անցում է նյութական ռեսուրսներից ոչ նյութական ռեսուրսներին:

Ցանկացած խնդիրներում (սոցիալական, տնտեսական, քաղաքական, ռազմական) տեղեկատվական դաշտի անընդհատ աճող դերը, որը ծառացել է այսօրվա հասարակության առջև, ստիպում է մեզ ավելի ուշադիր նայել այս միջոցների զինանոցին: ԶԼՄ-ին հաճախ մեղադրում են հասարակական կարծիքը մանիպուլացնելու մեջ: Օրինակ, Մ.Պարենտին կարծում է, որ զանգվածային լրատվամիջոցները «վերցնում են մեծ մասն այն տեղեկատվության և ապատեղեկատվության, որոնցից մենք օգտվում ենք սոցիալ-քաղաքական իրականությունը գնահատելիս: Մեր վերաբերմունքը պրոբլեմներին և երևույթներին, նույնիսկ մեր մոտեցումն այն բանին, թե ինչն ենք համարում պրոբլեմ կամ երևույթ, մեծ մասամբ կանխորոշված են նրանց կողմից, ովքեր

տնօրինում են հաղորդակցությունների աշխարհը» [5, c. 216]: ՁԼՄ գերխնդիրն է անընդհատ գտնվել ներկայում, այն կետում, որտեղ տվյալ պահին կատարվում է գործողությունը: ՁԼՄ-ն ստեղծում և անընդհատ վերադարձվում են միֆեր, որոնք մենք ստանում ենք նորությունների տեսքով: Այդ պատճառով ՁԼՄ-ն զանգվածային գիտակցության օպերատիվ կառավարման հզոր միջոց են համարվում:

Զանգվածային գիտակցության վրա ՁԼՄ ազդեցության ֆենոմենը կարելի է բացատրել անհատի գիտակցության և մտածողության մեջ ստերեոտիպերի առկայությամբ: Զանգվածային լրատվամիջոցներն ակտիվորեն ստեղծում են ստերեոտիպեր կամ օգտագործում են անհատի գիտակցության մեջ արդեն ձևավորված ստերեոտիպերը: Ու.Լիպմանը կարծում է, որ գոյություն ունի միայն այն իրականությունը, որն արտացոլված է ՁԼՄ-ում: Վերջիններս ստեղծում են որոշակի «կեղծ աշխարհ», որը լսարանին է ներկայացվում որպես իրական աշխարհ: Այդ աշխարհը կառուցվում է ստերեոտիպերից: Դրանք մասնակցում են նաև սևեռուն հայացքների առաջացմանը, որոնք ձևավորում են կեղծ պատկերացումներ որոշակի գաղափարների, մարդկանց կամ իրերի շուրջ: Այլ խոսքով՝ ստերեոտիպերը նենգափոխում են իրականությունը, որը թույլ է տալիս ՁԼՄ-ին ստեղծել իրականության կեղծ պատկեր՝ զանգվածային գիտակցության մեջ ներդնելով այս կամ այն ստերեոտիպը: Դրանց օգնությամբ անհատը հեշտությամբ ընկնում է ՁԼՄ ազդեցության տակ:

Զանգվածային լրատվամիջոցները հնարավոր չէ պատկերացնել առանց միֆերի: Որպեսզի տեղեկատվությունն ընկալվի միլիոնավոր մարդկանց կողմից, այն պետք է պարուրվի միֆերով: Այսօր հեռուստատեսությունը համարվում է զանգվածային լրատվության ամենաազդեցիկ միջոցը: Հենց հեռուստատեսության միջոցով է ստեղծվում վիրտուալ, միֆոլոգիական իրականությունը, որը պարտադրվում է միլիոնավոր հեռուստադիտողների: Ինչպես գրում է Գ.Պոչեպցովը, «Հեռուստատեսությունը... տվեց վիրտուալության թոփախ այն ձևը, որը հնարավոր էր միայն ժամանակակից բավական ռացիոնալ աշխարհում: Հեռուստատեսությունը ստեղծեց իրականությանն անհամարժեք հեռուստադիտողի, որը հմտորեն օգտվում է վիրտուալ օբյեկտներից, բայց շփության է մատնվում ռեալ օբյեկտների հետ աշխատելիս» [6, c. 59]: Հեռուստատեսությունը հանդես է գալիս որպես մեր տեսողության օրգանների շարունակություն: Մակայն այն, ինչ տեսնում ենք էկրաններին, ամենևին էլ մեր տեսածը չէ: Բայց հեռուստադիտողի հոգեբանությունը այնպիսին է, որ նա ուրիշի հայացքն ընդունում է որպես իր սեփականը: Այս խաբկանքի մեջ է հեռուստատեսության հսկայական ազդեցությունը մարդկանց վրա:

Հեռուստատեսությունը սոսկ միջնորդ չէ միֆեր ստեղծողների և հեռուստադիտողների միջև: Այն հատուկ միջավայր է, որը մի շարք եզակի հատկա-

նիշներ ունի, որոնք նրան դարձնում են ոչ միայն միջերը «տեղ հասցնելու», այլև դրանք արտադրելու միջոց: «Երբ օգոստոսին Մոսկվայում վառվեց Օստանկինոյի աշտարակը և մայրաքաղաքի բնակիչները մի քանի օր առանց հեռուստատեսության մնացին, իշխանությունները շտապ սկսեցին վերականգնել հաղորդիչները: Եվ դա ինքնին հասկանալի է. երկար ժամանակ ժողովրդին թողնել առանց այդ էֆեկտիվ «ռստիկանի»՝ վտանգավոր էր, քանի որ հեռուստատեսությունը միայն զվարճության միջոց չէ: Այն ակտիվորեն ազդում է մեր տրամադրության, գործողությունների, վարքի մոդելի և այլնի վրա» [1, c. 252]: Ցանկացած հեռուստաալիքի նորություն քաղաքական արտադրանք է, որ ձևավորում է պատկերացումներ աշխարհի և իրականության մասին, քանի որ տվյալ երկրում և աշխարհում կատարվում է միայն այն, ինչն ընկնում է նորությունների ծրագրի մեջ: Նորությունների ընտրությունը, դրանց տրամադրումը և մեկնաբանումը վերաբերմունք են ձևավորում կատարվածի հանդեպ, տալիս են գնահատականներ մարդկանց, իրադարձություններին և այլն: Նորությունները քաղաքական և տնտեսական ազդեցության հզոր միջոց են՝ հեռուստալսարանին մանիպուլացնելու համար:

Հեռուստատեսային նորությունները միջեր են: Դրանք հիմնված են իրական իրադարձությունների վրա (համենայնդեպս, այդպես է թվում յուրաքանչյուր հեռուստադիտողի), բայց դրանք ամենևին էլ իրականության արտացոլումը չեն: Փաստերն ընդամենը առիթ են, հեռուստատեսային միջերի ձևավորման սկզբնակետ: Ինչպես գրում է Գ.Պոչեպցովը, «այն իրականությանը մոտ է, բայց ստեղծված է» [6, c. 56]: Միաժամանակ, իրական իրադարձությունների միջական մեկնաբանումը հեռուստատեսության կողմից արվում է այնքան վարպետորեն, որ հեռուստադիտողը միջն ընդունում է որպես իրականություն: Մարդիկ հակված են հավատալ տեսածին, քանի որ տեսողական ընկալման միջոցը ենթագիտակցորեն ավելի վստահելի է թվում: Իզուր չի ասված. «Լավ է մեկ անգամ տեսնել, քան հարյուր անգամ լսել»:

«Հեռուստատեսության ազդեցության բնորոշ օրինակ են Ռ.Նիքսոնի և Ջ.Քենեդու հեռուստաբանավեճերը: Ավելի «տելեգենիկ» Քենեդին հաղթանակ տարավ ավելի «հիմնավորված» Նիքսոնի հանդեպ: Եվ որ ամենահետաքրքիրն է՝ ռադիոլսողները, որոնք չէին կարողացել տեսնել Քենեդու արտաքին առավելությունները, նախընտրությունը տվել էին Նիքսոնին: Այսպիսով, հեռուստատեսությունը խեղաթուրել էր իրականության ընկալումը» [6, c. 254]: Հետևաբար, հեռուստատեսությունը չի արտացոլում իրականությունը, ինչպես կարող է թվալ առաջին հայացքից, այլ միջականացված ձևով մեկնաբանում է այն, ինչը հեռուստադիտողն ընկալում է որպես բուն իրականություն: Այս հատկանիշը հեռուստատեսությունը դարձնում է քաղաքական միջերի ստեղծման և ոչնչացման հզորագույն միջոց:

Ընդունելով հեռուստատեսության կարևոր դերը՝ չպետք է ուշադրությունից դուրս թողնել ՋԼՄ մյուս տեսակները: ԱՊՀ տարածքում հեռուստատեսության ամենամեծ մրցակիցը մամուլն է: Այն ունի «փաստաթղթի» համոզիչ ուժ: Թերթն ավելի տևական է, քան հեռուստատեսային նկարը, այդ պատճառով թերթ կարդացողն ավելի մեծ շանսեր ունի ըմբռնելու կարդացածը, քան հեռուստադիտողը՝ տեսածը:

Որոշակի նպատակային խմբերի համար մամուլն ավելի մեծ հեղինակություն ունի, քան հեռուստատեսությունը: Գոյություն ունի ստերեոտիպ, ըստ որի՝ մամուլն ավելի լուրջ տեղեկատվության աղբյուր է, քան հեռուստատեսությունը: Այս դատողությունը շատ կարևոր է ինտելեկտուալ էլիտաների, բիզնեսի ներկայացուցիչների և այլոց համար: Մամուլը համարվում է որոշակի սոցիալական խմբին պատկանելության կարևոր գործոն: «Օրինակ, պատկառելի բիզնեսմենը կարդում է *«Коммерсантъ»*, *«Ведомости»*, կոմունիստը՝ *«Советская Россия»*, *«Правда»*, *«Завтра»* և այլն» [1, с. 266]: Այս կամ այն թերթի նախընտրությունն առավել խստությամբ է սահմանված, քան այս կամ այն հեռուստաալիքի նախընտրությունը: Հեռակառավարման վահանակի առկայությունը հանգեցրել է այն բանին, որ հեռուստադիտողների մեծ մասը դիտում է հեռուստացույց ընդհանրապես, առանց այս կամ այն հեռուստաալիքի նախընտրության, այդ պատճառով հեռուստաալիքների միջև կոշտ պայքար է գնում: Միևնույն ժամանակ, դրանք ավելի են նմանվում իրար, քանի որ վարկանիշի համար մղվող պայքարում մեկը մյուսից փոխառում է հաջողակ հաղորդումները: Թերթի բնույթն ավելի հարատև է, ավելի պահպանողական: Արմատական փոփոխությունները կարող են միայն վնասել նրան՝ վախեցնելով մշտական ընթերցողներին:

Փոքր չէ նաև տեղեկատվությունը կրողի առանձնահատկությունների նշանակությունը: Թերթը կարելի է կարդալ ցանկացած հարմար պահի (աշխատանքի վայրում, տանը, տրանսպորտում և այլն): Կարելի է դուրս գրել հետաքրքիր տողերը, կատարել գրառումներ և այլն: Այս ամենը մամուլ ընթերցելուն հաղորդում է ավելի անձնական բնույթ, քան հեռուստատեսություն դիտելու դեպքում: Տեղեկատվական պատերազմներում մամուլն օգտագործվում է այս կամ այն գործչին վարկաբեկելու նպատակով, որը հետո «պտտեցվում» է հեռուստատեսության կողմից: Մամուլի հրապարակումներից կատարված մեջբերումները հեռուստատեսությամբ հաղորդվող փաստերին տալիս են հավաստի բնույթ: Թերթերում շատ մեծ դեր են խաղում տպագրվող նկարները: Հեռուստատեսային կադրը հայտնվում և անմիջապես անհետանում է, այնինչ թերթի նկարը կարելի է ուշադրությամբ դիտել, ցանկության դեպքում նույնիսկ կտրել և հանել: Նկարները մեծ դեր են խաղում քաղաքական միջերի ստեղծման գործում:

Ուշադրության արժանի է զանգվածային լրատվության այնպիսի նոր միջոց, ինչպիսին Ինտերնետն է: «Սրա արդյունքը ինֆորմացիոն հոսքերի առավել զուգակցումն է: Մյուս կողմից՝ տեղեկատվական դաշտի առավել ազատականացումը դժվարացնում է տեղեկատվությունը գաղտնի պահելը» [6, c. 62]: Ինտերնետի դերի բարձրացումը կրեթի նրա կողմից ստեղծվող քաղաքական միջերի դերի և ազդեցության բարձրացմանը:

3. Քաղաքական միջերը որպես տեղեկատվական պատերազմի միջոց

Ինքնըստինքյան միևնույն է՝ իրական է սա կամ մեկ ուրիշ բան, բայց չափից ավելի կարևոր է, թե որքանով են հավատում, որ դա իրական է:
Ֆրիդրիխ Նիցշե

Տեղեկատվական պատերազմներն այսօր համարվում են տվյալ հասարակության զանգվածային գիտակցության վրա ազդելու ամենահզոր միջոցը՝ այդ հասարակության կողմից ազդող սուբյեկտի շահերին համապատասխանող գործողություններին հասնելու նպատակով: Ինչպես նշում է Գ.Պոչեպցովը, «Մի քանի ամսվա ընթացքում որևէ երկրի վրա ինտենսիվ տեղեկատվական ազդեցությունն ի վիճակի է այդ երկրում իշխանափոխություն առաջացնել, և դա այն դեպքում, երբ բնակչությունը նույնիսկ չի էլ կասկածում, որ այդ գործընթացների կառավարումը կրում է արտաքին բնույթ» [7, c. 55]: Տեղեկատվական պատերազմները, որոնք ուղղված են այս կամ այն երկրում իշխանափոխություն իրականացնելուն և, հետևաբար, հետապնդում են բացառապես քաղաքական նպատակներ, պետք է իրենց գործողություններում ինտենսիվորեն օգտագործեն նոր քաղաքական միջեր, ավելի ուժեղ և հզոր, քան նրանք, որոնք արդեն իշխում են տվյալ հասարակության գիտակցության մեջ: Նոր քաղաքական միջերը, որպես տեղեկատվական պատերազմի միջոց, ուղղված են գործող իշխանության քաղաքական միջերի ջախջախմանը և դրա միջոցով իշխանության ապալեգիտիմացմանը (քանզի քաղաքական միջերը ցանկացած իշխանության հիմքն են, և միջերի հանդեպ ոտնձգությունը ոտնձգություն է տվյալ իշխանության հիմքերի հանդեպ): Անվանենք այդ միջերը կոնտրմիջեր, իսկ տեղեկատվական պատերազմի արդյունքում միջերի ոչնչացումը՝ միջերի վերծանում (*дешифровка мифов*):

Գոյություն ունեցող միջեր իրականությունն է այն մարդու համար, ով հավատում է դրան: Սակայն նոր միջի ֆոնին հին միջեր դառնում է հեքիաթ և հերյուրանք: Քաղաքական պրակտիկայում միջերի առևանգումը (*похищение мифов*) շատ տարածված է: Բավական է հիշել, թե ինչպիսի դեր խաղացին ծաղրն ու երգիծանքը խորհրդային միֆոլոգիայի ջախջախման հարցում:

Խորհրդային իշխանությունը զրկվեց իր սուրբ բնույթից Խրուշչովի կողմից Ստալինի անձի պաշտամունքի քննադատության արդյունքում: Ինքը՝ Խրուշչովը, դարձավ իր իսկ գործողությունների գոհը: Նա «զրկեց խորհրդային իշխանությունը անառիկության և վերին իմաստության այն բնույթից, որը մի ժամանակ ընդունում և խոստովանում էր երկրի քաղաքացիների մեծ մասը: Լինելով պարզամիտ՝ Խրուշչովը ոչնչացրեց այն հոգեբանական սահմանները, որոնք բաժանում և պաշտպանում էին խորհրդային իշխանությունը ծաղրից և քննադատությունից: Անհամար անեկդոտների սիրված հերոս Խրուշչովը չէր ընդունվում ոչ որպես իմաստուն, ոչ որպես ահեղ» [8, c. 273]: Խրուշչովի խեղկատակային կերպարով իշխանությունը ծաղրում էր ինքն իրեն: ԽՍՀՄ ժողովուրդն արթնացավ «բոլոր ժամանակների և ժողովուրդների» առաջնորդի հիպոթոսից Խրուշչովի կոմիզմի շնորհիվ: Առաջնորդի կերպարի նշանակությունը, որը խոր իմաստ ուներ ստալինյան միֆոլոգիայում, սին բնույթ ստացավ Խրուշչովի օրոք: Վերջինս, ինքն այդ չցանկանալով, ոչնչացրեց խորհրդային իշխանության միֆերը, զրկեց այն լեգիտիմությունից: Այս հարվածից խորհրդային իշխանությունն այդպես էլ չկարողացավ ուշքի գալ:

Նախկին սիմվոլիկ համակարգի, նրա միֆոլոգիայի կործանման սխեման կարելի է ներկայացնել Լենինի կերպարի «քայքայման» օրինակով, երբ գուգահեռ ոչ պաշտոնական տեղեկատվական դաշտում սկսեցին գործել անեկդոտները: «Հետաքրքիր է, որ անեկդոտն «աշխատում» է նույն բնութագրերի վրա. Լենինի բարությունը, Լենինի խելքը և այլն: Անեկդոտն այդ բնութագրերը վերափոխում է հակաբնութագրերի՝ արդյունքում ջախջախելով գույտ դրական երանգավորում ունեցող կերպարը» [6, c. 134]:

Հետաքրքիր է Երկրորդ համաշխարհային պատերազմի պատմությունից հակառակորդի ապամիֆոլոգացման օրինակը: Հայտնի է, որ Հիտլերը սիրում էր իրեն համեմատել Նապոլեոնի հետ: Բնականաբար, խորհրդային քարոզչությունը չէր կարող անուշադրության մատնել այդ փաստը: 1941թ. նոյեմբերի 6-ի ելույթում Ստալինը հայտարարեց, որ «Հիտլերը նման է Նապոլեոնին ոչ ավելի, քան կատուն առյուծին» [9, c. 32]: Եվ սա՝ այն դեպքում, երբ «կատվի» գորքերը կանգնած էին Մոսկվայի տակ: Այնուամենայնիվ, խորհրդային քարոզչությունը սկսեց ստեղծել ծիծաղելի, հիմար, անմիտ և կիսագրագետ եֆրեյտորի կերպարը, որը կարողացել էր հասնել իշխանության: Հիտլերին համընդհանուր ծիծաղի արժանացրին, և դա ինչ-որ առումով օգնեց հաղթահարել նրա հանդեպ ունեցած վախը: Խորհրդային մամուլն ամենանվաստացուցիչ արտահայտություններ էր անում ֆյուրերի և նրա շրջապատի հասցեին՝ ըստ սովորության անվանափոխելով և կեղծելով իրականությունը:

Այսպիսով, միֆերի «առևանգումը» թույլ է տալիս վերադառնալ իրականությանը, ազատվել միֆի գայթակղությունից: Սակայն այդ զգացումը կարճա-

տն է և երևակայական: Իրականությունը միշտ խույս է տալիս մեզնից: Ազատվելով մի միֆից՝ մարդը «բացվում» է մեկ այլ միֆի առջև, և դա ակտիվորեն օգտագործվում է տեղեկատվական պատերազմների կողմից:

«Վերակառուցման» տարիներին շատերն այն խաբկանքի մեջ էին, թե ոչնչացնելով խորհրդային պատմության միֆոլոգիան, կարելի է հասնել «իրական» պատմությանը: Մակայն դա տեղի չունեցավ այն պարզ պատճառով, որ տեխնոլոգիական միֆերը հնարավոր է ոչնչացնել միայն այլ միֆերի միջոցով: Ուստի, խորհրդային միֆերի փոխարեն հայտնվեցին «դեմոկրատական» միֆերը: («Դեմոկրատական միֆեր» անվանումը պայմանական բնույթ ունի, քանի որ արտացոլում է ոչ թե դասական դեմոկրատիայի տեսության միֆերը, այլ այն խմբի միֆերը, որն ինքն իրեն իրեն կոչում էր «դեմոկրատ»):

«80-ականների սկզբին հերոնսոկրատիան (ծերերի իշխանությունը) գրեթե կործանեց խորհրդային միֆը: Չկային ձգող կերպարներ, որոնք կկարողանային համախմբել ժողովրդին նոր «սխրանքների» համար: Միֆը ծերացել էր և զառամել իր կրողների նման» [1, c. 192]: Միաժամանակ, զառամյալ խորհրդային միֆը սկսեց զիջել երիտասարդ և դինամիկ սպառողական միֆին, որը ստղծեց Արևմուտքից: Մակայն բազմաթիվ խոչընդոտները, որ ստեղծում էր խորհրդային իշխանությունը, տալիս էին հակառակ էֆեկտը: Նրանք ստեղծում էին լարվածության դաշտ, որտեղ արևմտյան միֆերն աճում էին դրոժի պես: Միֆերի հետ հնարավոր չէ պայքարել արգելքների միջոցով: Դրանց դեմ ռացիոնալ հիմնավորումներն անգոր են: Որքան էլ միֆը հերքող փաստեր չիրապարակվեն, միևնույն է, կհավատան այն բանին, ինչը ներգրվում է միֆի մեջ: Միֆը, որն իշխում է մարդու գիտակցության վրա, ցրում է այն ամենը, ինչը սպառնում է նրա ամբողջությանը: Տեղեկատվական պատերազմում, երբ կողմերից մեկը ոտնձգություն է անում իշխանության միֆերի հանդեպ, կարելի է արդյունավետ պայքարել միայն նոր, ավելի հզոր քաղաքական միֆեր ստեղծելով, կամ էլ վերծանելով հակառակորդի կողմից հրամցվող կոնտրմիֆերը:

«Գալով իշխանության՝ Գորբաչովը փորձեց խորհրդային միֆոլոգիայի մեջ նոր շունչ մտցնել: Դա միֆերի մոդեռնացման, նրանց ազդեցության ուժը մեծացնելու փորձ էր: Սկզբում ստեղծվեցին «հայելային» միֆերը: Դրա համար գործող միֆերում փոխվեցին «չարագործների» և «զոհերի» դերերը: Դերերի փոփոխումը գլխիվայր շուտ է տալիս միֆը: Ստացվում է միֆի հայելային արտացոլումը՝ կառուցվածքը նույնն է, բայց գործող անձինք փոխվել են տեղերով: Ստալինի օրոք գնդակահարված «չարագործները» և «ժողովրդի թշնամիները» վերածվեցին հերոսների: Հիշենք, թե վերակառուցման տարիներին ինչպես սկսեցին փայլել «հանճարեղ զորավար» Տուխաչևսկու, «բյուրեղյա մաքրության բոլշևիկ» Կիրովի անունները: Նույնիսկ Տրոցկին վերածվեց դժբախտ զոհի: Իսկ «հերոսները», ընդհակառակը, պսակազերծվեցին: Պավլիկ Մորոզո-

վը հերոսից վերածվեց հրեշի, որը դավաճանել էր իր հորը: Ալեքսանդր Մատրոսովն իբր իր սխրանքը գործել էր գնդակահարության սպառնալիքի տակ և այլն» [1, c. 194]: «Վերակառուցումը» խճճվածություն մտցրեց խորհրդային միֆերի մեջ, այն կորցրեց իր ամբողջականությունը, հետևաբար և ազդելու ուժը:

Խորհրդային միֆոլոգիայի դեմ պայքարի հաջորդ փուլը դարձավ «հայելային» միֆերի ոչնչացումը: «Մասնավորաբար, պարզվեց, որ Տուխաչևսկին ամենևին էլ հանճարեղ զորավար չէր: Հիշեցրին տխրահռչակ Վարշավայի արշավանքը: Կիրովը նույնպես բոլորովին էլ իդեալական մարդ չէր: Հայտնի կնամու էր, ամեն ինչում աջակցում էր Ստալինին և այլն: Տրոցկին դարձավ ավելի արյունաբերու, քան Ստալինը: Նա պատրաստ էր «համաշխարհային հեղափոխության» հրդեհով վառել ամբողջ Ռուսաստանը» [1, c. 194]: Այսպիսով, «հայելային հերոսները» նույնպես վարկաբեկվեցին, արդյունքում՝ «հայելային» միֆը «բնակեցվեց» միայն չարագործներով, այդ պատճառով այն փլուզվեց: Փլուզվեց և ամբողջ խորհրդային միֆոլոգիան:

Խորհրդային միֆի ոչնչացմանը զուգահեռ աճում և ամրապնդվում էր հակախորհրդային միֆը: Այն «դեմոկրատների» կողմից վերցվեց որպես զենք և թույլ տվեց նրանց տիրել միլիոնավոր մարդկանց գիտակցությանը: Հակախորհրդային միֆը, ըստ էության, լրիվ արտատպված էր Արևմուտքից: Երեկվա թշնամու միֆերը հայտարարվեցին ճշմարիտ, իսկ կոմունիստական միֆերը՝ կեղծ: Սնն ու սպիտակը փոխեցին տեղերը: «Վերակառուցման» տարիներին «դեմոկրատներն» ակտիվորեն զբաղվում էին թշնամիներին բարեկամների, իսկ բարեկամներին՝ թշնամիների վերափոխելով:

Երկկողմանի մերկացումները վեր են ածվում «միֆերի պայքարի», որտեղ փորձարկվում է միֆերի ամրությունը: Վաղ թե ուշ դրանցից ամենահզորները դառնում են որևէ իշխանական խմբավորման քաղաքական զենքը:

Միֆերի «դիմակազերծողները» հաճախ հայտարարում են, որ ցանկանում են մարդկանց առջև բացել իրականությունը: Բայց այսպես կոչված իրականությունն իրականում հերթական միֆական կառույցն է: Իսկ սթափ հայացքը դառնում է կոնսոլիդացիոն ներխուժում հին միֆի մեջ: Եվ դա շատ բնական գործընթաց է: Մենք ապրում ենք տարբեր կերպարների պայքարի, իրականության մեկնաբանությունների հակամարտության ժամանակաշրջանում: Ճշմարիտ են ճանաչվում այն կերպարը և մեկնաբանությունը, որոնք ընդունվում են մեծամասնության կողմից: Նոր միֆերը միշտ ծնվում են հին միֆերի դեմ պայքարի արդյունքում: Այդ պատճառով հին միֆերի մերկացումն անխուսափելիորեն բերում է նոր միֆերի առաջացման:

Հին միֆերի հաջողակ մերկացողները պատմության մեջ մտել են որպես նոր միֆերի ստեղծողներ, որոնք որոշել են պատմության ընթացքը: «Բավական է հիշել ֆրանսիական լուսավորիչներին, որոնք քողազերծելով աստ-

վածաբանական և բացարձակ մենիշխանության միջերը՝ ստեղծեցին Բանականության թագավորության միջը: Արդյունքում՝ ինկվիզիցիայի կրակին փոխարինեց «հեղափոխության դանակը»՝ գիյոտինը» [1, c. 289]:

Ե՛վ միջեր ստեղծողները, և՛ միջերի դեմ պայքարողները (նույն մեղալի տարբեր կողմերը) օգտագործում են նույն սխեման: Այն ներառում է Ազգի մասին միջը (ազգի բնույթը, նրա միսիան, նրա վերաբերմունքն այլ ազգերի նկատմամբ), անցյալի միջը (ազգի ծագումնաբանությունը, հերոսների և չարագործների շարանը, ազգի պարտությունները և հաղթանակները և այլն), ներկայի միջը (շրջապատող աշխարհը, կեցության իմաստը, մարդու դերը սոցիումում, հանուն ապագայի զոհեր տալու պատրաստակամությունը) և ապագայի միջը (հատուցումը ներկայի և անցյալի տառապանքների համար, ազգի գործունեության գլխավոր նպատակը և այլն):

Այսօր շատ դժվար է թերագնահատել տեղեկատվական պատերազմների դերը, մանավանդ հիմա, երբ տեղեկատվությունը դարձել է ավելի բաց և մատչելի հասարակության բոլոր խավերի համար: Ինչպես նշում է Գ. Պոչեպցովը, «Տեղեկատվական պատերազմն այսօր ավելի իրական ֆենոմեն է, քան դա թվում է առաջին հայացքից: Ներգործելու այդ տեխնոլոգիաների զարգացման թերագնահատումը 21-րդ դարում կբերի շատ լուրջ հետևանքների ցանկացած երկրի գոյության համար: Աշխարհն արդեն մտել է մրցակցության մեջ տեղեկատվական պատերազմների ոլորտում, ինչպես դա արվեց անցյալում ատոմային զենքի դեպքում» [7, c. 383]: Իսկ տեղեկատվական գործողությունները, որոնք ուղեկցվում են քաղաքական միջերի օգտագործմամբ, տեղեկատվական պատերազմներն ավելի կատարյալ են դարձնում, իսկ երբեմն՝ նաև ջախջախիչ (ինչպես դա ցույց տրվեց ԽՍՀՄ փլուզման օրինակով): Եթե հաշվի առնենք տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման այսօրվա տեմպերը և դրա հետ մեկտեղ՝ տեղեկատվության մատչելիությունը հասարակության համար, ապա կարելի է կանխատեսել տեղեկատվության, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և տեղեկատվական պատերազմների դերն ապագա համաշխարհային քաղաքական գործընթացներում:

Եզրակացություն

Այսպիսով, կարող ենք փաստել, որ քաղաքական միջոլոգիան ցանկացած իշխանության զինանոցի կարևորագույն զենքերից մեկն է: Հանդիսանալով քաղաքական պայքարի որոշիչ միջոցներից մեկը՝ քաղաքական միջերն օգտագործվում են բացառապես հասարակական գիտակցությունը կառավարելու և ուղղորդելու նպատակով: Ամփոփելով՝ կարելի է գալ հետևյալ եզրակացությունների.

1. Միջերի հիմքը կազմում է ոչ թե մարդկանց բանականությունը, այլ նրանց զգացմունքներն ու հույզերը: Ուստի, միջերի դեմ անհնար է պայ-

- քարել ռացիոնալ միջոցներով: Բացահայտելով և քողագերծելով մի միֆը՝ մարդն անմիջապես հայտնվում է մեկ այլ միֆի ազդեցության տակ:
2. Առանց միֆերի ոչ մի իշխանություն չի կարող գոյատևել: Քաղաքական միֆերը կազմում են յուրաքանչյուր իշխանության հիմքը: Դրանց նկատմամբ ոտնձգությունը ոտնձգություն է իշխանության հիմքերի նկատմամբ: Նաև այս տեսանկյունից կարելի է մեկնաբանել ԽՍՀՄ փլուզման գործընթացը:
 3. Այսօր, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների աննախադեպ զարգացման պայմաններում, առաջանում են լայն հնարավորություններ տարբեր տեսակի միֆերը մարդկանց գիտակցության մեջ ներարկելու համար: Սա մարդկանց գիտակցությունը կառավարելու, մանիպուլացնելու լայն հնարավորություններ է ընձեռում, ինչը հատկապես կարևորվում է նախընտրական քարոզարշավների ժամանակ:
 4. Քաղաքական միֆերը կարող են բավական հաջող թաքցնել տարբեր քաղաքական ակցիաների իրական նպատակները ոչ միայն առանձին երկրների ներսում, այլև համաշխարհային մասշտաբով ընթացող գործընթացների պայմաններում:

Հուլիս, 2008թ.

Աղբյուրներ և գրականություն

1. *Цуладзе А.*, «Политическая мифология», М., 2003.
2. *Почепцов Г.Г.*, «Имиджелогия», М-К., 2001.
3. *Почепцов Г.Г.*, «Психологические войны», М-К., 2000.
4. *Тоффлер Э.*, «Метаморфозы власти», М., 2003.
5. *Паренти М.*, «Демократия для немногих», М., 1990.
6. *Почепцов Г.Г.*, «Информационно-политические технологии», М., 2003.
7. *Почепцов Г.Г.*, «Информационные войны», М., 2001.
8. *Пихоя Р.*, «Советский Союз: История власти. 1945 - 1991», М., 1998.
9. *Сталин И.*, «24-ая годовщина Великой Октябрьской социалистической революции» // «О Великой Отечественной войне», М., 2002.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ МИФЫ КАК СРЕДСТВО ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Владимир Ованесян

Резюме

Учитывая, что в современных политических процессах большое значение приобретают информация и информационные технологии, а также имея в виду решающую роль информационных войн в политике (в смысле манипулирования общественным сознанием), большую актуальность приобретает изучение политических мифов и выявление роли политической мифологии в информационных войнах (в качестве основного средства информационных войн). В статье выявляется сущность политических мифов, их решающая роль в политических процессах 20-го столетия, их влияние в деле формирования и направления общественного сознания, а также их скрытое использование в любых информационных войнах с целью манипуляции общественным сознанием. В статье также выявляются и анализируются некоторые важнейшие политические процессы именно в данном аспекте.