

**ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ**

**ԲԱԲՈՒԽԱՆՅԱՆ ԶԱՐՈՒՀԻ ՀԱՅԿԻ**

**ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ԴԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԻՄԻՋԻ  
ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ**

**Ժ. 01. 06 - «Ժուռնալիստիկա» մասնագիտությամբ բանասիրական  
գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման  
ատենախոսության**

**Ս Ե Ղ Մ Ա Գ Ի Ր**

**Ե Ր Ե Վ Ա Ն - 2 0 1 6**

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայ – Ռուսական  
(Սլավոնական) համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝ բանասիրական գիտությունների  
դոկտոր, պրոֆեսոր

**ԵՐԻՑՅԱՆ ՍԵՐԳՈ ՍԱՐԳՍԻ**

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝ բանասիրական գիտությունների  
դոկտոր, պրոֆեսոր

**ՀՈՎՍԵՓՅԱՆ ՄՈՒՇԵՂ ՄԱՅԻՍԻ**

բանասիրական գիտությունների  
թեկնածու

**ՄԱՐԿՈՍՅԱՆ ԱՆՆԱ ԱՐՄԵՆԻ**

Առաջատար կազմակերպություն՝ Իսաչատուր Աբովյանի անվան  
հայկական պետական մանկավարժական համալսարան

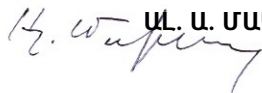
Պաշտպանությունը կայանալու է 2016 թ. հուլիսի 6-ին՝ ժամը 12<sup>00</sup>-  
ին, ԵՊՀ-ում գործող՝ ԲՈՀ-ի գրականագիտության 012 մասնագիտա-  
կան խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ ք. Երևան 25, Աբովյան 52<sup>ա</sup>, ԵՊՀ-ի հայ բանասիրության  
ֆակուլտետի մասնաշենք, թիվ 202 լսարան:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ԵՊՀ-ի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2016 թ, հունիսի 6-ին:

Մասնագիտական խորհրդի  
գիտական քարտուղար՝  
բանասիրական գիտությունների  
դոկտոր, պրոֆեսոր

 **Ա. Ա. ՄԱՐԿՐՅԱՆ**

## ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Ատենախոսությունը նվիրված է Հայաստանի Հանրապետության իմիջի ձևավորման գործում ԶԼՄ-ների դերին:

Այսօր տեղեկատվական և հեռահաղորդակցական տեխնոլոգիաների բուռն զարգացման հետևանքով՝ երկրների իմիջի ձևավորման գործընթացը տեղեկատվական ոլորտում գլոբալ բնույթ է կրում: Եթե հզոր գերտերությունների նպատակը մնում է անփոփոխ՝ համաշխարհային գերակայության հասնելը, ապա մնացած երկրների համար դրական իմիջի ձևավորումն ունի ներքին և արտաքին հարթակներում սեփական ազգային շահերի առաջխաղացման նպատակ: Պայմանավորված ԶԼՄ-ների հնարավորությունների աննախադեպ զարգացմամբ, բազմաթիվ հանրային գործընթացների վրա ազդեցությամբ և երբեմն ուղղորդմամբ՝ ներկա փուլում երկրների իմիջների ձևավորման և մրցակցության գործում դրանք ստանձնել են առաջատար և երբեմն որոշիչ դեր: Ներկայումս մենք ականատես ենք լինում հայրենական և միջազգային լրատվական դաշտում հուժկու տեղեկատվահոգեբանական պայքարին, որն իր ազդեցությունն է թողնում Հայաստանի իմիջի վրա՝ դրանից բխող բազմաթիվ հետևանքներով:

Ատենախոսության մեջ քննվել են Հայաստանի իմիջի առանձնահատկությունները, դրա ձևավորման հիմնական օրինաչափությունները և միտումները հայրենական ու միջազգային լրատվադաշտում: Տեղեկատվական ոլորտում Հայաստանի դրական իմիջի ձևավորմանը նպաստող գործոնների բացահայտումը և գիտական հիմնավորումը նախևառաջ կարևորություն է ներկայացնում ազգային ինքնության պահպանման, ազգային շահերի առաջխաղացման և ազգային անվտանգության տեսանկյունից: Ուստի՝ ներկայացվող աշխատանքում ուսումնասիրվել է ոլորտը, նախանշվել Հայաստանի իմիջին սպառնացող վտանգները և տեղեկատվական ոլորտում ձեռք բերված հաջողությունները, գիտականորեն հիմնավորվել երկրի իմիջի զարգացմանը նպաստող գործոնները, մշակվել Հայաստանի դեմ ուղղված քարոզչության հակազդեցության արդյունավետ մեխանիզմները, նախագծվել արդյունավետ աշխատանքի կարճաժամկետ և երկարաժամկետ ծրագիր:

### **ԹԵՄԱՅԻ ԱՐԴԻԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ՈՒ ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ**

**Թեմայի արդիականությունն** ամենից առաջ պայմանավորված է այն իրողությամբ, որ Հայաստանի նոր իմիջի մշակման խնդիրն այժ-

մեական է, քանի որ ԽՍՀՄ-ի փլուզումից առաջացած անցումային ժամանակաշրջանում Հայաստանի, ինչպես և մյուս նորաստեղծ հետխորհրդային երկրների իմիջը մեծ վնաս կրեց: Սակայն այսօր Հայաստանը նպատակ ունի աշխարհին ներկայանալու որպես ժամանակակից և ժողովրդավարական պետություն՝ ջանքեր գործադրելով կոտրել երրորդ աշխարհի պետության կարծրատիպն ու որակավորումը՝ միաժամանակ ներկայացնելով իր առավելությունները և առանձնահատկությունները. հարուստ պատմամշակութային ժառանգությունը, համաշխարհային գիտական մտքի զարգացման մեջ ունեցած հսկայական ներդրումը, քրիստոնեական բարձր արժեքների կրողը լինելը և այլն:

Վերջին ժամանակաշրջանում գլոբալ մասշտաբով, մասնավորապես մեր տարածաշրջանում կտրուկ ակտիվացել և սրվել են ազգամիջյան հակամարտությունները: Այս առումով Հայաստանի դրական իմիջի ձևավորումը կնպաստի նախևառաջ երկրի անվտանգության ամրապնդմանը, տարածաշրջանային խնդիրների հայանպաստ լուծմանը, ինչպես նաև միջազգային հարթակում Հայաստանի դերի բարձրացմանը, տնտեսական աճին, զբոսաշրջության խթանմանը, ներքաղաքական մթնոլորտի կայունացմանը: Մյուս կողմից՝ Հայաստանի դրական իմիջի ձևավորումը կարևորվում է ազգային ինքնության պահպանման առումով, քանի որ գլոբալիզացված աշխարհում երկրների մշակույթներն ու ավանդույթները զարգանում են ստանդարտացման, միասնականացման ուղիով:

Պայմանավորված ՁԼՄ-ների դերի աննախադեպ աճով և հանրային կարծիք ձևավորելու լայն հնարավորություններով՝ ակնհայտ է նրանց մասնակցությունը երկրի իմիջի ձևավորման գործում: ՁԼՄ-ների հզորությունը հենց քաղաքական սուբյեկտի այս կամ այն տիպի իմիջի ձևավորման հնարավորության մեջ է, նշում է հայ տեսաբան Ն. Մելքոնյանը<sup>1</sup>: Այսպիսով, անհրաժեշտություն է առաջացել ուսումնասիրել ժամանակակից շրջանում ՁԼՄ-ների ազդեցությունը և դերը Հայաստանի Հանրապետության իմիջի ձևավորման գործում տեղեկատվական հարթակներում: Պետք է նշել, որ ժամանակակից մեդիատիրոջում ակնհայտ են Հայաստանի իմիջի համար վնասակար հակաքարոզչական գործընթացներ, որոնք միտված են ձևավորել Հայաստանի՝ որպես «զավթի» կերպարը, վերագրել այլ ազգերին հայկական պատմամշակութային ժառանգությունը, խեղաթյուրել և կեղծել պատմական իրողությունը, աղավաղել ներկան, նպաստել հա-

<sup>1</sup> Տե՛ս Մելքոնյան Ն., Քաղաքական իմիջ. Մեկնաբանություններ և ձևավորման սկզբունքներ, Երևան, Եր. պետ. համալս. հրատ., 2007 , էջ 134:

մաշխարհային հանրության Հայաստանի նկատմամբ վերաբերմունքի փոփոխությանը:

Հայաստանի իմիջի ձևավորման գործում ՋԼՄ-ների դերի ուսումնասիրությունը **տեսական և գործնական նշանակություն ունի**: Ատենախոսության եզրակացությունները և առաջարկությունները թույլ կտան ՋԼՄ-ների միջոցով ավելի արդյունավետ դարձնել Հայաստանի Հանրապետության իմիջի բարձրացման համար տարվող աշխատանքը: Այն կնպաստի նաև երկրի իմիջի ձևավորման և ՋԼՄ-ների՝ հասարակության վրա ազդեցության տեսությունների զարգացմանը, ինչպես նաև կարող է ներառվել նեղ մասնագիտական ուսուցման մեջ:

## **ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆ, ՆՊԱՏԱԿՆ ՈՒ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

Ատենախոսության **առարկան** է՝ Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական քաղաքականությունը, զանգվածային տեղեկատվության բովանդակությունը և բնույթը, ՋԼՄ-ների գործառույթային և հայեցակարգային առանձնահատկությունները Հայաստանի դրական իմիջի ձևավորման գործում, ինչպես նաև ազգային շահերի պաշտպանության և առաջխաղացման նպատակով պետության տեղեկատվական ներուժի զարգացման հեռանկարները:

**Ատենախոսության նպատակն է՝** ՋԼՄ-ների դերի և գործունեության արդյունավետության բարձրացման ուղիների բացահայտումը Հայաստանի Հանրապետության դրական իմիջի ձևավորման գործում:

Ատենախոսության **խնդիրներն են՝**

- բացահայտել ՋԼՄ-ների հնարավորությունները, առանձնահատկությունները և օրինաչափությունները երկրի իմիջի ձևավորման գործում.
- վերլուծել ՀՀ-ի տեղեկատվական քաղաքականությունը, ինչպես նաև քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական, մշակութային, կրթական և այլ բնույթի հրապարակումների ազդեցությունը պետության իմիջի ձևավորման վրա.
- ուսումնասիրել պետության իմիջին նվիրված հրապարակումների ձևաչափային և ժանրային առանձնահատկությունները.
- նորովի մեկնաբանել տեղեկատվական պատերազմների դրսևորումները և նշանակությունը միջպետական հարաբերությունների համատեքստում.
- ուսումնասիրել Հայաստանի դեմ իրականացվող հակաքարոզչությունը.

- բացահայտել Հայաստանի, Սփյուռքի և արտասահմանյան ՋԼՄ-ների՝ ՀՀ իմիջի ձևավորման վրա ունեցած ազդեցության առանձնահատկությունները.
- բացահայտել ՋԼՄ-ների միջոցով Հայաստանի իմիջը բարելավելու համար արդյունավետ ուղիները և մեթոդները:

## **ԹԵՄԱՅԻ ՄՇԱԿՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԱՇԽԱՏԱՆՔԻ ԳԻՏԱԿԱՆ ՆՈՐՈՒՅԹԸ**

Ժամանակակից շրջանում՝ «ՋԼՄ-ների դերը Հայաստանի Հանրապետության իմիջի ձևավորման մեջ» թեման, հետազոտությունը սկսելու պահին բավարար ուսումնասիրված չի եղել: Այս առումով նշելի են մասնավորապես «Նորավանք» գիտահետազոտական կենտրոնի աշխատությունները, որոնց մեջ ներկայացված են ՋԼՄ լսարանի առանձնահատկությունները Հայաստանում, զարգացման միտումները<sup>2</sup>, ՀՀ աշխարհաքաղաքական զարգացումների լուսաբանման առանձնահատկությունները հայաստանյան եւ սփյուռքի մամուլում<sup>3</sup>, «Հայաստան» իդեոլոգեմի օգտագործումը հայաստանյան լրատվամիջոցներում<sup>4</sup>, հայ-ադրբեջանական տեղեկատվական պատերազմների առանձնահատկությունները<sup>5</sup>: Ա. Ավետիսյանի «Հանրային կապեր» աշխատության մեջ<sup>6</sup> նկարագրված են հանրային կապերի ժամանակակից մոտեցումներն ու մեթոդները, ՋԼՄ-ի հետ հաղորդակցության յուրահատկություններն ու առանձնահատկությունները: Ս. Երիցյանի և Ա. Բաղդասարյանի «Հանրության իրազեկվածության գումարելիներ-

<sup>2</sup> Տե՛ս Մանույան Ա., ՋԼՄ լսարանի վստահությունը. միտումներ// noravank.am, 2013, 2 սեպտեմբերի:

<sup>3</sup> Տե՛ս Գալստյան Դ., Հակոբյան Լ., ՀՀ ինտեգրացիոն գործընթացների լուսաբանումը սփյուռքի լրատվամիջոցներում 2014թ. հունվար-հոկտեմբերին// noravank.am, 2015, 15 հունվարի, Մանույան Ա., Գալստյան Դ., Հակոբյան Լ., Ժամակոչյան Ա., Մաքսային միության անդամակցությունը մեդիա լուսաբանման մեջ, «21 դար», Նորավանք ԳԿՀ, Երեւան, 2014, N4:

<sup>4</sup> Տե՛ս Խալաթյան Մ., Գալստյան Դ., «Հայաստան» իդեոլոգեմը հայաստանյան լրատվամիջոցներում// noravank.am, 2016, 6 մայիսի:

<sup>5</sup> Տե՛ս Գալստյան Դ., Մանիպուլյացիոն հնարքներն ադրբեջանական քարոզչությունում// noravank.am, 2015, 2 հունիսի, Մարտիրոսյան Ա., Տեղեկատվական հակամարտություն վիրտուալ հակառակորդի հետ՝ ադրբեջանական քարոզչության յուրահատկությունները// noravank.am, 2016, 3 մայիսի:

<sup>6</sup> Տե՛ս Ավետիսյան Ա. Շ. «Հանրային կապեր» դասախոսություններ, Երեւան, Անտարես, 2007:

րը»<sup>7</sup> աշխատության մեջ ուրվագծված են հասարակություն – ՋԼՄ - PR առնչակցությունները, որոնք միտված են տեղեկացված հասարակության կայացմանը: Քաղաքական իմիջի առանձնահատկություններին եւ օրինաչափություններին է նվիրված Ն. Մելքոնյանի «Քաղաքական իմիջ. մեկնաբանություններ և ձեավորման սկզբունքներ» աշխատությունը<sup>8</sup>: Հայաստանում PR-լրագրության զարգացման առանձնահատկությունները եւ միտումները բացահայտվում են Ա. Մարկոսյանի «PR-լրագրության զարգացման հիմնական միտումները (Հայաստանի Հանրապետության օրինակով)» գրքում<sup>9</sup>: Հիշատակելի է նաեւ Հ. Բաբուխանյանի «Հայ-թուրքական փոխհարաբերությունները հայ ժամանակակից մամուլում (1990-2010 թթ.)»<sup>10</sup> ատենախոսությունը, որտեղ հեղինակը, մասնավորապես, անդրադարձել է հայ-թուրքական տեղեկատվական պատերազմին, դրա վարման մեթոդներին և հակազդեցության հնարավորություններին:

Այնուամենայնիվ, թեմայի շուրջ միասնական ուսումնասիրություն մինչ այժմ արված չէ:

Ատենախոսության **գիտական նորույթը** պայմանավորված է նրանով, որ Հայաստանի բրենդը դեռևս գտնվում է մշակման փուլում և դրա հիման վրա Հայաստանի ձևավորվելիք իմիջի գործընթացում ՋԼՄ-ների դերը և ներուժը բացահայտված չեն: Գիտական նորույթ է նաև լրատվական դաշտում ՋԼՄ-ների գործունեությամբ պայմանավորված՝ արդեն ձևավորված Հայաստանի իմիջի առանձնահատկությունների ուսումնասիրությունը, դրա զարգացման միտումների և վնասակար գործոնների, ինչպես նաև այդ ոլորտում նրանց ներուժի արդյունավետության բարձրացման ուղիների հայտնաբերումը: Այդ նպատակով ուսումնասիրվել է ինչպես հայրենական ՋԼՄ-ների գործունեությունը, այնպես էլ արտասահմանյան՝ դասակարգված ըստ Հայաստանի հետ ունեցած հարաբերությունների՝ բարեկամական, չեզոք և թշնամական, ինչպես նաև Հայաստանի հետ կապակցված խոշոր միջոցառումների ազդեցությունը մեդիադաշտում՝ Հայաստանի իմիջի առանձնահատկությունների ձևավորման գործում: Ժամանակա-

---

<sup>7</sup>Տե՛ս Երիցյան Ս.Ս., Բաղդասարյան Ա.Վ., Հանրության իրազեկվածության գումարելիները, Երեւան, 2007:

<sup>8</sup>Տե՛ս Մելքոնյան Ն., Քաղաքական իմիջ. մեկնաբանություններ եւ ձեավորման սկզբունքներ, Երեւան, 2007:

<sup>9</sup>Տե՛ս Մարկոսյան Ա., PR-լրագրության զարգացման հիմնական միտումները (Հայաստանի Հանրապետության օրինակով), Երեւան, Էդիթ Պրինտ, 2014:

<sup>10</sup>Բաբուխանյան Հ., «Հայ-թուրքական փոխհարաբերությունները հայ ժամանակակից մամուլում (1990-2010 թթ.)», Երեւան, 2011:

կից շրջանում ԶԼՄ-ների հնարավորությունների և ազդեցության ուսումնասիրությունը Հայաստանի իմիջի ձևավորման գործում ներկայացնում է գիտական նորույթ նաև այն պատճառով, որ վերլուծությունն իրականացվում է հետազոտության ընթացքում շարունակական գործընթացի նկատմամբ:

## **ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿԱՆ ԵՎ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ**

Ատենախոսության **տեսական հիմքը** կազմում են հայ և օտարերկրյա գիտական հետազոտությունները երկրի իմիջի ձևավորման, հոգեբանատեղեկատվական պատերազմների վարման, լրատվության ժամանակակից զարգացման միտումների ոլորտներում: Ուսումնասիրվել է աղբյուրների լայն շրջանակ՝ հայկական, արտասահմանյան, միջպետական պաշտոնական փաստաթղթեր, որոնք կարգավորում են տեղեկատվական քաղաքականությունը, տարատեսակ ֆորումների, պարբերականների, համացանցի տեղեկատվավերլուծական նյութեր, Հայաստանի Հանրապետության և այլ երկրների պաշտոնյաների ելույթները: Ուսումնասիրված են լրատվամիջոցների և կապի, PR-ի տեսությունները, ինչպես նաև պրակտիկային վերաբերող գրականության մեծ ծավալ:

Ուսումնասիրության համար տեսական հենք է հանդիսացել տեղեկատվական հասարակության տեսությունը:

Մեր կողմից օգտագործվել է ուսումնասիրության հետևյալ **մեթոդաբանությունը**՝ ընդհանուր տրամաբանական հետազոտության մեթոդներ՝ համեմատական և համակարգային վերլուծություն, ընդհանրացում, ինչպես նաև մեթատեքստերի հետազոտության մեթոդներ՝ կոնտենտ-վերլուծություն՝ ուղղված է հաղորդակցության համակարգված, օբյեկտիվ, հիմնված քանակական բովանդակության տվյալների ուսումնասիրության վրա, և դիսկուրս-վերլուծություն, որը համադրում է հաղորդակցությունն արտալեզվաբանական գործոնների հետ՝ իրարաձային, սոցիոմշակութային, պատմական, կիրառական և այլն:

## **ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ՓՈՐՁԱՔՆՆՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլված են ՀՀ գիտական հանդեսներում և ժողովածուներում՝ տպագրված վեց գիտական հոդվածներում:



Ատենախոսությունը քննարկվել և հրապարակային պաշտպանության է երաշխավորվել Հայ-Ռուսական (Սլավոնական) համալսարանի մեդիայի, գրվագրի և կինոյի ինստիտուտի ժուռնալիստիկայի ամբիոնի կողմից:

## **ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔՆ ՈՒ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Ատենախոսությունը կազմված է ներածությունից, երկու գլուխներից, եզրակացություններից, առաջարկություններից և օգտագործված գրականության ցանկից:

### **ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ**

Ներածության մեջ հիմնավորվում են թեմայի գիտական ուսումնասիրության անհրաժեշտությունը, արդիականությունը, պարզաբանվում են հետազոտության նպատակն ու խնդիրները: Ներկայացվում են աշխատանքի մեթոդաբանական հիմքերը, տեսագործնական նշանակությունը և գիտական նորույթը:

### **ԳՈՒԻՆ ԱՌԱՋԻՆ**

## **ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԶԼՄ-ՆԵՐԸ ԵՎ ՊԵՏԱԿԱՆ ԻՄԻՋԻ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ**

Ատենախոսության այս գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլուխներից, որոնց մեջ հաջորդաբար ուսումնասիրվել են ԶԼՄ-ները և պետության իմիջի ձևավորման հնարավորությունները, ԶԼՄ-ները և պետության իմիջի ձևավորման առանձնահատկությունները, տեղեկատվական հոսքերը և պետության իմիջի ձևավորման օրինաչափությունները:

**1.1 ենթագլխում («ԶԼՄ-ները և պետության իմիջի ձևավորման հնարավորությունները»)** բացահայտվում են Հայաստանի Հանրապետության իմիջը ձևավորող գործոնները և ԶԼՄ-ների ազդեցությունը դրանց վրա: Ցույց է տրված այն, որ ԶԼՄ-ները մասնակից են երկրի իմիջի ձևավորման բոլոր փուլերին:

Հիմնավորված է այն միտքը, որ, չնայած Հայաստանում առկա բազմաթիվ խնդիրներին, այն ունի շահեկան իմիջի ձևավորման համար կայուն հիմք և հստակ ուղենիշներ, որոնցով ցանկանում է ներկայանալ հանրությանը, և ԶԼՄ-ների դերն այդ իմիջի գրագետ մա-

տուցման, առաջխաղացման և հակառակորդից տեղեկատվական մարտերում պաշտպանման մեջ է: Սակայն անհրաժեշտ է ձևավորել այն կապող օղակը, որն իր վրա կվերցնի ՀՀ-ի իմիջի հստակեցման ու սահմանման խնդիրը և ՋԼՄ-ների հետ համագործակցությունը, որոնց միջոցով այն հասանելի կդառնա լայն հասարակական շերտերի համար:

Մեր ուսումնասիրությունները փաստում են, որ միջազգային հարթակում առկա է Հայաստանի մասին տեղեկատվության պակաս, իսկ երկրի ներսում ձևավորվել է անվստահության մթնոլորտ, ինչը լայն դաշտ է ստեղծում Հայաստանի թշնամի երկրների գործունեության համար: Այն պայմաններում, երբ Հայաստանն ունի մի շարք օրհասական խնդիրներ, ինչպիսիք են Ղարաբաղյան հակամարտությունը, հայ-թուրքական փակ սահմանը, միջազգային հանրության և Թուրքիայի կողմից Հայոց ցեղասպանության ճանաչման և դատապարտման խնդիրը, խիստ անհրաժեշտ է Հայաստանի դրական իմիջի առաջխաղացումը ներքին և արտաքին լսարանների շրջանում, ինչին, մեր համոզմամբ, կարող են նպաստել ՋԼՄ-ները՝ PR-լրագրության հնարավորությունների օգնությամբ: Հայաստանի կայուն և դրական իմիջի ձևավորումը պետք է խթանի վերոնշյալ խնդիրների հայանպաստ լուծումը, ինչը կնպաստի նաև ներպետական մի շարք ոլորտների բարելավմանը և խնդիրների լուծմանը, ինչպիսիք են սոցիալական և տնտեսական խնդիրները, արտագաղթի և ներքաղաքական կայուն մթնոլորտի ձևավորման հարցերը և այլն:

**Այս գլխի երկրորդ մասում («ՋԼՄ-ները և պետության իմիջի ձևավորման առանձնահատկությունները»)** բացահայտվում են երկրի իմիջի ձևավորման մեխանիզմները, իմիջային հաղորդակցության և թիրախային լսարանի առանձնահատկությունները:

Վերլուծվում են ՋԼՄ-ների կողմից հանրային կարծիք ձևավորող մեխանիզմները, որոնցով պայմանավորված են ՋԼՄ-ների միջոցով երկրի իմիջի ձևավորման առանձնահատկությունները:

Ցույց է տրված, որ հայաստանյան ՋԼՄ-ներն ակտիվ կիրառում են համոզիչ հաղորդակցության մեթոդները և շահարկման հնարքները՝ սեփական քաղաքական հայացքներից ելնելով և նպատակ ունենալով ազդեցություն ունենալ համապատասխան հանրային կարծիքի ձևավորման վրա:

Որպես ՋԼՄ-ների միջոցով Հայաստանի իմիջի ձևավորման առանձնահատկություն՝ տարբերակվում են լսարանների երեք խումբ՝ ներքին լսարան, հայկական սփյուռք և արտասահմանյան լսարան,

որոնցից յուրաքանչյուրի մոտ ՁԼՄ-ների միջոցով երկրի իմիջի ձևավորումն ունի իր օրինաչափությունները:

Հանրային կարծիքի ձևավորման կարևոր նախապայման է նշվում նպատակային լսարանի առանձնահատկությունների իմացությունը, որոնց մեջ կարևորագույն դերակատարում ունեն կարծրատիպերը, որոնց ճշմարտության աստիճանը կախված է ոլորտի վերաբերյալ ունեցած գիտելիքների խորությունից: Այս առումով հիմնավորվում է այն միտքը, որ Թուրքիայում Հայաստանի և հայերի վերաբերյալ տեղեկատվության մակարդակի բարձրացումը սկիզբ է դրել Հայաստանի ու «Հայոց հարցի» վերաբերյալ ունեցած կարծրատիպերի վերանայման գործընթացին, և որը տարեցտարի ավելի լայն հասարակական շերտերի մեջ է տարածում գտնում: Այսպիսով, միջազգային հարթակում Հայաստանի մասին տեղեկատվության մակարդակի բարձրացումը կարևորվում է ինչպես եղած կարծրատիպերի, այնպես էլ վերաբերմունքի ձևավորման նկատառումներից, ինչն իր դերակատարումը կունենա Հայաստանի ինչպես արտաքին քաղաքականության բարեհաջող ընթացքի, այնպես էլ ներքաղաքական վստահության մակարդակի բարձրացման ապահովման գործում:

**Այս գլխի երրորդ մասը կոչվում է՝ «Տեղեկատվական հոսքերը և պետության իմիջի ձևավորման օրինաչափությունները»:**

Այստեղ հիմնավորվում է այն միտքը, որ տեղեկատվական և հեռահաղորդակցական տեխնոլոգիաների զարգացման հետևանքով ցանկացած լրատվամիջոց մասնակից է դառնում համաշխարհային լրատվական հոսքերի շրջանառությանը և ազդեցություն է թողնում իր երկրի իմիջի ձևավորման վրա: Ժամանակակից հայաստանյան և արտասահմանյան լրատվամիջոցները բարձր մրցակցության պայմաններում ապահովում են անդադար տեղեկատվական հոսք՝ որոշները հեռարձակվելով շուրջօրյա, տրամադրելով օպերատիվ լրատվություն, սակայն ոչ միշտ ճշգրիտ, ինչը հաճախ արվում է միտումնավոր՝ թելադրված քաղաքական նկատառումներով: Այդ երևույթը ձևավորում է Հայաստանի շուրջ վնասակար տեղեկատվական հոսքեր և վտանգ է ներկայացնում Հայաստանի ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին իմիջների համար՝ խախտելով Հայաստանի տեղեկատվական անվտանգությունը և սպառնալիք դառնալով ազգային անվտանգության համար:

Այս առնչությամբ ուսումնասիրված են Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգի գերխնդիրները և ռազմավարությունը:

Տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգում կարևորվում է նաև հոգևոր-բարոյական, սոցիալ-աշխարհահայացքային և ազգային-մշակութային մեխանիզմների մշակումը, ինչն իր նշանակությունը կունենա ազգային անվտանգության ամրապնդման մեջ՝ պաշտպանելով հայկական տեղեկատվական դաշտը օտարածին, վնասակար տեղեկատվական ազդեցությունից, ինչպես նաև կնպաստի Հայաստանի Հանրապետության իմիջի դիրքի ուժեղացմանը և հստակեցմանը ներքին և արտաքին հարթակներում:

Նշվում է նաև, որ միջազգային հարթակում Հայաստանի իմիջի ձևավորման վրա մեծ ազդեցություն են ունենում հեղինակավոր միջազգային ՋԼՄ-ների անդրադարձը, ինչին մեծ մասամբ նպաստում են Հայաստանում խոշոր հասարակական, սպորտային, մշակութային իրադարձությունները, որոնք ձևավորում են Հայաստանին առնչվող դրական տեղեկատվական հոսքեր:

**ԳԼՈՒԽ ԵՐԿՐՈՐԴ**  
**ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐԻ ԵՎ ԹԵՄԱՏԻԿ**  
**ՈՒՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԻՐԱՑՈՒՄԸ ՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԻՄԻՋԻ**  
**ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ**

Ատենախոսության այս գլուխը նվիրված է միջազգային և հայկական ՋԼՄ-ների տարաբնույթ հրապարակումների ազդեցությանը Հայաստանի Հանրապետության իմիջի վրա: Ուսումնասիրվում է նաև այդ հրապարակումների ձևաչափային, ժանրային մոտեցումները և լրագրողական պրակտիկայի առանձնահատկությունները:

**Այս գլխի առաջին ենթագլխում՝ «Պետության իմիջի ձևավորումը քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական տեղեկատվության և վերլուծության միջոցով»** ցույց է տրվում, որ հայաստանյան ՋԼՄ-ները լայնորեն լուսաբանում են երկրի ներքին և արտաքին քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական գործընթացները՝ նպատակ ունենալով մեկնաբանությունների և շեշտադրումների միջոցով ազդեցություն թողնել այդ գործընթացների հետագա զարգացման վրա:

Նշվում է, որ հայկական ՋԼՄ-ների դաշտում առկա է բազմակարծություն և խոսքի ազատություն: Համաձայն մեր դիտարկումների՝ ՋԼՄ-ների միջոցով կերտվող Հայաստանի քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական իմիջը ներքին լսարանի մոտ միարժեք չէ, սակայն հիմնված է միևնույն հիմնախնդիրների վրա, որոնք բազմաբևեռ ՋԼՄ-ների կողմից տարբեր մեկնաբանությունների են ենթարկվում՝ ձևավոր-

րելով Հայաստանի համապատասխան իմիջն իրենց լսարանների շրջանում:

Կարևորվում է այն փաստը, որ Հայաստանի լրատվական դաշտը մշտադիտարկվում է արտերկրյա լրատվամիջոցների և քաղաքական ուժերի կողմից: Իսկ ՀՀ ԶԼՄ-ներից ստացված բացասական բնույթի տեղեկատվությունը Հայաստանի թշնամի երկրների կողմից իրենց ներքին և միջազգային լսարանների շրջանակներում օգտագործվում է հակահայկական քարոզչության և Հայաստանի՝ համապատասխան իմիջ ձևավորելու նպատակով:

**Այս գլխի երկրորդ բաժինը կոչվում է՝ «Միջազգային լրատվությունը և Հայաստանի իմիջը»:** Այստեղ վերլուծվում է ՀՀ-ին բարեկամական, չեզոք և թշնամական երկրների ԶԼՄ-ների անդրադարձը Հայաստանին:

Միջազգային հարթակում Հայաստանի իմիջի ուսումնասիրությունները գալիս են ևս մեկ անգամ վկայելու, որ առկա է Հայաստանի միասնական իմիջի ձևավորման և նրա առաջխաղացման խնդիր՝ հաշվի առնելով ուժեղ հակահայկական քարոզչությունը, որն իրականացվում է Հայաստանի թշնամական երկրների կողմից: Ադրբեջանի և Թուրքիայի ԶԼՄ-ների անդրադարձը Հայաստանին, ընդհանուր առմամբ, այդ երկրների ներքին և արտաքին տեղեկատվական քաղաքականության իրագործման կարևոր մասն է կազմում, որի նպատակն է սեփական հայատյաց քաղաքականության հիմնավորման համար ստեղծել Հայաստանի բացասական իմիջը ներքին և միջազգային հարթակում:

Զեզոք երկրներում նկատվում է Հայաստանին վերաբերող տեղեկատվության պակաս, ինչը բերում է ազգաբնակչության նվազ իրազեկվածությանը Հայաստանի հիմնախնդիրների մասին և գործունեության լայն դաշտ է ստեղծում հակահայկական քարոզչության համար:

Բարեկամական երկրներում արձանագրվում է իրազեկվածության ավելի բարձր մակարդակ, սակայն նույնպես դրական իմիջի զարգացման անհրաժեշտություն է նկատվում՝ հիմնված հարցումների ու Հայաստանին վերաբերող նյութերի ոչ միանշանակ բնույթի վրա:

Միջազգային լրատվական դաշտում հաջողության և ցանկալի արդյունքների հասնելու վառ օրինակ դարձավ Հայոց ցեղասպանության 100-րդ տարելիցի աշխատանքները համակարգող պետական հանձնաժողովի գործունեությունը, որի համակարգող և նախաձեռնող աշխատանքի շնորհիվ ևս Հայոց ցեղասպանության 100-րդ տարելիցը հայտնվեց միջազգային մամուլի ուշադրության կենտրոնում, իսկ Թուրքիան սուր քննադատվեց ցեղասպանության փաստը մերժելու և

տարելիցի օրը տոնակատարություններ կազմակերպելու կապակցությամբ:

**2.3 ենթագլխում («Պետության իմիջի ձևավորումը մշակութային, կրթական և այլ բնույթի հրապարակումների միջոցով»)** հիմնավորվում է այն, որ Հայաստանի մշակութային կյանքը, հնագույն քաղաքակրթությունը և բնական առանձնահատկությունները գրավում են ոչ միայն ներքին լրատվամիջոցների ուշադրությունը, այլև՝ լայնորեն լուսաբանվում են արտասահմանյան լրատվամիջոցների կողմից, ինչը դրական ազդեցություն է ունենում Հայաստանի իմիջի ձևավորման վրա: Հայաստանը լրատվամիջոցների մշակութային ու ճանաչողական հրապարակումներում ներկայանում է որպես հնադարյա քաղաքակրթություն ունեցող երկիր՝ հնագույն ճարտարապետական կոթողներով ու գեղատեսիլ վայրերով: Վայր, որտեղ պահպանվել են սեփական յուրահատուկ ավանդույթները: Հայ ժողովուրդը բնութագրվում է հյուրընկալ, իսկ երկրի մթնոլորտը՝ ջերմ: Միջազգային ՁԼՄ-ների կողմից բարձր է գնահատվում այն փաստը, որ, չնայած Հայաստանում առկա բազմաթիվ խնդիրներին, հայ ժողովրդի արժեհամակարգի մեջ մեծ տեղ են գրավում արվեստն ու ձգտումը դեպի գեղեցիկը:

Նշվում է, որ Հայաստանում անցկացվող միջազգային հնչեղություն ունեցող միջոցառումները նպաստում են ինչպես ոլորտի ճանաչված ներկայացուցիչների այցելությանը Հայաստան, այնպես էլ արտասահմանյան ՁԼՄ-ներում Հայաստանի բազմակողմանի իմիջի ձևավորմանը, հայկական հիմնախնդիրների ներկայացմանը, ինչը հույժ կարևոր է տարածաշրջանում լարված մթնոլորտի և Հայաստանի՝ բազմաթիվ չլուծված խնդիրների առկայության պայմաններում:

Համաշխարհային ճանաչում ունեցող հայազգի գործիչներն իրենց հերթին նույնպես բարձրաձայնում են Հայաստանի հիմնախնդիրները՝ արժանանալով միջազգային լրատվամիջոցների ուշադրությանը և այդ կերպ նպաստելով միջազգային հարթակում Հայաստանի մասին տեղեկատվության տարածմանը: Ակնհայտ է նաև ադրբեջանական նպատակաուղղված հակահայկական քարոզչական արշավն արտաքաղաքական ոլորտում ևս, որն իրականացվում է պետական մակարդակով ՁԼՄ-ների միջոցով ապատեղեկատվության տարածման մեթոդաբանությամբ: Դա իր հերթին արձագանք է ստանում որոշ միջազգային ՁԼՄ-ներում և բացասական ազդեցություն ունենում հայկական արտաքին իմիջի վրա:

**2.4 ենթագլխում («Պետության իմիջը ձևավորող հրապարակումների ձևաչափային, ժանրային մոտեցումները և լրագրողական**

**պրակտիկայի առանձնահատկությունները»)** ցույց է տրված, որ երկրի իմիջի ձևավորմանը գործնականապես մասնակցում են բոլոր ժանրային խմբերը: Լրագրողի կողմից ժանրային այս կամ այն տեսակի ընտրությունը կապված է ինչպես իր առջև դրված խնդրից, այնպես էլ թեմայի առանձնահատկություններից: Կախված ընտրած ժանրից՝ փոփոխվում է թեմայի ներկայացման խորությունը, նյութի ծավալը, կառուցվածքը և ոճը: Նշվում է, որ իմիջի ձևավորմանը մասնակցում են ՋԼՄ-ների բոլոր տեսակները. թերթերը, հեռուստատեսությունը, ռադիոն և համացանցը: Ընդ որում, համացանցային ռեսուրսը ներկայանում է ինչպես սեփական լրատվավերլուծական կայքերով, այնպես էլ վերը թվարկված այլ տեսակի ՋԼՄ-ների պաշտոնական կայքէջերով, ինչի շնորհիվ այլ կապուղիներով հեռարձակված նյութերն այդ կերպ նույնպես տարածվում են:

Կարևորվում է նաև լրագրողի տիրապետումը բարձր վարպետական հմտություններին՝ լսարանի համար համոզիչ լինելու համար՝ գիտակցելով պետության և հասարակության առջև ունեցած բարձր պատասխանատվությունը:

## **ԵՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ**

1. Չնայած Հայաստանի Հանրապետությունում առկա բազմաթիվ խնդիրներին, այն ունի շահեկան իմիջի ձևավորման համար կայուն հիմք և հստակ ուղենիշներ, որոնցով ցանկանում է ներկայանալ հանրությանը, և ՋԼՄ-ների դերն այդ իմիջի ճիշտ մատուցման, առաջխաղացման և հակառակորդից տեղեկատվական մարտերում պաշտպանման մեջ է: Սակայն անհրաժեշտ է ձևավորել այն կապող օղակը, որն իր վրա կվերցնի ՀՀ-ի իմիջի հստակեցման ու սահմանման խնդիրը և ՋԼՄ-ների հետ համագործակցությունը, որոնց միջոցով այն հասանելի կդառնա լայն հասարակական շերտերի համար:

2. Հայաստանյան ՋԼՄ-ների դաշտում առկա է բազմակարծություն և խոսքի ազատություն: ՋԼՄ-ների միջոցով կերտվող Հայաստանի քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական իմիջը ներքին լսարանի մոտ միարժեք չէ, սակայն հիմնված է միևնույն հիմնախնդիրների վրա: Հայաստանյան ՋԼՄ-ներն ակտիվ կիրառում են համոզիչ հաղորդակցության մեթոդները և շահարկման հնարքները՝ ձևավորելով Հայաստանի համապատասխան իմիջն իրենց լսարանների շրջանում՝ սեփական քաղաքական հայացքներից ելնելով:

3. ՋԼՄ-ների կողմից շահադիտական նպատակներով աղճատված տեղեկատվությունը ձևավորում է Հայաստանի շուրջ վնասակար

տեղեկատվական հոսքեր և վտանգ է պարունակում Հայաստանի ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին իմիջների համար՝ խախտելով Հայաստանի տեղեկատվական անվտանգությունը և դառնալով սպառնալիք ազգային անվտանգության համար:

4. Հայաստանյան լրատվական դաշտը մշտադիտարկվում է արտերկրյա լրատվամիջոցների և քաղաքական ուժերի կողմից:

ՀՀ ՋԼՄ-ներից ստացված բացասական բնույթի տեղեկատվությունը Հայաստանի թշնամի երկրների կողմից օգտագործվում է հակահայկական քարոզչության և Հայաստանի՝ համապատասխան իմիջ ձևավորելու նպատակով իրենց ներքին և միջազգային լսարանների շրջանակներում:

5. Միջազգային հարթակում Հայաստանի իմիջի ձևավորման վրա մեծ ազդեցություն են ունենում խոշոր միջազգային ՋԼՄ-ների անդրադարձը Հայաստանին, ինչին մեծ մասամբ նպաստում են Հայաստանում խոշոր հասարակական, սպորտային, մշակութային իրադարձությունները, որոնք ձևավորում են Հայաստանին առնչվող դրական տեղեկատվական հոսքեր:

Համաշխարհային ճանաչում ունեցող հայազգի գործիչներն իրենց հերթին նույնպես բարձրաձայնում են Հայաստանի հիմնախնդիրները՝ արժանանալով միջազգային լրատվամիջոցների ուշադրությանը և այդ կերպ նպաստելով միջազգային հարթակում Հայաստանի մասին տեղեկատվության տարածմանը:

6. Երկրի իմիջի ձևավորմանը գործնականապես մասնակցում են բոլոր ժանրային խմբերը: Լրագրողի կողմից ժանրային այս կամ այն տեսակի ընտրությունը կապված է ինչպես իր առջև դրված խնդրից, այնպես էլ թեմայի առանձնահատկություններից: Երկրի իմիջի ձևավորմանը մասնակցում են ՋԼՄ-ների բոլոր տեսակները՝ թերթերը, հեռուստատեսությունը, ռադիոն և համացանցը:

Կարևոր է նաև լրագրողի տիրապետումը բարձր վարպետական հմտություններին՝ լսարանի համար համոզիչ լինելու համար՝ գիտակցելով պետության և հասարակության առջև ունեցած բարձր պատասխանատվությունը:

## **ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ**

1. Իսթանբլ ՋԼՄ-ների ներուժի օգտագործումը Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական անվտանգության համալիր ապահովման մեջ, ինչպես նաև ներքին և արտաքին հարթակներում երկրի միասնական իմիջի առաջխաղացման գործում:



2. Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգի գերխնդիրների լուծումը՝ տեղեկատվական քաղաքականության և ծրագրերի մշակումը և իրացումը, ՋԼՄ-ներում տեղեկատվական քաղաքականության ձևավորման գործում պետության մասնակցության արդյունավետության բարձրացման ձևերի մշակման խնդիրը, տեղեկատվական անվտանգության սպառնալիքների գնահատումը և հակազդող համակարգերի կատարելագործումը, պետք է նպաստի Հայաստանի շուրջ դրական տեղեկատվական հոսքերի ձևավորմանը և որպես հետևանք Հայաստանի իմիջի առաջխաղացմանը ներքին և արտաքին լսարանների շրջանում:

3. Հիմք ընդունելով Հայաստանի Հանրապետության տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգի խնդիրները՝ մշակել և իրացնել այնպիսի պետական տեղեկատվական քաղաքականություն, որտեղ պետություն-ՋԼՄ-ներ համագործակցությունը մի կողմից դրված լինի իրավական հիմքի վրա՝ չխախտելով ՋԼՄ-ների ազատ խոսքի իրավունքը, մյուս կողմից՝ ապահովելով պետական շահերի առաջխաղացումը երկրի ներսում և միջազգային հարթակում երկրի համար շահավետ և մրցունակ իմիջ ստեղծելու նպատակով:

4. Մշակել և կիրառել Հայաստանի Հանրապետության «փափուկ» ուժի հայեցակարգը, որտեղ ՋԼՄ-ները կդառնան գլխավոր գործիք և արտերկրում իրենց վրա կկրեն Հայաստանի իմիջի առաջատարի դերը:

5. Հայաստանի Հանրապետության իմիջի առաջխաղացման նպատակով ստեղծել պետական կառույց, որը կհամակարգի երկրի իմիջի մշակման և առաջխաղացման հետ կապված աշխատանքները՝ այդ թվում ՋԼՄ-ների միջոցով՝ հայրենական և արտասահմանյան ՋԼՄ-ների մոնիթորինգի, Հայաստանում և արտերկրում հարցումների իրականացման, ՀՀ-ի իմիջի ուժեղ և թույլ կողմերի հայտնաբերման, հայաստանյան և արտասահմանյան ՋԼՄ-ների հետ համագործակցության քայլերի միջոցով:

6. Հայաստանյան համալսարանների լրագրողական և հասարակայնության հետ կապերի ֆակուլտետներում՝ որպես նեղ մասնագիտական ուսուցում՝ կազմակերպել տեղեկատվական անվտանգության և քարոզչության մասնագետների պատրաստումը, որոնք կներգրավվեն ՋԼՄ-ների միջոցով Հայաստանի Հանրապետության իմիջի առաջխաղացման գործընթացին, ինչպես նաև միջազգային տեղեկատվական պատերազմների գրագետ և կանխարգելիչ վարմանը:

## **ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԹԵՄԱՅՈՎ ՀՐԱՏԱՐԱԿՎԱԾ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐ**

1. **Ժամանակակից հակահայ քարոզչությունը և Հայաստանի Հանրապետության վարկանիշը**// «Կանթեղ», ՀՀ ԳԱԱ Արվեստի ինստիտուտ, Երևան, 2015, N4, էջ 183-192:

2. **Հայ-թուրքական հարաբերությունները և ժամանակակից թուրքական ՋԼՄ-ները**// «Լրաբեր հասարակական գիտությունների», ՀՀ ԳԱԱ, Երևան, 2015, N2, էջ 225-232:

3. **Հայաստանի Հանրապետության իմիջը և հանրային դիվանագիտությունը**// «21-րդ դար», «Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամ Երևան, 2015, N6, էջ 71-79:

4. **Особенности формирования современного имиджа Республики Армения и СМИ** //«Լրաբեր Հայ-Ռուսական (Սլավոնական) համալսարանի», Երևան, 2015, N3, էջ 132-137:

5. **Роль СМИ в обеспечении армяно-российского стратегического сотрудничества** // ՀՌՀ ութերորդ տարեկան գիտաժողովի գիտական հոդվածների ժողովածու, Երևան, 2013, 435-439:

6. **ՋԼՄ-ների դերը Թուրքիայում հայկական կերպարի վերափոխման մեջ Ս. Սարգսյանի նախաձեռնողական քաղաքականությունից ի վեր**//ՀՌՀ յոթերորդ տարեկան գիտաժողովի գիտական հոդվածների ժողովածու, Երևան, 2013, էջ 255-264:

**ЗРУИ АЙКОВНА БАБУХАНЯН**  
**РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ**

**РЕЗЮМЕ**

**Диссертация на соискание ученой степени кандидата  
филологических наук  
по специальности 10.01.06 – «Журналистика»**

**Защита состоится 06.07.2016 г. в 12<sup>00</sup> часов на заседании  
специализированного Совета ВАК 012, действующего при ЕГУ, по  
адресу: Ереван, улица Хачатура Абовяна 52/а, ЕГУ, корпус  
филологического факультета, аудитории 202.**

Диссертация посвящена исследованию роли СМИ в формировании имиджа Армении.

При последовательном раскрытии данной проблематики в двух главах работы, обозначены опасности, угрожающие имиджу Армении, а также имеющиеся успехи в медиапространстве, научно обоснованы факторы, влияющие на развитие имиджа страны в медиасфере, разработаны эффективные механизмы противодействия пропаганде, направленной против Армении, спроектированы кратко- и долгосрочные программы по эффективной работе.

Научная новизна работы состоит в изучении возможностей и влияния СМИ на формирование имиджа Армении на современном этапе, а также в обнаружении способов развития их потенциала в данной сфере. Научной новизной является также тот фактор, что исследование проводится по отношению к продолжающемуся процессу.

Во вступлении описаны актуальность выбора темы, степень её научной разработки, объект, цели, задачи, методологические основы и методы исследования, научная новизна, теоретическое и прикладное значения. Диссертация состоит из двух глав, выводов, рекомендаций, списка использованной литературы.

В первой главе “СМИ Армении и особенности формирования государственного имиджа” описаны возможности, особенности и закономерности формирования имиджа государства и роль СМИ в этих процессах. Выявлены факторы, формирующие имидж Армении, и влияние СМИ на них. Показано, что СМИ участвуют во всех этапах

формирования имиджа страны. Проанализированы механизмы воздействия СМИ на общественное мнение, чем обусловлены их возможности формирования имиджа страны.

Исследованы стратегия и основные задачи концепции информационной безопасности Республики Армения.

Вторая глава “Реализация журналистских функций и тематических направлений в деле формирования имиджа государства” посвящена влиянию разнообразных публикаций международных и армянских СМИ на имидж Республики Армения. Публикации подразделяются по тематической направленности: политические, экономические, социальные, культурные. Особое внимание уделяется крупным культурным и общественным мероприятиям, которые привлекают внимание международных СМИ и общественности, тем самым благотворно влияя на международный имидж Армении.

Анализируется также характер посвященных Армении публикаций в СМИ дружественных, нейтральных и вражеских стран. Особое внимание уделяется целенаправленной антиармянской пропаганде, реализуемой со стороны вражеских стран в медиапространстве.

Исследованы также формат, жанровые особенности данных публикаций и журналистская практика.

В заключении представлены основные выводы диссертации и в соответствии с ними изложены рекомендации.

**ZARUHI BABUKHANYAN**

**THE ROLE OF THE MASS MEDIA IN THE FORMATION OF THE IMAGE  
OF  
THE REPUBLIC OF ARMENIA**

**SUMMARY**

**Dissertation for the academic degree of Candidate of Philological  
Sciences  
in specialty 10. 01.06 - «Journalism»**

**Defense day: 06.07.2016 at 12<sup>00</sup> pm at the session of the HAC  
Specialized  
Council (Higher Attestation Commission) 012 at Yerevan State  
University.**

**Address: Republic of Armenia, Yerevan, 52/A, Abovyan st., Yerevan,  
YSU,  
Faculty of Philology, room N 202**

The dissertation is devoted to the study of the media's role in formation of the image of Armenia.

The sequential disclosure of this problem in two chapters of the work describes the dangers threatening the image of Armenia, as well as existing successes in the mediasphere. Also it scientifically substantiates the factors influencing the development of the country's image in the mediasphere, develops effective mechanisms to counter propaganda against Armenia and designs the short - and long-term program for effective work.

The scientific meaning of this dissertation consists of studying the possibilities and the influence of mass media on the formation of the image of Armenia at the present stage, as well as finding ways to develop their capacities in this area. The scientific novelty is also the factor that the research is conducted in relation to the ongoing process.

The introduction describes the actuality of the topic, the review of scientific references, research object, goals, issues, methodological foundations and research methods, its scientific novelty, theoretical and practical usage. The dissertation consists of two chapters, conclusions, recommendations and bibliography.

In the first chapter, "The mass media of Armenia and the peculiarities of the formation of the state's image" the features, characteristics and regularities of formation of the state's image and role of the mass media in these processes are described. There are identified factors shaping the image of Armenia, and the influence of the mass media on them. It is shown that the mass media are involved in all stages of formation of the country's image. It analyzes the mechanisms of mass media influence on the public opinion than is due to their ability to form the country's image.

The second chapter, "The implementation of journalistic functions and thematic areas in the formation of the state's image" devoted to the influence of various publications of international and Armenian mass media on the image of the Republic of Armenia. Publications are classified by thematic focus: political, economic, social, cultural.

Special attention is paid to the major cultural and social events, which attract the attention of the international mass media and the public, thus positively affecting the international image of Armenia.

There is also analyzed the nature of the publications devoted to Armenia published by the mass media of friendly, neutral and enemy countries. Particular attention is paid to the targeted anti-Armenian propaganda implemented by the enemy countries in the mediasphere.

We have also studied the format, genre features of these publications and journalistic practices.

