ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ.

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԸՆԿԱԼՈՒՄՆԵՐԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հետազոտող հեղինակներ՝
Մարիամ Խալաթյան
Նվարդ Մարգարյան

Հետազոտողներ՝
Մարիամ Խալաթյան
Արփի Մանուսյան
Նվարդ Մարգարյան
Տաթևիկ Մարգարյան

Օգնականներ՝
Ագապի Իվանյան
Աննա Հարությունյան
Սոնա Մելիքջանյան

Սրբագրումը՝
Ազնիվ Նասլյանի

Շարվածքը և ձևավորումը՝
Նորա Գալֆայանի

Հետազոտությունն իրականացվել է «Արտեմիս դաշինք» ծրագրի և «Նորվեգիայի Հելսինկյան կոմիտեի» ֆինանսական աջակցությամբ:

Վերլուծության համար պատասխանատու է «Սոցիոսկոպ» ՀԿ-ն: Հետազոտության մեջ տեղ գտած տեսակետները կարող են չհամընկնել ուսումնասիրության աշխատանքներում ներգրավված այլ հետազոտողների, ինչպես նաև «Արտեմիս դաշինք» ծրագրի և «Նորվեգիայի Հելսինկյան կոմիտեի» տեսակետների հետ:

ՍՈՑԻՈՍԿՈՊ
SOCIOSCOPE

Բովանդակություն

Հետազոտական համատեքստ **4**

Մեթոդաբանական անդրադարձ 8

Ընդհանուր դիտարկումներ մեդիայի սպառման սոցիալական պրակտիկաների և ապատեղեկատվության շուրջ **12**

Ապատեղեկատվության սահմանումներն ու ընկալումները **17**

Ո՞վ և ինչո՞ւ է տարածում ապատեղեկատվություն **23**

Ապատեղեկատվական տարածված թեզերը մեդիայում **32**

Անվտանգության և ժողովրդավարության թեմաներով ապատեղեկատվական թեզեր **36**

Գենդերային և սեռականության թեմաներով ապատեղեկատվական թեզեր **39**

Ապատեղեկատվության դեմ պայքար **46**

Ամփոփման փոխարեն **62**

Օգտագործված գրականության ցանկ **65**

Հետազոտական համատեքստ

Մեդիան, որպես ժամանակակից հանրային ինստիտուտ, կարևոր դեր է խաղում հասարակության գործառնման և կայունության համար: Գիդենսը քննում է զանգվածային լրատվամիջոցների կարգավորող դերը և ցույց տալիս, թե ինչպես են նրանք միավորում հասարակություններին անորոշության և անկայունության պայմաններում: Միևնույն ժամանակ նա մատնանշում է մեդիայի՝ անորոշությունն ու անկայունությունը ուժգնացնելու դերը գլոբալ փոփոխությունների մասին տեղեկատվությունը հասանելի դարձնելու և տարածելու գործում (Giddens, 1990, 77-78):

Հասարակական և քաղաքական փոփոխություններով ուղեկցվող այս գլոբալ աշխարհում, երբ կորոնավիրուսի համավարակը, ընթացիկ պատերազմները խարխլել են կայունության հիմքերը, երբ հանրային վստահությունը տարբեր ինստիտուտների նկատմամբ գնալով նվազում է, հնարավոր չէ անտեսել մեդիայի և զանգվածային տեղեկատվության աղբյուրների դերն ու ազդեցությունը այս գործընթացների վրա: Փոփոխվում են մեդիայի ձևերը, հանրության և մեդիայի հարաբերությունները, հանրային կյանքում մեդիայի զբաղեցրած տեղն ու դերը: Ավանդաբար, մեդիա վերլուծությունները շեշտադրում են մեդիայի՝ տեղեկատվությունը զտելու, հանրային կարծիքի ձևավորման գործում տեղեկատվության «դարպասապահի» դերը և գործառույթը: Տեղեկատվության «դարպասապահների» դերն այժմ էլ կարող է տեղին լինել մեդիայի մասին խոսելիս, սակայն մարդկանց հետ հաղորդակցության եղանակները լրջորեն փոխվել են:

Մեդիան հանրության շրջանում ընկալվում է որպես տարբեր շահերի ներկայացման, քաղաքական օրակարգեր ձևավորելու և առաջ տանելու գործիք: Տարբեր շրջանակներ կարող են ձևավորել հանրային տարբեր պատկերացումներ և հստակ քաղաքական ազդեցություն ունենալ: Այսօր արդիական է նաև հակառակը. մարդկանց հանրային և քաղաքական «ճաշակները» դառնում են մեդիայի ընտրության հիմնական չափանիշ: Մարդիկ փնտրում են տեղեկատվություն, որը հաստատում է իրենց ակնկալիքներն ու համոզմունքները, համընկնում սեփական պատկերացումների հետ, ինչը գրականության մեջ առավել հայտնի է և մեկնաբանվում է «հաստատման կողմնակալություն» (confirmation bias) հասկացությամբ[1]:

Չնայած տեղեկատվական աղբյուրների բազմազանությանը՝ մեդիան շարունակում է զտել սոցիալական աշխարհը տեսնելու պատկերները. մենք տնտեսության կամ քաղաքականության հետ ուղղակիորեն և խորապես առնչվելու այլևս քիչ հնարավորություն ունենք, դրանց մասին մեր դիրքորոշումները հիմնականում միջնորդավորված են մեդիա հոսքերով: ***«Այն ամենը, ինչ մենք գիտենք մեր հասարակության, նույնիսկ ամբողջ աշխարհի մասին, որում ապրում ենք, մենք գիտենք զանգվածային լրատվամիջոցներից»*** (Luhmann, 2009, 9): Լումանը նաև շարունակում է. ***«Բայց մենք նաև բավարար չափով գիտենք մեդիան, որպեսզի չվստահենք այդ աղբյուրին: Մենք դիմադրում ենք դրան՝ կասկածելով մանիպուլյացիա, բայց դա մնում է առանց հետևանքի, քանի որ այն գիտելիքները, որ ստանում ենք զանգվածային լրատվամիջոցներից, կարծես ինքնաբերաբար, իրար ուժեղացնող կառուցվածքներ են դառնում»*** (Luhmann, 2009, 9):

Ժամանակակից աշխարհում, երբ խոսքի ազատությունը ժողովրդավար հասարակությունների բնութագրիչն է, տեղին է խոսել նաև ազատ խոսքի փխրունության մասին: Այդ

1 | Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior, 30(3)*, 341–366. https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9

փխրունությունը հատկապես ակնհայտ է դառնում, երբ մեդիան սկսում է գլխավորապես սպասարկել խոշոր կապիտալի և կորպորացիաների, մեդիա սեփականատերերի, քաղաքական գործիչների շահերը՝ հանրային շահի օրակարգ մշակելու և հանրային ձայնը լսելի դարձնելու փոխարեն: Հանրային շահի ոտնահարումը հատկապես տեսանելի է, երբ մեդիան, շահարկելով ազատ խոսքի գաղափարաբանությունը, դառնում է ատելության խոսքի, կեղծիքի և ապատեղեկատվության տարածման հիմնական աղբյուր:

Մեդիա քննադատությունը գլխավորապես հաճախ նաև ուղղված է այն ինստիտուցիոնալ կառուցվածքներին և հարաբերություններին (ինչպիսիք են, օրինակ՝ վերահսկողությունը, խոշոր մեդիա սեփականատերերի կողմից մեդիա դաշտի ուզուրպացիան, կապիտալի շրջանառությունը, գովազդի շուկան և այլն), որոնց շրջանակում մեդիան գործառնում է՝ դառնալով այն վերահսկող և ֆինանսավորող մեծ շահերի քարոզիչը (Chomsky, Herman, 1988): Այս շահերի ներկայացուցիչներն ունեն իրենց օրակարգերը, և այդ օրակարգերի առանցքային բաղադրիչ է նաև հավատարիմ մեդիա ինդուստրիայի վերարտադրությունը: Վերարտադրության այս գործընթացը հաճախ ապահովում են իրենք՝ լրագրողները և խմբագիրները՝ ներքնայնացնելով կորպորացիաների և կապիտալի առաջնահերթությունները (Chomsky, Herman, 1988): Այս դրությունն էականորեն խեղում է մեդիայի՝ իբրև հանրային ոլորտի դերակատարումը: Ժողովրդավարական կանխադրույթն այն է, որ մեդիան անկախ է և միտված ճշմարտության բացահայտմանն ու լուսաբանմանը, սակայն ժամանակակից դրությունը երևան է բերում մեդիայի մեծ կախվածությունը տնտեսական և քաղաքական ուժերի խոշոր կապիտալից և շահերից: Այս համատեքստում հարց է առաջանում՝ արդյոք հանրային տարբեր շրջանակներում կա հարցադրումը մեդիայի մատուցած տեղեկատվության, մասնավորապես դրա ճշգրիտ լինելու վերաբերյալ, և արդյոք

հնարավոր է խուսափել ապատեղեկատվության սպառման ծուղակում հայտնվելուց:

Հանրային ընկալումներն ու մեդիայի շուրջ քննարկումները առաջնահերթ կապվում են քաղաքական հարցերի և ներքաղաքական գործընթացների հետ: Տեղական համատեքստում վկա ենք դառնում հանրային և քաղաքական կյանքում մեդիայի ազդեցության դերի մեծացմանը: Հայաստանյան համատեքստում մեդիայի ազդեցության շուրջ հանրության ընկալումները հիմնականում կապվում են ներքաղաքական իրադրության և զարգացումների հետ՝ շրջանակվելով ընդհանուր անորոշության մթնոլորտով և քաղաքական ու հանրային փոփոխություններ պատկերացնելու դժվարությամբ: Համադրելով ՀՌԿԿ Հայաստանի «Կովկասյան բարոմետր 2021-2022» հետազոտության մի քանի հարցերի պատասխանները՝ ակնհայտ տեսնում ենք, որ մարդիկ հիմնականում բացասական են գնահատում սոցիալական մեդիայի ազդեցությունը Հայաստանի ընդհանուր վիճակի վրա (56%), շատ մտահոգված են Հայաստանի տարածքում համացանցում՝ ներառյալ սոցիալական մեդիայում տարածվող կեղծ և մոլորեցնող տեղեկատվությամբ (69%) և կարծում են, որ սոցիալական մեդիայի բացասական ազդեցությունը Հայաստանի ընդհանուր իրավիճակի վրա հիմնականում ապատեղեկատվության և կեղծ լուրերի տարածումն (63%) ու մարդկանց ապակողմնորոշումն են (14%)[2]: Վերջին տարիներին ապատեղեկատվության և մեդիայում կեղծ լուրերի տարածման խնդիրը լայնորեն քննարկվում և ուսումնասիրվում է սոցիալական տարբեր գիտակարգերի շրջանակում և տարբեր հետազոտողների ուշադրության կենտրոնում է: Ավելին՝ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի Համաշխարհային ռիսկերի[3] զեկույցը[4] երկու տարի շարունակ գլոբալ ռիսկերի առաջին հորիզոնականում առանձնացնում է ապատեղեկատվությունը որպես գլխավոր մարտահրավեր[5]: Իսկ թե ինչու են մարդիկ հավատում ապատեղեկատվությանը և

2 | ՀՌԿԿ Հայաստան (2022). «Կովկասյան բարոմետր 2021-2022». վերցվել է՝ https://shorturl.at/4TY9r

3 | Համաշխարհային տնտեսական ֆորումը «գլոբալ ռիսկը» սահմանում է որպես այնպիսի իրադարձության կամ պայմանի առաջացման հնարավորություն, որի տեղի ունենալու պարագայում այն էական բացասական ազդեցություն կունենա համաշխարհային բնակչության, բնական ռեսուրսների, ինչպես նաև ՀՆԱ-ի վրա:

4 | Զեկույցի հիմքում Համաշխարհային ռիսկերի ընկալման մասին հետազոտությունն է, որն արդեն երկու տասնամյակ ամեն տարի իրականացվում է Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից: Հետազոտության շրջանակում հարցազրույցներ են անցկացվում տարեկան շուրջ 1500 փորձագետի հետ, որոնք ներկայացնում են ակադեմիական, բիզնես, պետական, միջազգային և քաղհասարակության ոլորտները:

5 | World Economic Forum (2024). The Global Risks Report 2024. Retrieved from: https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/

տարածում այն, փորձագետները որպես պատճառներ թերևս առանձնացնում են կուսակցական, որևէ խմբի պատկանելությունը, հաստատման կողմնակալությունը և պետական ինստիտուտների նկատմամբ անվստահությունը[6]:

Այս իրադրությունը, մեդիայի մշտադիտարկումը և հանրային տրամադրությունների առնչությամբ մեր դիտարկումները նաև մղեցին մուտք գործելու փորձագիտական և հասարակական դաշտ՝ մեդիայի և ապատեղեկատվության խնդիրներին լուծումներ գտնելու նպատակով: Այս հետազոտության շրջանակում «ապատեղեկատվություն» հասկացությունը կիրառում ենք հետևյալ սահմանմամբ. միտումնավոր ապակողմնորոշող կամ կողմնակալ տեղեկատվություն, որը նպատակ ունի շահարկելու, վնաս պատճառելու կամ մարդկանց, կազմակերպություններին և երկրները տանելու սխալ ուղղությամբ[7], որը համարժեք է անգլերեն «դիսինֆորմացիա»՝ «disinformation» հասկացության մեկնաբանությանը:

6 | Altay, S., Berriche, M., Heuer, H., Farkas, J., & Rathje, S. (2023). A survey of expert views on misinformation: Definitions, determinants, solutions, and future of the field. Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, 4(4)

7 | Canadian Center for Cyber Security (2024, May). How to identify misinformation, disinformation and malinformation. Retrieved from: https://www.cyber.gc.ca/sites/default/files/misinformation-mesinformation-itsap.00.300-en.pdf

Մեթոդաբանական անդրադարձ

Հետազոտության հիմքում երկու փուլով իրականացրած խորքային ուսումնասիրությունն է, որը թույլ է տվել դուրս բերել հանրային դիսկուրսում տարածված ապատեղեկատվական թեզերը և դրանց հանրային ընկալման ու արձագանքման առանձնահատկությունները: Հետազոտության առաջին փուլում անցկացրել ենք փորձագիտական հարցազրույցներ, որոնք ուղղված են պատասխանելու հետազոտական այն հարցերին, թե ինչպիսի ապատեղեկատվական թեզեր են տարածված մեդիայում, ինչ ազդեցություն ունեն դրանք հանրային տրամադրությունների վրա՝ մասնավորապես կենտրոնանալով գենդերային և սեռականության, անվտանգության և ժողովրդավարության թեզերի շուրջ, վերհանելով

դրանց փոխառնչությունները, ինչպես նաև ապատեղեկատվական թեզեր տարածելու պատճառներն ու ակունքները, դերակատարներին ու նրանց շահերը: Փորձագիտական հարցազրույցներն անցկացրել ենք հետևյալ մասնագետների հետ՝

- գենդերային հարցերով փորձագետներ քաղաքացիական հասարակությունից,
- մարդու հիմնարար իրավունքներով զբաղվող փորձագետ,
- մեդիա փորձագետներ,
- միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ,
- մեդիա հարցերն ուսումնասիրող հետազոտող:

Ընդհանուր իրականացրել ենք 10 փորձագիտական հարցազրույց 4 կնոջ և 6 տղամարդու հետ: Փորձագիտական հարցազրույցներ անցկացրել ենք ինչպես դեմ առ դեմ, այնպես էլ առցանց՝ հնարավոր բոլոր փորձագետների հասանելիությունն ապահովելու նպատակով: Հարցազրույցներն անցկացրել ենք 2024 թվականի հունիս-հուլիս ժամանակահատվածում:

Փորձագիտական հարցազրույցների արդյունքների վրա հիմնվելով՝ իրականացրել ենք ֆոկուսխմբային քննարկումներ Հայաստանի քաղաքային և գյուղական համայնքներում՝ բացահայտելու հանրային տեսակետներն այս հարցերի առնչությամբ: Ֆոկուսխմբային քննարկումների ընթացքում փորձարկել ենք ապատեղեկատվական թեզերի ստուգման նոր մեթոդ, որը դուրս է բերում ապատեղեկատվությանն արձագանքելու հանրային պրակտիկաները, բացահայտում մեդիայի սպառման սոցիալական պրակտիկաները, հանրային արձագանքը ապատեղեկատվությանը, ինչպես նաև վստահության հնարավոր հենարանները: Այսպես՝ մեդիայից

առանձնացրել ենք վեց լուր, որոնք պարունակում են ապատեղեկատվություն, և խնդրել ենք, որ քննարկումների մասնակիցները կարդան և արձագանքեն, թե արդյոք տեղյակ են դրանցից, լսել են, կարդացել են դրանք, ինչպես նաև նշեն, թե որն է դրանցից պարունակում ապատեղեկատվություն, և թե ինչու են այդպես կարծում: Յուրաքանչյուր մասնակից հերթով կարդացել և գնահատել է ներկայացված յուրաքանչյուր լուր, ինչից հետո դրանք քննարկել ենք խմբում: Իրականացրել ենք 23 ֆոկուսխմբային քննարկում, որից 3-ը՝ Երևանում, 20-ը՝ մարզերում: Յուրաքանչյուր մարզում իրականացրել ենք 2 ֆոկուսխմբային քննարկում. մեկը՝ քաղաքային, երկրորդը՝ գյուղական համայնքում: Ֆոկուսխմբային քննարկումները կազմակերպելիս որպես մասնակիցների ընտրության չափանիշ առանձնացրել ենք տարիքն ու սեռը, իրականացրել ենք խառը խմբերով քննարկումներ երկու տարիքային խմբերի հետ՝ 19-35 տարեկան, 36-50 տարեկան: Ընդհանուր առմամբ ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցների թիվը շուրջ 210 է, որից 124-ը կանայք են, իսկ 86-ը՝ տղամարդիկ: Քննարկումներն անցկացրել ենք 2024 թվականի հուլիս-օգոստոսին:

Աղյուսակ 1. | Ֆոկուսխմբային քննարկումների ընտրանք

Մարզ	Համայնք	Տարիք	Սեռ	Քանակ
Երևան		19-35	Խառը խումբ	2
		36-50	Խառը խումբ	1
Արագածոտն	Թալին	36-50	Խառը խումբ	1
	Բյուրական	19-35	Խառը խումբ	1
Արարատ	Արարատ	19-35	Խառը խումբ	1
	Այգեպատ	36-50	Խառը խումբ	1
Արմավիր	Վաղարշապատ	36-50	Խառը խումբ	1
	Սարդարապատ	19-35	Խառը խումբ	1
Գեղարքունիք	Վարդենիս	36-50	Խառը խումբ	1
	Սարուխան	19-35	Խառը խումբ	1
Կոտայք	Աբովյան	36-50	Խառը խումբ	1
	Սոլակ	19-35	Խառը խումբ	1
Լոռի	Վանաձոր	19-35	Խառը խումբ	1
	Ախթալա	36-50	Խառը խումբ	1
Շիրակ	Գյումրի	19-35	Խառը խումբ	1
	Ամասիա	36-50	Խառը խումբ	1
Սյունիք	Կապան	36-50	Խառը խումբ	1
	Խնձորեսկ	19-35	Խառը խումբ	1
Տավուշ	Նոյեմբերյան	19-35	Խառը խումբ	1
	Վազաշեն	36-50	Խառը խումբ	1
Վայոց ձոր	Եղեգնաձոր	36-50	Խառը խումբ	1
	Արենի	19-35	Խառը խումբ	1
Ընդամենը				**23**

Համադրելով տեղեկատվության հավաքման փորձագիտական հարցազրույցների և ֆոկուսխմբային քննարկումների մեթոդները՝ հնարավորություն ենք ունեցել առավել խոր և ամբողջական պատկերացում կազմելու ուսումնասիրվող հետազոտական հարցերի մասին:

Ընդհանուր դիտարկումներ մեդիայի սպառման սոցիալական պրակտիկաների և ապատեղեկատվության շուրջ

Մեդիան հանրային տրամադրությունների վրա ունի առանցքային ազդեցություն և այսօր հայաստանյան իրականությունում ավելի շատ դարձել է բացասական միջավայր ու տրամադրություն ստեղծող: Քննարկման առարկա են, մի կողմից, մեդիայից հանրային մեկուսացվածության, մյուս կողմից՝ մեդիայի՝ որպես ինստիտուտի և հանրության խզման ու դրա նկատմամբ անվստահության հարցերը:

Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմն առանցքային նշանակություն ունի հանրության և մեդիայի հարաբերության փոխակերպումների վրա, ինչը նկատում ենք ոչ միայն այս, այլև տարբեր ուսումնասիրությունների և լրագրողների վերլուծություններում. ***միայն պաշտոնական լրատվությանը հետևելու կոչերն ու համակարգված պետական քարոզչությունը պատերազմից հետո խտացրին, պարպեցին ու բաց թողեցին հասարակության հուզական ու գիտակցական այն ալիքը, որ հետո պիտի տարբեր բնորոշումներ ստանար՝ գրեթե նույն ենթատեքստով՝ անվստահություն մեդիայի նկատմամբ***[8]: Իսկապես, անվստահությունն է, որ դարձել է մեդիայի և հանրության հարաբերության հիմնական բնութագրիչը, նաև այն առաջնային վերաբերմունքը, որը ֆոկուսխմբային քննարկումների ժամանակ մարդիկ արտահայտում են մեդիային առնչվող ցանկացած հարց լսելիս: Անվստահությունից զատ պատերազմը նաև այն կետն էր, որն առհասարակ խաթարել է մարդկանց ներկան և հուզական աշխարհը:

8 | Եղիազարյան, Ա. (2023, 10 ապրիլ) Մեդիագրագիտության փոխակերպումները պատերազմից հետո և այսօր. media.am. վերցվել է՝ https://media.am/hy/medialiteracy/2023/10/04/36275/

«Ես անկեղծ ձեզ ասեմ, պատերազմից հետո ընդհանրապես հեռուստացույց չեմ միացնում, կոճակը չեմ էլ սեղմում: Մոռացել եմ՝ ինչ ալիքներ կան: Եվ իմ սոցցանցերից ջնջել եմ բոլոր լուրերը: Որովհետև, իրոք, արդեն հասել էինք այնտեղ, որ զգում էի, որ հոգեբանական լուրջ խնդիր եմ ունենում ես այս լուրերը լսելուց, քոմենթները կարդալուց: Ու հասկացա, որ բացի սթրեսից ուրիշ ոչինչ չի փոխվում մեր կյանքում»:

36-50 տարեկան, կին,
Աբովյան, Կոտայքի մարզ

Թե՛ փորձագիտական, թե՛ հանրային մտահոգություններում առանձնացվում է մեդիայում բացասական, մասնավորապես դժբախտ դեպքերի, հանցագործությունների, սպանությունների, ավտովթարների մասին լուրերի ծավալի ավելացումը: Հանրային մտահոգությունների շարքում տեսնում ենք նաև մեդիայի բովանդակության հարցի քննարկումը, մասնավորապես շատ դեպքերում բովանդակության բացակայության և մեդիայի երկբևեռվածության խնդիրները: Հետազոտության մասնակիցները միանշանակ խոսում են այն խնդրի մասին, որ մեդիայում բացակայում է բազմակարծությունը կոնկրետ հարցերի շուրջ, և քաղաքական հարցերի մասին գերիշխում է կամ իշխանական, կամ ընդդիմության ուժերին պատկանող մեդիաների նույնատեսակ բովանդակությունը՝ բազմաչարչար *«սև ու սպիտակի»* տրամաբանությամբ: Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմից հետո մեդիայի շուրջ քննարկումներին ավելացել են անհատական և հուզական շերտերը, մասնավորապես պատերազմը և մեդիայում պատերազմի լուսաբանումը մեկնաբանվում են մեդիայից մեկուսանալու, մեդիայի որոշ աղբյուրներ միայն որպես «ցանկալի մտապատկեր» լսելու և տեսնելու միջոց կամ տարբերակ: Մեդիայից օտարվելը հետազոտության մասնակիցները մեկնաբանում են իբրև խաղաղ ապրելու կամ պայմանական այլ իրականությունում ապրելու տարբերակ, իրականությունից փախչելու հնարավորություն:

36-50 տարեկան տղամարդ,
Կապան, Սյունիքի մարզ

«Ես համարյա երկու տարի է՝ նորություններ չեմ կարդում, ինձ համար հանգիստ ապրում եմ»:

«Օրինակ՝ ես ինչի՞ եմ հեռուստացույց նայում: Որ հանգիստ լինեմ, ապահով: Ամեն ինչ գունավոր է, լավ է, լավ երկրում ենք, ապահով տեղում ենք: Ես ինձ հույս եմ տալիս: Մենակ պաշտոնական լուրերին եմ հետևում հեռուստացույցով»:

36-50 տարեկան կին,
Եղեգնաձոր, Վայոց ձորի մարզ

Ֆոկուսխմբային քննարկումները նաև թույլ են տալիս պնդել, որ ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմից հետո բարձրացել է հանրային ռեֆլեքսիայի մակարդակը, մեդիայում ցուցադրվող բովանդակությունը խնդրականացնելը, մտածելը, սակայն սա շատ դեպքերում ավելի խոսքի մակարդակում է արտահայտվում, քան գործնականում: Հատկապես, երբ մարդիկ տիրապետում են այնպիսի տեղեկատվության, թե որ մեդիան ում է պատկանում, քաղաքական որ խմբի շահերն է սպասարկում, կարողանում են տեսանկյունից նայել տվյալ մեդիայի տրամադրած տեղեկատվությանը և դրա մեկնաբանման նպատակահարմարությանը:

«Ցանկացած ինֆորմացիա լրագրողը կարող է ներկայացնել այնպես, ինչպես իրեն է պետք, ոնց որ պահանջում են: Կարող է այնպես ներկայացնել, որ հակառակը ստացվի: Բոլորը ծածկում են իրենց սխալները, «վերև»-ի սխալները ու ցույց են տալիս միայն շատ փոքր ճիշտ մասը»:

36-50 տարեկան տղամարդ,
Կապան, Սյունիքի մարզ

«Նայած որ ալիքն է հրավիրում, այդ ալիքին համապատասխան էլ խոսում են, ինչ տարբերություն: Կենտրոնը [խմբ. - «Կենտրոն» հեռուստաընկերություն] կանչում է, Ծառուկյանին է գովում, «Երկիր մեդիան» կանչում է, Պոդոսին է գովում, ի՞նչ տարբերություն»:

36-50 տարեկան տղամարդ,
Ախթալա, Լոռու մարզ

Մասնավորապես սրա առնչությամբ հետազոտության մասնակիցները խոսում են ճշգրիտ տեղեկատվությունն ունենալու, ոչ թե այդ տեղեկատվությունը մեկնաբանելու հանրային պահանջի մասին՝ ձևակերպելով, որ քաղաքական կամ այլ շահերը հաշվի առնելով՝ յուրաքանչյուրը, հատկապես լրագրողներն ու քաղաքական մեկնաբանները տեղեկատվությունը կարող են տարբեր կերպ մեկնաբանել: Այստեղ համադրելով փորձագիտական հարցազրույցներից ստացած տեղեկատվությունը՝ կարող ենք առերեսվել հակադրության փորձագետների բարձրացրած այն հարցին, որ հանրությունը տեղեկատվության մեկնաբանման կարիք ունի, ուստի հանրային ու քաղաքական դաշտում նաև մեծացել են տարբեր մեդիա հարթակներում հանդես եկող «քաղաքականության» մեկնաբանները:

> *«Կարծես մեր հանրությունը կարիք ունենա հասկանալու, թե ինչ է կատարվում: Ու այդ մարդիկ, որ մեկնաբանում են՝ բացատրելով, թե ինչու վարչապետը այս մի հանդիպմանը գնաց, մյուսին չգնաց, դա կարող է դառնալ մի ամբողջ քաղաքական մեկնաբանության առիթ: Հանրային կարիքը միգուցե այդ ուղղությամբ է՝ հասկանալու, թե ընդհանրապես ինչ է կատարվում»:*

Գենդերային հարցերով փորձագետ քաղաքացիական հասարակությունից, կին

Մեդիայի շուրջ հանրային ընդհանուր դիտարկումների շարքում կարևոր է խոսել նաև խոսքի ազատության ընկալման հանրային պատկերացումներից ու դրանց բազմակի մեկնաբանություններից: Խոսքի ազատությունը, ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցների ձևակերպմամբ, շատ հաճախ նույնացվում է վիրավորանքի, զրպարտության, ատելության խոսքի տարածման և ամենաթողության հետ:

«Ով ինչ ուզի, կարող է գրել ու դրա համար պատասխանատվության չենթարկվել: Այսինքն՝ դու կարող ես վիրավորել դիմացինիդ ու պատասխանատվության չենթարկվել»:

19-35 տարեկան կին,
Նոյեմբերյան, Տավուշի մարզ

Մեդիայի նկատմամբ վստահության հարցերը գալիս են նաև մեր օրերում տեղեկատվության և ապատեղեկատվության ահռելի ծավալներից: Տեղեկատվության ծավալները հանրային տարբեր շերտերի համար պարզապես հնարավորություն չեն թողնում տարորոշելու կեղծ ու ճշմարիտ տեղեկատվությունը, շատ դեպքերում վստահության մակարդակի բացակայությունը նույնիսկ ստիպում է մարդկանց կասկածի տակ դնել փաստացի ճշմարիտ տեղեկատվությունը: Սա թերևս հանրային ապատիկ վիճակի պրոյեկտումն է նաև մեդիա աղբյուրներից օգտվելու սոցիալական պրակտիկաների ու սկզբունքների վրա:

«Արդեն այնպես է դարձել, հավատալու բաներն էլ շատ ժամանակ մտածում ես՝ սուտ է: Արդեն մարդկանց մոտ այնպիսի իրավիճակ է, որ հերթական բանն է, էլի: Հետո հետագայում պարզվում է, որ ճիշտ է: Այ դա շատ վատ է: Արդեն չգիտես՝ հավատմ՞ս, թե՞ չէ: Նման թերահավատ վիճակի մեջ մնալն էլ մի բան չէ, այդ ձևով ապրելն էլ մի բան չէ, որ անընդհատ չհավատաս: Վերջը, կյանք է, չէ՞, ուզում ես դու հավատով ապրես, ուզում ես ճիշտը լսես, ճիշտը իմանաս: Բայց որ արդեն այդպես են սերմանում մարդկանց մեջ, դրա համար մի քիչ արդեն կյանքի գույները փախնում է, էլի»:

36-50 տարեկան տղամարդ,
Թալին, Արագածոտնի մարզ

Ապատեղեկատվության սահմանումներն ու ընկալումները

Մենք ապրում ենք մի դարաշրջանում, որտեղ թվային տեխնոլոգիաները մեր կյանքի գրեթե բոլոր ոլորտների անբաժանելի մասն են, և տեղեկատվության տարածումը երբեք ավելի հեշտ կամ ակնթարթային չի եղել: Ակնթարթային, մեկ կոճակի սեղմումով նաև տարածվում է ապատեղեկատվությունը, ինչը վերջին տարիներին դարձել է համաշխարհային մարտահրավեր: Հայաստանում ապատեղեկատվությունը վերջին տասնամյակում հանրությանը բևեռացնող խնդիրներից է եղել, ինչն ահագնացել է կորոնավիրուսային համավարակի, Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմի, ինչպես նաև 2023 թվականին Լեռնային Ղարաբաղի հայ բնակչության բռնի տեղահանման համատեքստում[9]:

Ապատեղեկատվությունը սուտ, իրականությանը չհամապատասխանող տեղեկությունն է: Աշխարհում ապատեղեկատվությունը բնորոշելու, դրա տեսակները, ինչպես նաև թիրախներն ու ազդեցության մակարդակները տարբերակելու համար օգտագործվում են մի քանի տերմիններ՝ միսինֆորմացիա (misinformation), դիսինֆորմացիա (disinformation), կեղծ լուրեր (fake news), կամ մալինֆորմացիա (malinformation): Այսպես՝ կեղծ լուրերը (fake news) կեղծ պատմություններ են, որոնք թվացյալ տեղեկություն են, որ տարածվում են համացանցում, որոշ դեպքերում նաև լրատվամիջոցների կողմից, ինչպես նաև երբեմն օգտագործվում են քաղաքական հայացքների վրա ազդելու համար կամ որպես կատակ: Միսինֆորմացիան (misinformation) կեղծ տեղեկատվությունն է, որը պարտադիր չէ, որ ունենա մոլորեցնելու

9 | Freedom House (2021, 18 մայիս) Ապատեղեկատվության, տեղեկատվության ու գաղտնիության սահմանը ազգային անվտանգության հարցերում, և վերջապես, ի՞նչ է մեդիա տեռորը: Համառոտագրություն. վերցվել է՝ https://freedomhouse.org/sites/default/files/2021-07/Armenian%20Text.pdf

նպատակ: Իսկ դիսինֆորմացիան (disinformation) միտումնավոր ապակողմնորոշող կամ կողմնակալ տեղեկատվությունն է, որը նպատակ ունի շահարկելու, վնաս պատճառելու կամ մարդկանց, կազմակերպություններին և երկրները տանելու սխալ ուղղությամբ: Քարոզչությունը (propaganda) երբեմն այս տեսակի ապատեղեկատվության մաս կարող է լինել: Իսկ մալինֆորմացիան (malinfroamtion) այն ապատեղեկատվությունն է, որը բխում է ճշմարտությունից, բայց հաճախ ուռճացվում է այնպես, որ մոլորեցնում և վնասելու պատճառ է դառնում[10]:

Հայերենում «ապատեղեկատվություն» եզրույթը երևույթը նկարագրելու հիմնական հասկացությունն է, դեռևս չունի տարբերակումներ, ուստի ներառում է նաև վերոնշյալ հասկացություններում նկարագրված երևույթների, ապատեղեկատվությունը տարածելու միտումների ամբողջությունը:

Հետազոտության մասնակիցները հիմնականում սահմանում էին, թե ինչ է ապատեղեկատվությունը, տալիս էին այնպիսի բնորոշումներ և բնութագիչներ, որոնք այս կամ այն կերպ համապատասխանում էին վերոնշյալ ապատեղեկատվության տարբերակումներին: «Ապատեղեկատվությունը» սահմանելիս հետազոտության մասնակիցներն առավել հաճախ տալիս են հետևյալ բնորոշումները՝ «կեղծ լուր», «սուտ լուր», «իրականությանը չհամապատասխանող տեղեկատվություն», «աղավաղված տեղեկատվություն», «չափազանցություն», «խուճապ տարածող տեղեկատվություն», «թերի տեղեկատվություն», «փաստերով չհիմնավորված տեղեկատվություն» և այլն:

> *«Ընդհանրապես ապատեղեկատվությունը կեղծ լուրի տարածումն է... Դա կեղծ լուրի տարածումն է, որը հասարակությունն ընդունում է որպես լուր՝ չգիտակցելով՝ կեղծ լուր է...»:*
>
> 19-35 տարեկան կին, Երևան

10 | Canadian Center for Cyber Security (2024, May). How to identify misinformation, disinformation and malinformation. Retrieved from: https://www.cyber.gc.ca/sites/default/files/misinformation-mesinformation-itsap.00.300-en.pdf

19-35 տարեկան տղամարդ, Խնձորեսկ, Սյունիքի մարզ

«Իրականությանը չհամապատասխանող ինֆորմացիա, որը բխում է տեղեկատվությունը տվողի շահերից»:

«Կարծում եմ, նաև չափազանցություն՝ չափազանցված լուրեր»:

«Թերի էլ: Նախ՝ երբեմն ամբողջ ինֆորմացիայից կամ նախադասությունից կտրված հատված են ներկայացնում, որը իսկապես այդ մարդն է ասել, ենթադրենք, բայց շարունակությունը կտրվում է, դառնում է ապատեղեկատվություն»:

36-50 տարեկան կանայք, Նոյեմբերյան, Տավուշի մարզ

Հետազոտության մասնակիցները «ապատեղեկատվությունը» սահմանելիս հաճախ խոսում են նաև քլիքբեյթերի (clickbait) մասին, երբ մեդիան օգտագործում է տպավորիչ պատմությունների վերնագրեր և լուսանկարներ, ինչն ընթերցողին կմղի սեղմելու նյութի կամ նկարի, հղման վրա, որը տանում է այլ կայք, որտեղ էլ տեղեկատվությունը միշտ չէ, որ համապատասխանում է վերնագրին կամ լուսանկարին: Քլիքբեյթը լրատվամիջոցները հիմնականում կիրառում են ավելի շատ գովազդատուներ ներգրավելու համար՝ ծառայելու որոշակի քաղաքական կամ տնտեսական նպատակների[11]:

11 | Գրիգորյան, Ռ. (2023, հունվար 17). Ովքե՞ր և ինչո՞ւ են տարածում ապատեղեկատվություն. ովքե՞ր են թիրախում. Ալիք Մեդիա. վերցվել է՝ https://www.aliqmedia.am/2023/01/17/99633/

19-35 տարեկան տղամարդ, Արենի, Վայոց ձորի մարզ

«Հիմնականում ամպագոռգոռ վերնագիր, մտնում ես՝ մարդկանց խոսքերը խեղաթյուրած, ինչ որ իրենց է պետք, դա է գրած»:

«Հա, կարող է վերնագիրը մեզ մոտ խուճապ առաջացնի, բայց նյութը այդպիսին չլինի: Մենք գիտենք, որ մեդիայի հիմնական նպատակներից մեկն այն է, որ վերնագիրը մեր էմոցիոնալ ֆոնի վրա ազդի, ու միանգամից մուտք գործենք կայք, որ հասկանանք՝ ինչ է կատարվում, չնայած կարող է վերնագիրն ու նյութը ընդհանրապես իրար չհամապատասխանեն»:

19-35 տարեկան կին, Գյումրի, Շիրակի մարզ

«Ինտերնետում գրված է 8 զոհ, բացում ես, լրիվ ուրիշ բան է, խոսքի военный урал-ը [թարգմ./խմբ. - զինվորական «Ուրալ» մակնիշի ավտոմեքենա] գցած, նկարներ գցած, բայց մտնում ես՝ ուրիշ բան է գրած»:

36-50 տարեկան տղամարդ, Թալին, Արագածոտնի մարզ

Ապատեղեկատվությունը սահմանելիս հետազոտության մասնակիցները խոսում են նաև կիբերհանցագործությունների մասին: Ամբողջ աշխարհում նկատվում է կիբերհանցագործությունների աճ, հատկապես կորոնավիրուսային համավարակի համատեքստում: Հեռավար աշխատանքը, հեռավար ուսուցումը, ինչպես նաև տարբեր գործառույթների առցանց կազմակերպումն ու համացանցի օգտագործման աննախադեպ աճը մեծացրել են կիբերհանցագործությունների թիրախում գտնվող անձանց շրջանակը, հետևապես նաև կիբերհանցագործությունները, ինչպես ամբողջ աշխարհում, այնպես էլ Հայաստանում: Թվային ապատեղեկատվության կամ կիբերհանցագործությունների մեջ մեծ դեր ունի նաև արհեստական բանականության կիրառումը, որը վերջին տարիներին հատկապես արդիական է: Հետազոտության մասնակիցները ֆոկուսխմբային քննարկումների ժամանակ ներկայացնում էին նաև իրենց փորձառությունը, կամ թե ինչպես են իրենք էլ հայտնվել նման խաբկանքների թիրախում:

«Կին - *Մի պահ Արտաշ Ասատրյանն էր, որ ինչ-որ գումար էր տրամադրում: Կամ ինչ-որ սուպերմարկետ:*

Տղամարդ - *Քիմ Քարդաշյանի անունով էլ էր գցած, որ առաջին 100 հոգուն գումար է տալիս, եթե վիդեոն հավանեն:*

Կին - *Տելեգրամով էլ եկավ նման հաղորդագրություն, որ սոցցանցից ընտրել ենք ձեզ, Ֆրանսիայի պետության*

ինչ-ինչ քաղաքացի ծանր հիվանդ է, ձեզ կտակել է այսքան գումար: Իհարկե, նույն ոոպեին բլոկ արեցինք, բայց...

Հատված ֆոկուսխմբային քննարկումից, 36-50 տարեկան, Եղեգնաձոր, Վայոց ձորի մարզ

Կին - *Մեյլերին է ապատեղեկատվություն գալիս, որ կատարեք փոքր գումարի ներդրում, և այն կավելանա մինչև 1 մլն դոլար»:*

Մենք այժմ ապրում ենք գերծանրաբեռնված և գերհագեցած տեղեկատվական միջավայրում, երբ տարբեր հարթակների միջոցով ստանում ենք չափազանց շատ տեղեկատվություն թե՛ տարաբնույթ հարցերի, թե՛ միևնույն խնդրի վերաբերյալ: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացումն իր հերթին նպաստում է այս գերծանրաբեռնվածությանը բազմաթիվ առումներով՝ արտադրված տեղեկատվության քանակով, տարածման հեշտությամբ, ինչպես նաև լայն լսարանով: Այս պայմաններում ավելի դժվար է համակողմանիորեն վերլուծել ստացած տեղեկատվությունը, ինչն էլ բարդացնում է հասկանալը թե՛ այդ տեղեկատվությունը, թե՛ որոշումների կայացումը կոնկրետ հարցերի շուրջ: Նմանապես բարդ է նաև համակողմանիորեն վերլուծելը և հասկանալը, թե ինչն է ապատեղեկատվություն, և ինչը՝ ոչ: Հետազոտության մասնակիցները ևս ունեն ապատեղեկատվությունը սահմանելու բարդություններ:

19-35 տարեկան տղամարդ, Երևան

«Եթե ինչ-որ մեկը մեկնաբանում է կամ գնահատում է որոշակի երևույթ սեփական կարծիքի վրա, ինչ-որ տեղ չափազանցրած, չգիտեմ, դա կարելի՞ է անվանել ապատեղեկատվություն, թե՞ չէ»:

Հետազոտության որոշ մասնակիցներ էլ հակված են կարծելու, որ այն տեղեկատվությունը, որն իրենց «դուր չի գալիս» կամ «քաղաքական առումով մոտ չէ իրենց պատկերացումներին», ապատեղեկատվություն է: Ավելին՝ ապատեղեկատ-

վության սահմանումներում և գնահատականներում ավելի քիչ թվով մասնակիցներ հաճախ են հղում անում տվյալ ժամանակահատվածում տեղի ունեցող հանրային քննարկումներին կամ արդի թեմաներին:

«Ապատեղեկատվության մի ձև է նաև, երբ մարդկանց հեղինակային իրավունքներն են ոտնահարում... ես դա էլ եմ ապատեղեկատվության հետ անընդհատ զուգահեռներ տանում, որովհետև երբեմն մարդիկ ինչ-որ գրառումներ են անում, իրենց մտքերն են արտահայտում, շատերը վերցնում են, դա իրենցն են դարձնում, ու դա ևս ինչ-որ ապատեղեկատվության տեսակ է, որովհետև հեղինակն իրենք չեն, բայց լավ կարծիքներն իրենց է գնում»:

19-35 տարեկան կին, Երևան

Ո՞վ և ինչո՞ւ է տարածում ապատեղեկատվություն

Երբեմն չափազանց բարդ է բացահայտելը, թե որ աղբյուրներն են տարածում ապատեղեկատվություն: Սովորաբար համակարգված ապատեղեկատվական արշավներն օգտագործում են ապատեղեկատվության տարածման բազմակողմանի մոտեցում, երբ նոր կամ արդեն իսկ գոյություն ունեցող ապատեղեկատվական թեզերը համակարգված կերպով հրապարակում են տարբեր աղբյուրներում, որոնք ժամանակի ընթացքում դուրս են գալիս նախապես սահմանված շրջանակներից, վերաճում են ավելի մեծ արշավի՝ ներառելով բազմազան հարթակներ[12]: Ապատեղեկատվությունն ուսումնասիրող մասնագետներն առանձնացնում են ապատեղեկատվություն տարածող մի քանի հիմնական սուբյեկտներ[13].

Օտար պետություններ. օտար պետության կողմից աջակցվող/տարածվող ապատեղեկատվությունը կարող է նպատակ ունենալ առաջացնելու խառնաշփոթ, սրելու քաղաքական բևեռացում, խարխլելու ժողովրդավարությունը և/կամ անվստահություն սերմանելու հասարակություններում[14]:

Քաղաքական գործիչներ և լրագրողներ. հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ շատ հաճախ քաղաքական գործիչներն ու լրագրողներն ամբողջ աշխարհում կարող են լինել ապատեղեկատվության տարածման առաջնային աղբյուրներ[15]:

Ակտիվիստական շրջանակներ. ապատեղեկատվություն տարածող կարող են լինել նաև որոշակի ակտիվիստական շրջանակներ, ինչպիսիք, օրինակ, կլիմայական փոփոխությունները ժխտող կամ պատվաստումների դեմ պայքարող

12 | Abed, S. F. et al. (2024). Understanding disinformation in the context of public health emergencies: the case of COVID19. Wkly. Epidemiol. Rec. Relevé Épidémiologique Hebd., Vol 4, 38–48.

13 | UK Parliament Post (2024, April 25). Disinformation: sources, spread and impact. Retrieved from: https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0719/POST-PN-0719.pdf

14 | World Economic Forum (2024). The Global Risks Report 2024. World Economic Forum. Retrieved from: https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/

15 | UK Parliament Post (2024, April 25). Disinformation: sources, spread and impact. Retrieved from: https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0719/POST-PN-0719.pdf

խմբերն են, որոնք հատկապես ակտիվացան կորոնավիրուսային համավարակի համատեքստում[16]:

Անհատներն ու կորպորացիաները. բիզնես սեփականատերերը, հայտնիները (celebrities) և ինֆլյուենսերները (influencers), տրոլլները (trolls) հակված են տարածելու ապատեղեկատվություն՝ սպասարկելու սեփական քաղաքական/գաղափարական օրակարգերը կամ ֆինանսական շահերը[17]:

Հետազոտության մասնակիցները ևս ապատեղեկատվության աղբյուրների մասին խոսելիս հաճախ առանձնացնում են օտար պետություններին՝ որպես ապատեղեկատվություն տարածողների: Այստեղ հետաքրքրական է նկատելը, որ փորձագիտական շրջանակում ապատեղեկատվություն տարածող հիմնական օտար պետությունը Ռուսաստանն է և նրան փոխկապված տեղական՝ ներքին աղբյուրները:

«Մեկը Ռուսաստանն է, որ փոխկապակցված է ընդդիմադիր կենտրոնների հետ, և շատ դեպքերում իրենք միասնական են գործում: Չեմ կարող հստակ ասել՝ արդյոք այդ միասնականությունը անմիջական շփումներից է բխում, թե ուղղակի իրենք գտնվում են նույն ալիքի վրա: Կարծում եմ՝ երկուսն էլ կան»:

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

«Իհարկե, ռուսական վեկտորը շատ ավելի ուժեղ է: Ուժեղ կարելի է ասել այն առումով, որ նախ մատչելի լեզվով է գրում, ամենակարևորը գրում է այն վախերի մասին, որոնք առկա են, շատ լավ հետազոտված են այդ վախերը, և վախերն ամրապնդելը շատ ավելի հեշտ է, քան վախերը հաղթահարելը»:

Գենդերային հարցերով փորձագետ քաղհասարակությունից, կին

Որոշ փորձագետներ էլ որպես ապատեղեկատվություն տարածող օտար պետություններ առանձնացնում են Ադրբեջանն ու Թուրքիան:

16 | Lee, S. K. et al. (2022). Misinformation of COVID-19 vaccines and vaccine hesitancy. Sci. Rep., Nature Publishing Group. Government Office for Science (2023). What impact do climate Disinformation: sources, spread and impact change misinformation and disinformation have? GOV.UK. Retrieved from: https://shorturl.at/te5Ab

17 | UK Parliament Post (2024, April 25). Disinformation: sources, spread and impact. Retrieved from: https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0719/POST-PN-0719.pdf

«Պլյուս հիմնական դերակատարները Ադրբեջանն ու Թուրքիան են, որոնք իրականացնում են ուղղորդված ապատեղեկատվական ազդեցություն»:

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

Ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները ևս առանձնացնում են օտար պետությունները՝ որպես ապատեղեկատվություն տարածող աղբյուրներ: Առավել հաճախ հանդիպում ենք «թշնամական երկրներ» ձևակերպմանը, երբ մասնակիցները հիմնականում նկատի ունեն Ադրբեջանն ու ադրբեջանական աղբյուրները: Ընդ որում՝ նման սահմանումներում ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները նկատի ունեն և՛ այն, թե ինչպես է, օրինակ, Ադրբեջանն օգտագործում ապատեղեկատվություն իր ներսում կամ այլ երկրներում, և՛ թե ինչպես է ծառայեցնում Հայաստանում գործող, հայալեզու աղբյուրները ադրբեջանական շահերին հակամարտության պայմաններում:

«Բոլոր դեպքերում ապատեղեկատվության հենց կոնկրետ կլասիկ օրինակ է Ադրբեջան պետությունը. ապատեղեկատվությունը շատ լավ, իրենց համար նպաստավոր ձևով օգտագործեցին՝ սերունդ մեծացրին, պետական ծրագիր ստեղծեցին. նպատակ ունեին իրենք մեծից փոքր բոլոր տարիքային խմբերում՝ առանց սահմանափակումների տարածել, որ մեր թշնամին է, մենք ամեն ինչ պիտի անենք: Ու տարբեր մեթոդներով իրենք հասան իրենց նպատակին»:

36-50 տարեկան կին, Աբովյան, Կոտայքի մարզ

«Օրինակ՝ այս պատերազմական վիճակների ժամանակ, հիմնականում օտարածին ծագում ունեն, շատը՝ հենց ադրբեջանական: Կոպիտ ասած՝ շպիոններն են, որ հայ են իրենք ազգությամբ, բայց աշխատում են, օրինակ, Ադրբեջանի համար: Իրենց նպատակն այն է, որ ժողովրդի մեջ խուճապ գցեն, որ խառնվեն, չգիտեմ»:

19-35 տարեկան տղամարդ, Սոլակ, Կոտայքի մարզ

Հետազոտության մասնակիցները որպես ապատեղեկատվություն տարածող աղբյուրներ առանձնացնում են նաև քաղաքական գործիչներին՝ թե՛ իշխանության կամ մերձիշխանական և թե՛ ընդդիմադիր շրջանակներից՝ իրենց պատկանող, իրենց քաղաքական ուժերի շահերը սպասարկող մեդիաների հետ կամ այդ մեդիաների միջոցով:

«Ակնհայտորեն՝ իշխանություն և ընդդիմություն կամ իրանց կողմնակիցները [խմբ. - տարածում են ապատեղեկատվություն]: Ակնհայտորեն խմբեր, որոնց համար մեկ է, թե ինչ տիպի ապատեղեկատվություն է, իրենց պետք է զուտ քլիք»:

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

«Ապատեղեկատվությունը այսօր այն վիճակում է, որ թե՛ ընդդիմությունը, թե՛ իշխանությունը շատ ակտիվ օգտվում են ապատեղեկատվությունից: Դիտմամբ իրենք այդ ամեն ինչը ներբեռնում են ինտերնետ կայքեր: Այնքան շատ է այսօր լցվել, որ արդեն չես կարողանում ապատեղեկատվությունը ճիշտ ու սխալ անել»:

19-35 տարեկան տղամարդ, Արարատ, Արարատի մարզ

«Քաղաքականության պարագայում, ըստ իս, յուրաքանչյուր քաղաքական ուժ ունի իր հովանավորվող մեդիան, որն էլ ստեղծում է իր շահերից բխող բովանդակություն: Այսինքն՝ ունենք պատվիրատուներ, որոնք գործում են հանուն տվյալ կազմակերպության»:

19-35 տարեկան կին, Գյումրի, Շիրակի մարզ

Ապատեղեկատվություն տարածող աղբյուրների մասին խոսելիս հետազոտության մասնակիցները նաև առանձնացնում են տարբեր չափերի ֆինանսական կազմակերպությունները, կորպորացիաները և բիզնեսը, որոնք ունեն կոնկրետ ֆինանսական շահեր և այդ կոնկրետ ֆինանսական շահերը սպասարկելու նպատակով էլ տարածում են ապատեղեկատվություն:

«Կան ընկերություններ, նաև բիզնեսի աղբյուր է իրենց համար, որոնք հավաքում են լայքեր կամ իրենց բրենդը բարձրացնելու համար զուտ սուտ ինֆորմացիա, որ մարդիկ գրավեն, մտնեն, նայեն, ու իրենք, չգիտեմ, երևի գումար են վաստակում»:

19-35 տարեկան տղամարդ, Երևան

«Դա ուղղակի լայք հավաքելու համար է: Ամեն ինչ ֆինանսական է»:

19-35 տարեկան կին, Սարդարապատ, Արմավիրի մարզ

«Օրինակ՝ ես մտածում եմ, որ ավելի շատ բիզնես են անում. ապատեղեկատվություն գցում են, մարդիկ որ տարածեն, տեսնեն: Ասենք, դա էլ իրենց շահույթ է բերում, էլի»:

19-35 տարեկան կին, Սոլակ, Կոտայքի մարզ

Ապատեղեկատվություն տարածող սուբյեկտների մասին քննարկումներում հետազոտության մասնակիցները նաև քննարկում են ապատեղեկատվություն տարածելու մոտիվները կամ այն, թե ինչ նպատակով է այն տարածվում: Ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները ապատեղեկատվության մոտիվների մասին իրենց դատողություններում՝ հատկապես քաղաքական բնույթի, ապատեղեկատվության նպատակը սահմանում են հիմնականում ավելի մեծ քաղաքական խնդիրներից հանրության ուշադրությունը շեղելը:

«Օրինակ, եթե երկրում ինչ-որ կարևոր իրադարձություն է, երկու վարչապետների հանդիպում է, մեկ էլ կտեսնես՝ մի «անկապ» լուր է պտտվում կայքերում, թեկուզ շատ հին, մի երկու տարի առաջվա վատ լուր, որ մարդկանց ուշադրությունը շեղեն: Կարևոր թեման թողած՝ մեկ էլ կտեսնես, որ մարդիկ սկսել են այդ թեմայի շուրջ խոսել, տարածել: Դրանք էլ մեխանիզմներ են, որ օգտագործում են»:

19-35 տարեկան կին, Նոյեմբերյան, Տավուշի մարզ

«Իմ կարծիքով ապատեղեկատվություն տարածվում է նաև նրա համար, որ մարդկանց ուշադրությունը միշտ

այդ կողմ լինի, շեղեն հիմնական, կարևոր խնդիրներից, որպեսզի մենք միասին ոչ թե կարևոր խնդիրներից խոսենք, օրինակ՝ ճանապարհների խնդրից: Ես անհանգիստ եմ ճանապարհների համար, որովհետև մենք սահմանամերձ գոտի ենք, ամեն վայրկյան սպասում ես ինչ-որ վատ բանի: Մեր տանը հարակից ճանապարհ կա, տարանցիկ երկրորդ ճանապարհ է, որտեղ կան լիքը փոսեր, որ վիրավորին տանելուց հասկանում էիր, թե ինչ վիճակում է նա հայտնվում: Որպեսզի մենք բոլորով այդ մասին չխոսենք, իրենք տարածում են այնպիսի մի խնդիր, որ դու նրանով չհասցնես զբաղվել»:

36-50 տարեկան կին,
Վարդենիս, Գեղարքունիքի մարզ

Ըստ հետազոտության մասնակիցների՝ ապատեղեկատվության տարածման պատճառներից են նաև հանրության մեջ խուճապ տարածելը, ինչպես նաև խուճապ չտարածելը: Այստեղ հատկապես հետաքրքրական է նկատել, որ ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները հիմնականում բացասաբար են վերաբերվում խուճապ տարածելու նպատակով տարածվող ապատեղեկատվությանը, քննադատում են այն և մեղադրում ապատեղեկատվություն տարածողներին: Սակայն, միևնույն ժամանակ, ապատեղեկատվությունը, որը տարածվում է «խուճապ չտարածելու համար», հիմնականում ավելի դրական կամ չեզոք լույսի ներքո է ընկալվում և ըմբռնվում, ինչ-որ տեղ նաև արդարացվում է:

«Ինչպես վերջին դեպքերը [խմբ. - նկատի ունի «Տավուշը հանուն հայրենիքի» նախաձեռնության կողմից իրականացվող ցույցերը] ցույց տվեցին, նաև ինչ-որ կարևոր բանից ուշադրություն շեղելու համար, տվյալ լրատվական կայքերը ֆինանսավորվում են կազմակերպությունների կողմից՝ հանրության մեջ խուճապ առաջացնելու համար»:

19-35 տարեկան տղամարդ,
Արենի, Վայոց ձորի մարզ

«Որովհետև մենք այն պատերազմող երկրում ենք ու հենց այդ պատերազմի օրերին տեսնում էինք, թե ինչ է կատարվում մեր երկրում. բազմաթիվ ապատեղեկատվություններ էին տարածվում, երկիրն ավելի խուճապի են մատնում, ու դա իմ համար ևս մի քայլ է երկիրը ներսից քանդելու, որովհետև դա այն վատ հայերի ձեռքի գործն է, այսպես ասած, երբ որ մանավանդ պատերազմի ժամանակ երկիրն ավելի ներսից խճճում են իրար»:

19-35 տարեկան կին, Երևան

«Ապատեղեկատվության կիրառումը՝ խուճապ չտարածելու համար» թեզը հետազոտության մասնակիցները հիմնականում քննարկում են Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմի ընթացքում ՀՀ տեղեկատվական կենտրոնի կողմից կիրառվող «Հաղթելու ենք» արշավի մասին քննարկումներում: Մի կողմից՝ հետազոտության մասնակիցները շեշտում են, որ «Հաղթելու ենք»-ը ամենամեծ ապատեղեկատվական արշավն է եղել, սակայն մյուս կողմից էլ արդարացնում են այն՝ հիմնավորելով պատերազմի ժամանակ դրական ուղերձներով հանդես գալու, «բանակի մարտական ոգին չընկճելու» կարևորությամբ:

«Օրինակ՝ ամենամեծ ապատեղեկատվությունն իմ համար «տակտիկական նահանջ» ու «հաղթելու ենք»-ն էր... աշխարհի ամենաապատեղեկատվությունն էր, սաղ սուտ... ասենք, մարդիկ կային այնտեղ, բարեկամ...»:

36-50 տարեկան տղամարդ, Երևան

«Ամենաուժեղ ապատեղեկատվությունը տարածվեց հենց այդ 44-օրյայում, որ 44 օր խաբեցին ժողովրդին՝ հաղթելու ենք, հաղթելու ենք»:

36-50 տարեկան կին, Թալին, Արագածոտնի մարզ

«Ինձ թվում է՝ իրենց կողմից մտածված էր, որ ավելի խուճապի մեջ չլինենք: Իրենք շատ լավ գիտեին, որ չենք հաղթելու: Ուղղակի զինվորների ծնողների հոգեբանու-

թյունը հանգստացնելու համար, ժողովուրդը շատ խուճապի մեջ չլինի... Ճիշտ է, հետո միանգամից կոտրվեց ամեն ինչ»:

36-50 տարեկան կին, Վաղարշապատ, Արմավիրի մարզ

«Տղամարդ - *Դա ապատեղեկատվություն չի: Դա պետության կողմից քաղաքականություն էր, որը որ նորմալ երևույթ է, որ ազգի մեջ «դուխ»-ը պիտի բարձրացնի: Չեմ կարծում՝ ապատեղեկատվություն էր:*

Կին - *«Հաղթելու ենք». ոչ թե «Հաղթել ենք», այլ «Հաղթելու ենք»:*

Տղամարդ - *Դա արշավ էր ազգի ոգին բարձրացնելու:*

Հատված ֆոկուսխմբային քննարկումից, 36-50 տարեկան, Աբովյան, Կոտայքի մարզ

Կին - *Բայց չէ՞ որ զինվորը իր մեջ... պանիկայի մեջ էր, որ եթե մենք հանձնել ենք, ո՞նց հաղթենք»:*

«Ես ձեզ հասկանում եմ, պատերազմի ժամանակ անընդհատ հաղթում էինք: Բայց էդ ժամանակ չէին կարող դուխաթափ անել, ասել՝ պարտվում ենք: Չէին էլ կարող հակառակն ասել»:

36-50 տարեկան տղամարդ, Եղեգնաձոր, Վայոց ձորի մարզ

Տարբեր համայնքներում իրականացված ֆոկուսխմբային քննարկումների ժամանակ մասնակիցները նաև նշում են, որ մարդիկ ևս կարող են ապատեղեկատվություն տարածող աղբյուր դառնալ առանց դիտավորության կամ սեփական «ես-ին հերոսացնելու» նպատակով կամ երբ ցանկանում են ինչ-որ «դրական» գործ անել՝ չգիտակցելով անգամ իրենց տարածած ապատեղեկատվության վտանգավորությունը, կամ պարզապես չեն տարբերում տեղեկատվության բնույթը, չեն կարողանում նույնականացնել կամ տարանջատել ապատեղեկատվությունը»:

«Կին - Ես 2020 թվականին խանութում էի աշխատում: Մեքենաներով զինվորները որ գնում էին, մի զինվոր խանութի մոտ կուչ էր եկել, հեռախոսով ասում էր.«Մամ, լավ, էստեղ կրակում են, մի քիչ հետո կզանգեմ»: Նենց իրավիճակ էր ներկայացնում, որ իր մաման մտածի՝ պատերազմի դաշտում է: Բայց ինքը խանութի մոտ նստած խոսում էր: Էնպես էր ներկայացնում, որ Գորիսում, Խնձորեսկում պատերազմ է: Բայց Խնձորեսկում պատերազմ չի եղել: Եկել են, գնացել են Կուբաթլու:

Հետազոտող - Իսկ ի՞նչ նպատակով էր խաբում:

Կին - Դե, երևի ինքնահաստատվելու համար: Իբր՝ տեսեք, պատերազմում կռվել է: Մեղադրելու էլ չի, զինվոր է, միգուցե մտածել է ծնողների մոտ ինքնահաստատվել: Իրենց էլ մեղադրելու չի, չեն հասկանում»:

19-35 տարեկան կին,
Խնձորեսկ, Սյունիքի մարզ

Ապատեղեկատվական տարածված թեզերը մեդիայում

Ըստ հետազոտության մասնակիցների (և՛ փորձագետների, և՛ ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցների՝ մեդիայում ապատեղեկատվական թեզերը հիմնականում տարածվում են հետևյալ թեմաների շուրջ՝ ներքին և արտաքին քաղաքականություն, քաղաքական լիդերների և նրանց ընտանիքի անդամների անձնական կյանք, շոու բիզնես, առողջապահություն, անվտանգություն, տնտեսություն, բիզնես և այլն:

Քաղաքական թեմաներով տարածվող ապատեղեկատվությունն առաջնային քննարկման առարկա է փորձագիտական հանրության և հանրային լայն շերտերի կարծիքով, ընդ որում՝ քաղաքական ասելով՝ նկատի ունեն և՛ ներքին, և՛ արտաքին քաղաքական թեմաները: Այստեղ անհրաժեշտ է նշել, որ քաղաքական թեմաներով տարածվող ապատեղեկատվությունը քննարկելիս մասնակիցներն ազդված են ընթացիկ քաղաքական միջադեպերով, որոնք փոփոխվող են և նպաստում են թեզերի ձևավորմանը:

> *«Վերջին շրջանում մեծամասնությունը զբաղված է շարժման [խմբ. - «Սրբազան շարժում»] հետ կապված իրադարձությունների լուսաբանմամբ: Ու այդտեղ շատ ապատեղեկատվություն կա, որը տարածվում է երկու կողմից էլ: Հենց երեկ, երեկ չէ առաջին օրը, ամենաշատ տարածված բաները ձայնագրություններն են, որ մի կողմը ասում է՝ փող է տվել և այլն, այսինքն՝ այս հարցերի շուրջ է տեղի ունենում հիմնականում քննարկումը»:*

Գենդերային հարցերով փորձագետ քաղաքացիական հասարակությունից, կին

Ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները հաստատում են, որ եթե ներքաղաքական թեմաներով տարածվող ապատեղեկատվական թեզերի հետքերով կարելի է գնալ ու տարբեր աղբյուրներից ճշտել դրանց ճշմարիտ լինել/չլինելը, արտաքին քաղաքականությունը և դրանց շուրջ տարածվող ապատեղեկատվությունը դեռևս բացահայտված չեն:

Քաղաքական թեմաներով տարածվող ապատեղեկատվական թեզերը նաև առնչվում են քաղաքական լիդերների կամ այլ ներկայացուցիչների անձնական կյանքին:

Փորձագիտական հանրությունը շեշտում է, որ քաղաքական այս աղմուկի և անընդհատ փոփոխվող քաղաքական իրադարձությունների ֆոնին քննարկման դաշտից դուրս են մնում մարդու իրավունքների օրակարգն ու դրան առնչվող հարցերը:

«Այս պահին դաշտում բարդ է ասել, որ կան որոշակի թեմաներ: Ավելի շատ անվտանգության վերաբերող հարցերն են՝ զենքերի գնում, աշխարհաքաղաքական դրություն, և մարդու իրավունքների թեման հիմնականում լուսանցքում է մնում: Դրա մասին չի խոսվում ո՛չ պրոիշխանական, ո՛չ հակաիշխանական լրատվամիջոցներում, ինչը շատ ցավալի է: Ինձ թվում է, որ սա ձեռք է տալիս նաև իշխանություններին, որովհետև ինչքան էլ իրենք ավելի լավն են, քան նախկին իշխանությունները և շարժումները, բայց Հայաստանի ներքին կյանքում ժողովրդավարության հետ կապված կան լիքը խնդիրներ, որոնցից մեկը ոստիկանական բռնություններն են»:

Փորձագետ, միջազգային կազմակերպության ներկայացուցիչ, տղամարդ

Փորձագիտական հանրությունը նաև խոսում է քաղաքական թեմաների և անվտանգային հարցերի, սահմանային լարվածությունների, ժողովրդավարությանն ուղղված, մասնավորապես ժողովրդավարության նսեմացմանն ուղղված ապատեղեկատվական թեզերի ու դրանց փոխկապվածու-

թյան մասին, որոնք առանձին կքննարկենք վերլուծության այլ բաժիններում:

Հետազոտության կարևոր բացահայտումներից թերևս կարող ենք նշել այն, որ եթե քաղաքական թեմաներով տարածվող ապատեղեկատվական թեզերը հիմնականում քննարկվում են 36-50 տարիքային խմբի ներկայացուցիչների շրջանում, ապա 19-35 տարիքային խմբում, մասնավորապես այստեղ էլ առանձնացնելով 19-25 տարիքային միջակայքը, քաղաքական թեմաները հիմնականում քննարկման առարկա չեն: Երիտասարդների համար ապատեղեկատվական թեզերը հիմնականում շոու բիզնեսի ներկայացուցիչների, հայտնի մարդկանց կյանքին առնչվող իրադարձությունների շուրջ են՝ ամուսնություն, ամուսնալուծություն, մահ և այլն: Երիտասարդների շրջանում վերջին տարիներին իրականացված հետազոտությունները ևս փաստում են, որ երիտասարդների մեծ մասը (շուրջ 59%-ը) անտարբեր է քաղաքականության նկատմամբ[18]: Սա խոսում է երիտասարդների՝ քաղաքական կյանքից օտարվածության մասին, ինչը կարող ենք մեր դիտարկումներով մեկնաբանել այլ հետաքրքրությունների առկայությամբ, կյանքի հանդեպ այլ մոտեցմամբ, պատերազմի հետևանքներով, սակայն սա լրացուցիչ և խորքային ուսումնասիրության կարիք ունի:

Առողջապահական թեմաներով տարածված ապատեղեկատվական թեզերը, թերևս, հետազոտության մասնակիցների՝ թե՛ փորձագետների, թե՛ ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցների կողմից մատնանշվում են որպես շատ տարածված և վտանգավոր: Այս ապատեղեկատվական թեզերը հնարավոր չէ վերահսկել, և դրանք կարող են մարդկանց առողջության վրա լուրջ բացասական ազդեցություն ունենալ, մասնավորապես երբ տարածվում են տարբեր դեղատոմսեր, առողջության խնդիրներ բուժելու ավանդական ու ոչ գիտական տարբեր մեթոդների կիրառման գովազդներ, պատվաս-

18 | Վերմիշյան, Հ., Բալասանյան, Ս., Դարբինյան, Տ. (2023). Հետազոտություն երիտասարդների շրջանում. (ան)կախության սերունդ. Հայաստան. վերցվել է՝ https://library.fes.de/pdf-files/bueros/armenien/20654.pdf

տումների շուրջ կեղծ և մանիպուլյատիվ, սիրողական տեղեկատվություն և այլն:

«Երբ տարիքով մարդը մտնում է Youtube, շատ խոցելի է դառնում: Ես տեսնում եմ, թե իրեն ոնց են թիրախավորում՝ սկսած նրանից, որ հոդացավեր ունի, ու անընդհատ դեղերի գովազդներ է գալիս, վերջացրած քաղաքական թիրախավորմամբ: Եվ այդ տարիքային խումբը ակնհայտորեն խոցելի է»:

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

«Օրինակ, ցավոք սրտի, շատ են նաև առողջության հետ կապված ապատեղեկատվական լուրերը.նախ՝ բուժումներ, չգիտեմ, նմանատիպ ինֆորմացիաներ են պտտվում»:

19-35 տարեկան կին, Նոյեմբերյան, Տավուշի մարզ

Ապատեղեկատվական թեզերը նաև տարածված են եղել 2023 թվականի սեպտեմբերի 19-ից հետո Լեռնային Ղարաբաղից Հայաստան բռնի տեղահանված բնակչությանը տրամադրվող աջակցության ծրագրերի և առկա ծառայությունների շուրջ. մասնավորապես՝ ի՞նչ գործողությունների հաջորդականությամբ է անհրաժեշտ ստանալ աջակցություն, կամ ո՞ւմ պետք է դիմել, ովքե՞ր կամ ինչպիսի՞ աջակցություն են տրամադրում և այլ հարցեր:

«Ապատեղեկատվությունը շատ է արցախցիներին տրվող նպաստների հետ կապված: Ես երկու անգամ տարհանված եմ, դրա միջով անցած, գիտեմ: Ամեն որպես սրտատրոփ սպասում ես ինչ-որ լուրի, հետո իմանում ես՝ ապատեղեկատվություն է, սխալ ինֆորմացիա: Ու ստույգ չգիտես՝ ուր դիմես, որ ճիշտը գտնես»:

36-50 տարեկան կին, Վարդենիս, Գեղարքունիքի մարզ

Անվտանգության և ժողովրդավարության թեմաներով ապատեղեկատվական թեզեր

Թերևս անվտանգության հարցին առնչվող ապատեղեկատվությունը Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմից հետո այն խնդիրն է, որը հանրությանը ամենաշատն է անհանգստացնում: Ավելին՝ անվտանգության ու ժողովրդավարության՝ իրար «հակադրելու» դիսկուրսը հանրային և փորձագիտական լայն շրջանակների քննարկման մյուս առարկան է: Անվտանգային հարցերի շուրջ տարածվող ապատեղեկատվությունն էլ, ընդ որում, տարբեր ուղղություններով է:

Անվտանգային թեմաներով ապատեղեկատվական թեզերը մեծապես անդրադառնում են սահմանազատմանն ու սահմանագծմանը, սահմանազատման արդյունքում համայնքային կյանքում տեղի ունեցող փոփոխություններին ու սահմանային միջադեպերին: Սահմանամերձ համայնքներում ապրող մարդիկ, լինելով խնդիրների կրողն ու ականատեսը, մեդիայում առերեսվում են խտացրած գույներով այլ իրականության, որը տարբերվում է այն իրականությունից, որում իրենք ապրում են:

> *«Ցանկացած սահմանային երևույթ ամեն մի լրագրող յուրովի է մեկնաբանում, ու դա արդեն խուճապ է առաջացնում բոլորի մոտ. կրակել են, չեն կրակել, վիրավոր կա, չկա, զոհ կա, չկա... ու ամբողջ Հայաստանում ինչքան ծանոթ ունես, բոլորը զանգում են, գիտեն, թե տեղատարափ ռմբակոծության տակ ես ապրում»:*

36-50 տարեկան տղամարդ, Կապան, Սյունիքի մարզ

Փորձագետները փաստում են, որ շատ դեպքերում մեդիայում անվտանգային, մասնավորապես սահմանազատման հարցերը այն աստիճան են մանիպուլացվում, որ նաև մասնագի-

տական շրջանակի համար է դժվար դառնում տարբերակել ճշգրիտ տեղեկատվությունը ապատեղեկատվությունից:

Ֆոկուսխմբային քննարկման մասնակիցների ձևակերպմամբ՝ անվտանգային թեմաներով տեղեկատվությունը կարող է ապատեղեկատվություն դառնալ, օրինակ, եթե պետությունը արտաքին լսարանից, մասնավորապես հակառակորդ երկրից ցանկանա թաքցնել տեղեկատվությունը կամ խեղաթյուրի այն՝ որոշ մանրամասներ թաքցնելու համար, դրա արդյունքում նաև ներքին լսարանի համար է տեղեկատվությունը մասնակի, ոչ լիարժեք ներկայացվում:

Անվտանգային հարցերով ապատեղեկատվությունը նաև վերաբերում է այլ երկրներից զենք ներմուծելու կամ չներմուծելու հարցերին, մասնավորապես այստեղ ավելի լայն համատեքստով քննարկվում է Հայաստանի քաղաքական վեկտորի փոփոխության կամ պահպանման հարցը:

«Հիմա մարդկանց խմբավորել են՝ ԵՄ-Ռուսաստան: Մեկն ասում է՝ ԵՄ, մյուսն ասում է՝ Ռուսաստան: Հիմա էդ է մարդկանց մեջ խնդիրը, որ չեն հասկանում՝ որ կողմ թեքվեն»:

19-35 տարեկան կին,
Սարուխան, Գեղարքունիքի մարզ

Անվտանգության և ժողովրդավարության փոխկախվածությանն ուղղված մանիպուլյացիաներն ու ապատեղեկատվությունը սուր արտահայտում ստացան Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմից հետո, երբ անվտանգային խնդիրները տարբեր քաղաքական շահեր ներկայացնող խմբերի կողմից մեկնաբանվում էին որպես ժողովրդավարական գործընթացների արդյունք՝ նսեմացնելով ժողովրդավարական արժեքները, ձևակերպելով դրանք որպես սպառնալիք Հայաստանի անվտանգության համար:

Փորձագիտական տեսանկյունն այս հարցի առնչությամբ շրջանակվում է այն գաղափարով, որ Արևմուտքը՝ որպես, թերևս, հավաքական կերպար, իր աջակցությունն է ցույց տալիս Հայաստանին նաև անվտանգային հարցերի կար-

գավորման գործընթացում, որն արտահայտվում է զենքի տրամադրմամբ, ռազմական ծառայության փորձի փոխանակմամբ, ինչը հանրային դիսկուրսում որոշակիորեն կոտրում է ժողովրդավարության՝ անվտանգությանը սպառնալիք լինելու շուրջ մանիպուլյացիաները:

Ֆոկուսխմբային քննարկումների արդյունքում ժողովրդավարության շուրջ ապատեղեկատվության մասին քննարկումներն ուղեկցվում են Հայաստանում ժողովրդավարության գաղափարի և Հայաստանի ժողովրդավար երկիր լինել-չլինելու հարցերի քննարկմամբ: Սա հիմնականում մեկնաբանվում է այն հանգամանքով, որ 2018 թվականի Թավշյա հեղափոխությունից հետո ավելի շուտ տպավորություն է ստեղծվում Հայաստանի՝ ժողովրդավար երկիր լինելու մասին, քան իրականությունն է, և մարդիկ իրենց մասնակից չեն զգում որոշումների կայացման գործընթացում և նման լուրերը ձևակերպում են որպես ապատեղեկատվություն:

«Կարծում եմ, որ մենք ավելի շատ ոչ թե ժողովրդավար երկիր ենք, այլ ժողովրդավարական մոդել կիրառող երկիր ենք դեռևս, որը ևս որպես ապատեղեկատվություն տարածվում է շատ հաճախ, որովհետև ժողովրդավար երկրում ժողովրդավարությունը սկսվում է հենց ժողովրդից, իսկ ժողովրդավարական մոդելի կիրառման դեպքում սկսվում է կառավարությունից: Մեր պարագայում սկսվում է կառավարությունից, հետևաբար, թերևս, ժողովրդավար չենք»:

19-35 տարեկան տղամարդ,
Գյումրի, Շիրակի մարզ

Գենդերային և սեռականության թեմաներով ապատեղեկատվական թեզեր

Որպես հանրային բարձր զգայունություն ունեցող թեմաներ՝ մարդու իրավունքներին, գենդերային ինքնությանը վերաբերող հարցերը միշտ քաղաքական տարբեր շահերի ու նրանց օրակարգերի համար մանիպուլյացիայի առարկա են: Այդ խմբերը հիմնականում ձգտում են նեղացնելու առաջադիմական և իրավապաշտպան գործիչների գործունեության տարածքը և խոչընդոտելու Հայաստանում հանրության իրավագիտակցության աճը, գենդերային հավասարության ձգտող, իրավական, ժողովրդավարական հանրային համակեցության մշակույթի զարգացումը, անթաքույց կերպով ուղղված են Հայաստանի ժողովրդավարացումը և սպասված բարեփոխումները կասեցնելուն (Խալաթյան, Մանուսյան, Մարգարյան, 2020, 118-120):

> *«Ապատեղեկատվության հիմնական նպատակը մարդկանց մեջ հուզական ռեակցիա առաջացնելն է՝ դրական կամ բացասական: Իսկ մեր հասարակությունում սեռականությանն առնչվող թեման ամենազգայուններից է: Մարդիկ միանգամից ռեակցիա են տալիս: Ցանկացած թեմա կապես սրա հետ՝ կապ ունեցող կամ չունեցող, շատ լավ գործիք է դառնում պրոպագանդայի»:*

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

Թե՛ փորձագիտական հարցազրույցների և թե՛ ֆոկուսխմբային քննարկումների ընթացքում մենք նկատեցինք, որ գենդերային և սեռականության թեմաներով ապատեղեկատվական թեզերի շրջանառումն ու տարածումը հետազոտվող ժամանակահատվածում հանրային դիսկուրսում

լայն տարածում չեն ունեցել: Փորձագետները նաև հաստատում են, որ ինչպես մարդու իրավունքների օրակարգն է առհասարակ դուրս մնացել կառավարող ուժի քննարկման ու գործառնման տիրույթից, այնպես էլ հակագենդերային խմբավորումներն են քաղաքական նպատակահարմարության այլ թեմաներ գտել:

Գենդերային ապատեղեկատվության մասին հետազոտության մասնակիցները նախապես տեղեկացված կամ ուղղորդված չեն եղել հետազոտողների կողմից, ուստի այն ընկալում ու մեկնաբանում էին տարբեր կերպ՝ կախված «գենդեր» կամ «գենդերային» եզրույթների անհատական սահմանումներից: Գենդերային թեմայով ապատեղեկատվության մասին խոսելիս ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները մտաբերում են «Թավշյա հեղափոխության» իրականացման գործում հանրային դիսկուրսում քննարկման առարկա դարձած «սորոսականների» հովանավորությամբ ԼԳԲՏ համայնքի ներկայացուցիչների մասնակցության նարատիվը: Հետաքրքրական է նկատել, որ մարդկանց քննադատությունն ու մերժումը ուղղված է ոչ թե հեղափոխության՝ արտաքին ուժերի ազդեցությամբ կամ, ինչպես իրենք են ձևակերպում, «դրսից ֆինանսավորված» լինելու հարցին, այլ հենց ԼԳԲՏ մարդկանց մասնակցությանը:

> «Կին - *...ես նույնիսկ այդպիսի ինֆորմացիա եմ հիշում, որ արտասահմանից մի խումբ մարդիկ են եկել, և իրենց հովանավորել են սորոսականները, չգիտեմ ինչերը, և այս հեղափոխությունը իրենք են արել և այլն: Նման բաներ, որոնց չեմ հավատում, որովհետև հեղափոխությունը, իրոք, ժողովուրդն է արել: Հիմա գուցե փոշմանել է, բայց այն ժամանակ հաստատ մենք ենք արել:*
>
> Տղամարդ - *Բայց այդ ժողովրդին ուղղորդելու համար դրսից ֆինանսավորվում էր:*

Հատված ֆոկուսխմբային քննարկումից, 19-35 տարեկան, Խնձորեսկ, Սյունիքի մարզ

Կին - *Հա, բայց ոչ ԼԳԲՏ-ի միջոցներով:*

Կին - *Անընդունելի է այդ ամեն ինչը»:*

Քննարկվող մյուս թեզը գենդերային հավասարության կամ անհավասարության հարցն է, մասնավորապես՝ հայաստանյան իրականությունում կին-տղամարդ իրավահավասարության խնդիրը: Այս համատեքստում հնչող կարծիքները տարբեր են՝ սկսած նրանից, որ կանանց և տղամարդկանց հավասարություն Հայաստանում կա, ինչը, սակայն, սխալ է, մինչև այն, որ կարծրատիպերը դեռ ամրացած են հասարակության մեջ, և կան ոլորտներ, որտեղ կանայք հնարավորություն չունեն հավասարապես մասնակցություն ունենալու: Այստեղ կարևոր է նշել, որ հետազոտության մասնակիցների մեջ կա ապատեղեկատվությունը կարծրատիպերից տարբերակելու շփոթ, և ինչպես այլ ապատեղեկատվական թեզերի պարագայում, այստեղ ևս մասնակիցներից շատերը որպես ապատեղեկատվություն են ներկայացնում այն թեզերը, որոնք չեն համապատասխանում իրենց պատկերացումներին և ընկալմանը:

19-35 տարեկան, Սոլակ, Կոտայքի մարզ

«Օրինակ՝ Հայաստանում դեռևս կան կարծրատիպեր, որ կինը չի կարող զբաղվել քաղաքականությամբ, իսկ կինը, ով զբաղվում է քաղաքականությամբ, իրեն համարում են անբարոյական: Ու այդպես շատ ոլորտներում, որ չեն կարող աշխատել, առաջ չեն կարող գնալ»:

Գենդերային ապատեղեկատվության մյուս ոլորտը հայտնի մարդկանց, քաղաքական գործիչների, միջազգային և տեղական առաջնորդների անձնական կյանքին առնչվող պատմություններն են՝ առանցքում ունենալով նրանց սեռականության և գենդերային ինքնության հարցերը: Շատ դեպքերում սա հանրային խոսակցություն ձևավորելու, հանրության շրջա-

նում վարկանիշ գցելու, հանրային կոնֆլիկտներ առաջացնելու քաղաքական նպատակներ կարող է հետապնդել:

«Մի քանի օր առաջ տեսանյութ էր, իրականում մինչև հիմա չգիտեմ՝ ճիշտ էր, թե ապատեղեկատվություն, բայց Ֆրանսիայի նախագահին էին տեսել ինչ-որ տղայի հետ, ու ահավոր ձայն էր դուրս եկել, բայց մինչև հիմա չգիտենք՝ դա ճի՞շտ է... բայց կարող է ինչ-որ մեկը հատուկ ռեյտինգը գցելու կամ իր հանդեպ տրամադրվելու համար արած լինի:

19-35 տարեկան կին, Երևան

Փորձագիտական հանրույթի կողմից շեշտադրվում են «Ընտանեկան բռնության մասին օրենքի» փոփոխությունն ու քննարկումը[19], որը, թերևս, քաղաքական դաշտում ուղղորդված որոշակի հանրային տրամադրություններ հրահրելու փորձ ունեցավ, սակայն հանրային մակարդակում չքննարկված հարց մնաց՝ պայմանավորված, թերևս, նույն ժամանակահատվածում Հայաստանում զուգահեռաբար ընթացող ներքաղաքական իրադարձություններով:

2024 թվականին «Ընտանիքում բռնության կանխարգելման, ընտանիքում բռնության ենթարկված անձանց պաշտպանության և ընտանիքում համերաշխության վերականգնման մասին» օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ են կատարվել, մասնավորապես փոփոխվել է օրենքի վերնագիրը՝ վերանվանվելով «ՀՀ օրենքը Ընտանեկան և կենցաղային բռնության կանխարգելման ու ընտանեկան և կենցաղային բռնության ենթարկված անձանց պաշտպանության մասին», օրենքի կարգավորման առարկայում ավելացել է «զուգընկեր» բառը, որը թերևս առաջացրել է որոշակի հանրային դժգոհություն՝ հատկապես եկեղեցականների շրջանում, սակայն, լայն իմաստով, եղել է ակնթարթային և չի դարձել հանրային դիսկուրսի մաս:

19 | Arlis.am (2024). «Ընտանիքում բռնության կանխարգելման, ընտանիքում բռնության ենթարկված անձանց պաշտպանության և ընտանիքում համերաշխության վերականգնման մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին. վերցվել է՝ Ղալեչյան, Ն. (2024). Ընտանեկան բռնության փոփոխված օրենքն ուժի մեջ կմտնի հուլիսի 1-ից. ի՞նչ կփոխի բռնության ենթարկվածների կյանքում. Azatutyun.am. վերցվել է՝ https://bit.ly/azatutyun-domestic-violence

«Երբ «Ընտանեկան բռնության մասին» օրենքի մեջ «զուգընկերոջ» մասին փոփոխությունը եղավ, որևէ ռեզոնանս չեղավ: Եկեղեցին մի հատ հայտարարություն արեց, որ՝ «կհեռացնենք ձեզ եկեղեցուց, եթե սա անցկացնեք, կտեսնենք, թե դուք ում եք ծառայում» և այլն, բայց ռեզոնանս ես չտեսա: Կամ գուցե կոնտեքստը այն չէր, բայց այս վերջին տարիներին Ղարաբաղի կորստի հարցը այնքան բան է դարձել, որ մնացած ամեն ինչը երկրորդական է: Կարիք չկա նոր բաներ մտցնելու»:

Փորձագետ, միջազգային կազմակերպության ներկայացուցիչ, կին

Գենդերային ապատեղեկատվությունը ֆոկուսխմբային քննարկումների ժամանակ, մասնավորապես երիտասարդ կանանց շրջանում ուղեկցվում է ֆեմինիստական գաղափարախոսության հանրային ընկալման և այդ ընկալման խեղաթյուրված պատկերացումների հետ: Հատկապես նշում են, որ հանրային սխալ պատկերացում կա ֆեմինիստական գաղափարախոսության մասին, որը նաև տարածվում է ու տպավորություն ստեղծում, թե ֆեմինիստական գաղափարախոսությունը ենթադրում է տղամարդատյացություն, այնինչ այն կինտղամարդ հարաբերությունների հավասարության մասին է:

«Հիմնականում ֆեմինիզմի վերաբերյալ են [խմբ. - գենդերային թեմայով ապատեղեկատվությունը]: Այդ շարժմանը լրիվ ուրիշ պիտակներ են կպցնում ու ասում են, որ դա կանանց դերի բարձրացումն է, տղամարդկանց դերի նվազումը, այնինչ դա ուղղակի իրավունքների հավասարությունն է: Մարդիկ ուղղակի չեն ուզում: Հիմնականում կանայք են էդպես մտածում, ցավալին դա է»:

19-35 տարեկան կին, Գյումրի, Շիրակի մարզ

Առանցքայինն այն է, որ այս թեմաների (անվտանգություն և ժողովրդավարություն, սեռականություն և գենդերային ինքնություն) շուրջ տարածվող ապատեղեկատվական թեզե-

ը անխուսափելիորեն ու քաղաքականապես կապվում են իրար և պայմանավորում հանրային տրամադրությունները: Եթե 2018 թվականի հեղափոխությունից հետո և մինչև Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմը ժողովրդավարությունը և ժողովրդավարական արժեքները հիմնականում կապվում էին արևմտյան արժեքների Հայաստան ներթափանցելու հետ, ապա պատերազմից հետո ժողովրդավարությունն ուղղակիորեն սկսեցին կապել անվտանգային հարցերի հետ: Մասնավորապես պատերազմում պարտվող կողմ լինելու հանգամանքը տարբեր խմբերի համար հիմք դարձավ ժողովրդավարությունը կապելու թուլության հետ, որով էլ մեկնաբանեցին պատերազմում Հայաստանի պարտությունը: Փորձագիտական շրջանակներում հստակ նշվում է, որ հարցի շուրջ ապատեղեկատվությունը տարածվում է հիմնականում արտաքին քաղաքականության ազդեցությամբ, որի լոկոմոտիվը ռուսաստանյան ազդեցության լծակներն են իրենց տեղական արբանյակներով:

> *«Կապված էն բանի հետ, որ Հայաստանի հարաբերությունները Ռուսաստանի հետ մի քիչ փոխվել են ու Արևմուտքի հետ էլ են փոխվել, Ռուսաստանը Հայաստանում՝ ոչ միայն համապետական ալիքներով, այլև, օրինակ, ռուսաստանյան տելեգրամյան ալիքներով: Դրանք ունեն շատ մեծ լսարաններ և ավելի շատ են Հայաստանի մասին լուրեր տարածում՝ շեշտելով դեմոկրատիայի դերի նվազումը, դեմոկրատիայի արժեզրկումը, մարդկանց վրա ազդող համեմատություններ անում՝ Սահակաշվիլի-Զելենսկի-Փաշինյան, տարածում, որ դեմոկրատիան տանում է պատերազմի, և մենք [խմբ. - Ռուսաստանը] պետք է փրկենք Հայաստանը»:*

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

Քննարկվող հարցերից մյուսը, որը փորձագետները առանձնացնում են, գենդերային ինքնություն-զինվորական ծառայու-

թյուն-անվտանգություն կապն է, որը թույլ, բայց ամեն դեպքում քննարկվող նարատիվ է: Այն մասնավորապես փաթեթավորվում է հետևյալ կերպ. ժողովրդավարական արժեքները խրախուսում են նույնասեռական տղամարդկանց բանակում չծառայելը, ինչն անվտանգային սպառնալիք է հատկապես Հայաստանի համար՝ որպես պատերազմի մեջ գտնվող երկրի:

«...մի շատ տարածվող նարատիվ կա, որ էմոցիոնալ արձագանք է առաջացնում. որ գեյ տղամարդիկ բանակում չեն ծառայում, և եթե ունենանք ավելի շատ նույնասեռական մարդիկ, ապա «ո՞վ է մեզ պաշտպանելու»: Սա տագնապային զգացողություն առաջացնող անվտանգության հետ կապված նարատիվ է, բայց շատ կյանք չունեցավ, որովհետև շատ լավ մշակված չէր այն տեսանկյունից, որ բանակի հետ կապված ամեն ինչ շատ փակ է»:

Գենդերային հարցերով փորձագետ քաղաքացիական հասարակությունից, կին

Ապատեղեկատվության դեմ պայքար

Վերջին տարիներին բարդագույն ճգնաժամերի առերեսվող Հայաստանի Հանրապետության համար ապատեղեկատվությունը մեծագույն մարտահրավերներից է: Թեև հայաստանյան իշխանությունները այս տարիներին իրականացրել են որոշակի գործողություններ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի համար, սակայն, փորձագետների գնահատմամբ, դրանք բավարար չեն ապատեղեկատվության առաջացրած երկարատև բացասական հետևանքները չեզոքացնելու և դրանց դիմակայելու համար[20]: Մասնավորապես 2023 թվականի դեկտեմբերին ՀՀ վարչապետի որոշմամբ[21] հաստատվել է «Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի 2024-2026 թթ. հայեցակարգը»[22] և դրանից բխող գործողությունների ծրագիրը[23], որոնց նպատակն է «ՀՀ-ում ապահովել պատշաճ արձագանք ընդդեմ ապատեղեկատվության՝ կանխարգելելով, նվազեցնելով ու չեզոքացնելով ապատեղեկատվության ռիսկերը»[24]:

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի միջազգային փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ այդ պայքարի արդյունավետությունը ուղղակիորեն կապված է հնարավորինս շատ և բազմազան շահագրգիռ կողմերի համագործակցության հետ, և որ խնդրի նկատմամբ հանրային դիմակայունությունը բարձրանում է այն պարագայում, երբ հասարակության բոլոր դերակատարների կարողությունները հզորանում են ապատեղեկատվությունը ճանաչելու և դրան պատշաճ արձագանքելու ուղղությամբ: Ապատեղեկատվության դեմ արդյունավետ պայքարի համար անհրաժեշտ է

20 | Ավետիսեան, Ք. (2023, նոյեմբեր). Հայաստանի պայքարն ապատեղեկատվության դեմ. դեպի ողջ հանրությանը ներգրավելու մոտեցում. Ֆրիդըմ Հաուս. վերցվել է՝ https://bit.ly/freedomhouse-disinformation

21 | e-gov.am (2023). ՀՀ վարչապետի որոշում «Հայաստանի Հանրապետության ապատեղեկատվության դեմ պայքարի 2024-2026 թվականների հայեցակարգը և դրանից բխող գործողությունների ծրագիրը հաստատելու մասին. վերցվել է՝ https://shorturl.at/LLoZW

22 | e-gov.am (2023). Հավելված N 1 ՀՀ վարչապետի N 1319 - Լ որոշման. Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հայեցակագ 2024-2026. վերցվել է՝ https://shorturl.at/iIHID

23 | e-gov.am (2023). Հավելված N 2 ՀՀ վարչապետի N 1319 - Լ որոշման. Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի 2024-2026 թթ. հայեցակարգից բխող գործողությունների ծրագիր. վերցվել է՝ https://shorturl.at/SbC8t

24 | e-gov.am (2023). Հավելված N 1 ՀՀ վարչապետի N 1319 - Լ որոշման. Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հայեցակագ 2024-2026. վերցվել է՝ https://shorturl.at/3GCyQ

ներգրավել հանրությանը, ընդունել և կիրարկել արդյունավետ օրենսդրություն, որը կստեղծի նպաստավոր միջավայր ապատեղեկատվությանը հակազդելու համար, ինչպես նաև ունենալ և գործարկել արդյունավետ հաղորդակցության ռազմավարություններ[25]:

Հետազոտությանը մասնակցած փորձագետների մեծ մասը շեշտում է, որ քանի որ ապատեղեկատվության ծավալներն այնքան շատ են, որ հնարավոր չի լինելու բացահայտել և հերքել դրանցից յուրաքանչյուրը, անհրաժեշտ է որդեգրել ներքևից վերև մոտեցումը՝ մեդիագրագիտության և կրթական միջոցառումների միջոցով բարձրացնելու ապատեղեկատվությունը զանազանելու հանրության կարողությունը: Կրթական միջոցառումներն ու մեդիագրագիտության բարձրացումը փորձագետները պատկերացնում են ինչպես ֆորմալ կրթության՝ հանրակրթության, այնպես էլ ոչ ֆորմալ կրթական միջոցառումների միջոցով: Ավելին՝ փորձագետները նաև շեշտում են մեդիայի, հատկապես հանրային ռեսուրսներից ֆինանսավորվող մեդիայի դերը մեդիագրագիտության բարձրացման գործում:

> *«Դե ամենապարզը մեդիագրագիտությունը դպրոցներում ուսանելն է, որովհետև մենք որ դպրոցում սովորում ենք, տնայինը մեր հետ ծնողներն էլ են անում: Մեդիագրագիտություն սովորելը կարա ընդհանուր ընտանիքի համար հետաքրքիր լինի, սովորեն, նայեն ինչ-որ բաներ»:*

Գենդերային հարցերով փորձագետ քաղհասարակությունից, կին

Մեդիայի հանրային նշանակության բարձրացումն ու մեդիագրագիտությունը հաճախ են ներկայացվում որպես ապատեղեկատվության դեմ պայքարի հիմնական ուղիներ: Աշխարհում, ինչպես նաև Հայաստանում, տարածված խնդիրներից է տեղեկատվության անհավասարությունը (information inequality), որը վերաբերում է անհատների, կազմակերպությունների և կառավարությունների միջև տեղեկատվության

25 | Ավետիսեան, Ք. (2023, նոյեմբեր). Հայաստանի պայքարն ապատեղեկատվության դեմ. դեպի ողջ հանրությանը ներգրավելու մոտեցում. Ֆրիդըմ Հաուս. վերցվել է՝ https://bit.ly/freedomhouse-disinformation

հասանելիության և բաշխման անհավասարությանը, որի վրա կարող են ազդել տեխնոլոգիական զարգացումները և տեղեկատվական քաղաքականությունները[26]: Տարիքը, սեռը, եկամտի չափը, բնակավայրը այն հիմնական գործոններն են, որոնք ազդեցություն են ունենում տեղեկատվական անհավասարության վրա, ինչի հետևանքով հասարակության որոշ խմբեր, հնարավոր է, չեն կարողանում ստանալ որակյալ և բազմակողմանի տեղեկատվություն, ինչն իրենց կարող են թույլ տալ ավելի շատ արտոնություններ ունեցող խմբերը[27]: Վերջին տարիներին Հայաստանում իրականացված տարբեր հետազոտություններ ցույց են տալիս, որ հեռուստատեսությունը դեռևս տեղեկատվության ստացման հիմնական և ամենաշատ օգտագործվող աղբյուրն է[28], ընդ որում՝ հանրային միջոցներից ֆինանսավորվող Հանրային հեռուստաընկերությունը համարվում է քաղաքական նորությունների վստահելի աղբյուրներից[29,30]: Հետազոտությանը մասնակցած փորձագետները ևս կարևորում են հանրային միջոցներից ֆինանսավորվող մեդիայի, հատկապես Հանրային հեռուստաընկերության դերը ինչպես հավաստի և օպերատիվ տեղեկատվություն տարածելու, այնպես էլ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի և հանրության շրջանում մեդիագրագիտության բարձրացման գործում:

«Կարելի է օգտագործել պետական հսկայական ռեսուրսները, որ կան, մարդկանց ավելի լավ տեղեկացնելու կամ ավելի լավ կրթելու համար: Օրինակ՝ Հանրային հեռուստաընկերությունը հսկայական ռեսուրս է, որը կարելի է շատ լավ օգտագործել՝ լավ հաղորդումներ պատրաստել և այլն»:

Միջազգային կազմակերպության ներկայացուցիչ, փորձագետ

«Մեդիան կարող է նպաստել: Ես կարծում եմ, որ Հանրայինը մեծ դեր ունի խաղալու: Ինչ-որ բաներ անում է Հանրայինը... Ավելի կրթական դեր կարող է խաղալ: Մեդիան ընդհանրապես դեր ունի խաղալու»:

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

26 | Skippage, R. (2020). The role of public service media in the fight against disinformation. Retrieved from: https://bit.ly/reutersinstitute-disinformation

27 | Նույն տեղում:

28 | ՀՌԿԿ Հայաստան (2022). Կովկասյան բարոմետր 2021-2022. վերցվել է՝ https://shorturl.at/4TY9r

29 | Նույն տեղում:

30 | Միջազգային հանրապետական ինստիտուտ (ՄՀԻ) (2024, սեպտեմբեր). Հանրային կարծիքի ուսումնասիրություն. Հայաստանի առկա բնակչություն. վերցվել է՝ https://www.iri.org/resources/public-opinion-survey-residents-of-armenia/

Հետազոտության մասնակից փորձագետները ապատեղեկատվության դեմ պայքարում կարևորում են նաև մեդիա գործիքների բազմազանեցումն ու թվային նոր լուծումների ներդրումը: Քանի որ, ըստ փորձագետների, հիմնական ապատեղեկատվությունը տարածվում է թվային տիրույթում, ապա շատ տրամաբանական է, որ դրա համար անհրաժեշտ է մտածել և գտնել թվային լուծումներ: 2020 թվականի սկզբին աշխարհում արագ տեմպերով տարածվող կորոնավիրուսային համավարակը պարարտ հող էր տարբեր տեսակի ապատեղեկատվությունների, դավադրության տեսությունների տարածման համար, և այս համատեքստում մենք տեսանք մի քանի օրինակներ, երբ ներդրվեցին թվային գործիքներ՝ ապատեղեկատվություն հանդիսացող տեղեկատվության հեռացման համար: Մասնավորապես այստեղ կարելի է հիշել, որ Ֆեյսբուք սոցիալական ցանցը հատուկ կարգավորումներ ներդրեց՝ հեռացնելու կորոնավիրուսի վերաբերյալ տարածվող դավադրության տեսություններն ու ապատեղեկատվությունը՝ համագործակցելով Առողջապահության համաշխարհային կազմակերպության հետ[31]: Այդ թվային լուծումների ներդրումը չափազանց կարևոր է և կարող էր ապատեղեկատվության դեմ պայքարում արդյունավետ միջոց լինել, սակայն հայկական համատեքստում դրանց կիրառումը դեռևս խնդրային է, քանի որ այդ գործիքները ադապտացված չեն հայերենին, և հայերեն տեղեկատվության սպառումը մրցակցային չէ համաշխարհային շուկայում[32]:

«Թվային լուծումներ կարող են լինել այստեղ: Եթե հայերենը լինի թվային գործիքների կողմից ավտոմատացված, ընկալելի լեզու, ենթակա կլինի ավտոմատացված անալիզի: Մեքենայական ուսուցման ծրագրեր կան, որոնք կարող են վերլուծել տեքստը, հասկանալ բովանդակությունը: Ալգորիթմներ կան մշակված, որոնք կարող են հայտնաբերել ֆեյք նյուզը, քանի որ այն իրեն բնորոշ

31 | Zuckerberg, M. (2020, March 3). Facebook post. Retreived from: https://www.facebook.com/zuck/posts/10111615249124441

32 | Այստեղ կարևոր է նշել սակայն, որ 2021 թ. հունիսի 1-ից Հայաստանում մեկնարկել էր Ֆեյսբուքի փաստերի ստուգման ծրագիրը: Համագործակցության շրջանակում GRASS-ի «Փաստ-մետրը» (FactCheck Georgia), որն ունի Փաստերի ստուգման միջազգային ցանցի (IFCN) հավաստագիր, 2021 թ. հունիս-հուլիսի ընթացքում համագործակցել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնի հետ՝ Ֆեյսբուքում և Ինսթագրամում տարածված հայերեն նյութերի բովանդակությունը ստուգելու նպատակով: Ծրագրի մասին առավել մանրամասն տեղեկատվության համար տե՛ս https://mediainitiatives.am/mediaam_factchecking/

շատ բառամթերք և մոտեցումներ ունի, և մեքենայական ուսուցման ծրագրերը, որոնք հասանելիություն ունեն համացանցային տարբեր ռեսուրսներին, շատ հանգիստ նույնականացնում են, բայց դա չի աշխատում հայերենի դեպքում»:

Մեդիա փորձագետ, տղամարդ

Ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները ևս կարևորում են ապատեղեկատվության դեմ պայքարը՝ այն տեղավորելով երկու հիմնական մակարդակներում՝ անհատական և պետական/ինստիտուցիոնալ:

Անհատական մակարդակում հետազոտության մասնակիցները կարևորում են սեփական գործողությունը ապատեղեկատվությունը չտարածելու, տեղեկատվությունը ստանալու, մեդիագրագետ լինելու և սեփական ինքնազարգացման գործում: Այսպես՝ հետազոտության մասնակիցները կարծում են, որ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի համար իրենք և հանրությունը պետք է լինեն «մեդիագրագետ», «առանց ստուգելու չտարածեն որևէ տեղեկատվություն»:

«Ամենակարևորը, որ չտարածես առանց ստուգելու: Հատկապես այն մարդիկ, որ մի քիչ ավելի շատ հեղինակություն ունեն կամ շատ ընկերներ ունեն: Ենթադրենք՝ 500 և ավելի ընկեր ունեն, տարածած լուրը բնականաբար ուզած-չուզած տեսնում են, ինչպես ես ուրիշներինն եմ տեսնում»:

19-35 տարեկան կին, Նոյեմբերյան, Տավուշի մարզ

«Ես նաև մտածում եմ, որ գուցե մարդկանց մեդիագրագիտությունը պետք է բարձրացնել: Հիմա դպրոցներում խմբակներ կան, որ երեխաներին սովորեցնում են մինչև վերջ գնալ, տեղեկատվության աղբյուրը ստուգել ու հասկանալ՝ հավաստի է, թե ոչ: Միգուցե այդպիսի նյութեր էլ ստեղծեն, տարածեն, որ մարդիկ ավելի գրագետ դառնան»:

36-50 տարեկան կին, Վարդենիս, Գեղաքունիքի մարզ

«Առաջինը մենք մեր վրա պետք է աշխատենք, որ պահի տակ, որ լուրը լսում ենք, չտարածենք՝ անկախ նրանից՝ մեր ականջին հաճելի էր, դրա համար ուրախությունից կրկնում ենք, թե վատ լուր է: Բայց այսօր տեղեկությունը լավն է, վատն է, ճիշտ է, սուտ է, պահի տակ մենք էլ ենք արտաբերում, ավտոմատ մենք էլ ենք ապատեղեկատվություն տարածում: Ասում ես՝ այսպիսի բան եմ լսել, չեմ հավատում, բայց արդեն ավտոմատ տարածում ես»:

19-35 տարեկան տղամարդ,
Գյումրի, Շիրակի մարզ

Ինչպես փորձագետները, այնպես էլ ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները ապատեղեկատվության դեմ պայքարում կարևորում են կրթության դերը ինչպես իրենց կամ այլ անձանց մեդիագրագիտության բարձրացման, այնպես էլ կրթական համակարգում փոփոխությունների գործում, որ մեդիագրագիտությունը լինի կրթության մի մասը, և երեխան դպրոցից ձեռք բերի մեդիայի և տեղեկատվության հետ հարաբերվելու հմտություններ:

«Շատ կուզեմ, որ 5-6-րդ դասարանից ինֆորմատիկա առարկայի հետ նաև դա խստացված մտնի ծրագրի մեջ [խմբ. - նկատի ունի մեդիագրագիտությունը], որ իմ երեխան տիրապետի: Մենք ապրում ենք այն դարաշրջանում, որ ամեն ինչը հիմնված է համացանցի վրա: Դրա համար նոր սերունդը պետք է սովորի»:

19-35 տարեկան կին,
Արենի, Վայոց ձորի մարզ

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի ձևերից է նաև սեփական փորձառությանը և սեփական վստահության հենարաններին հղվելը: Այսպես՝ վերջին տարիներին մարդիկ սահմանել են իրենց համար որոշակի վստահելի մարդկանց շրջանակ, լրատվամիջոցներ, որոնց իրենք համարում են վստահելի աղբյուր, և հետևաբար ապատեղեկատվության համար պայքարի ձև են համարում իրենց սահմա-

նած վստահելի մարդկանց, վստահելի լրատվամիջոցներին հետևելը և այդ աղբյուրներից տեղեկատվություն ստանալը:

«Առաջին հերթին պետք է ճշտենք վստահելի մարդկանցից: Տարբեր օրգաններում աշխատող վստահելի մարդիկ ունենանք՝ սահմանապահ զորքերում, բանակի ներսում, քաղաքական ոլորտում, սոցիալական կայքերից հասկացող, որը զբաղվում է տեղեկատվություն տարածելով: Նման մարդիկ ունենանք տարբեր բնագավառներում, առաջնահերթ իրենցից ճշտենք»:

19-35 տարեկան տղամարդ, Խնձորեսկ, Սյունիքի մարզ

«Ես իրեն վստահում եմ, անմիջապես ուղարկում եմ իմ երեխուն, կիսվում եմ, որ Սամվել Մարտիրոսյանն այս հայտարարությունն է տարածել, երեխեքին [խմբ. - ծառայողներին] էլ զգուշացրու»:

36-50 տարեկան կին, Վարդենիս, Գեղարքունիքի մարզ

«Ու, օրինակ, «Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը» միշտ ստուգված կեղծ լուրերը գցում են ու նշում, թե իրենք ոնց են հայտնաբերել, որ դա կեղծ է, ու ինչ փաստարկներից ելնելով պետք է որոշենք, որ դա կեղծ է: Իրենք շատ կարևոր գործունեություն են ծավալում ոչ միայն երիտասարդների շրջանում, այլ նաև տարեցների, որովհետև ես նշեցի, որ մենակ մենք չենք կարող բան փոխել»:

19-35 տարեկան կին, Երևան

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարում հետազոտության մասնակիցները նաև հնարավոր պայքարի եղանակ են տեսնում ավելի ռադիկալ՝ «ոչ ոքի և ոչ մի բանի չհավատալու» տարբերակը ու հետևապես նաև կասկածի տակ են առնում ապատեղեկատվության դեմ պայքարի արդյունավետությունը և անհրաժեշտությունը:

«Օրինակ, մենք երբ փոքր էինք, ես հիշում եմ, որ հեռուստացույցով ինչ-որ բան էինք տեսնում, մենք էլ, մեր ծնող-

ներն էլ վստահ էինք, որ եթե դա բարձրաձայնվում է, հեռուստատեսությամբ է, ուրեմն ճիշտ է: Իսկ հիմա չկա նման հասկացություն, որ իմանաս այսինչ մեկը ասում է, ինքը նորմալ, կրթված, խելքը գլխին մարդ է, ասեց, ուրեմն դա ճիշտ է: Չէ՛, վստահ չես կարող լինել: Դրա համար ինչ էլ որ ասում են, ավելի շատ երկմտելով չեմ հավատում: Ասում եմ՝ լավ, դեռ կտեսնենք: Ոչ մի բանի լուրջ չեմ վերաբերվում: Ավելի շատ սպասում եմ՝ ժամանակը ցույց կտա»:

36-50 տարեկան կին, Այգեպատ, Արարատի մարզ

Ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցների մեծ մասի կարծիքով ապատեղեկատվության դեմ պայքարում ամենամեծ գործառույթը պետք է իրականացնի պետությունը: Մարդիկ կարևորում և թվարկում են ինչպես պետության պրոակտիվ գործառույթներ, օրինակ՝ քննադատական մտածողության, մեդիագրագիտության խթանում, մեդիայի հետ համագործակցություն և այլն, այնպես էլ անում են ավելի խիստ առաջարկներ, որոնք կարող են հասնել մինչև քրեական հետապնդում կամ գրաքննություն: Այսպես՝ առավել հաճախ հանդիպող կարծիք է, որ պետությունը պետք է ինչ-որ մարմին/կառույց ստեղծի, որը ոչ միայն պետք է վերահսկի տարածվող տեղեկատվությունը, այլև կանխարգելի և փակի ապատեղեկատվություն պարունակող նորությունները:

36-50 տարեկան կին, Աբովյան, Կոտայքի մարզ

«Պետք է լինի հատուկ կառույց, որը որ պետական մակարդակով վերահսկի և կանխարգելի»:

Հետազոտության մասնակիցները նաև քննարկում և կարևորում են ապատեղեկատվություն տարածողներին պատասխանատվության ենթարկելու հարցը. ոմանք կարևորում են տույժերի և տուգանքների սահմանումը, մյուսներն էլ կողմ են քրեական հետապնդումներին:

36-50 տարեկան կին,
Վազաշեն, Տավուշի մարզ

«Տույժ, տուգանք սահմանեն: Այնքան մեծ տուգանքի առաջ կանգնեցնեն, որ վախենան նման բան անել»:

36-50 տարեկան տղամարդ,
Թալին, Արագածոտնի մարզ

«Պետությունն էլ մի հատ վերահսկողություն պետք է սահմանի օրենքի ուժով, որպեսզի խուսափելով, վախենալով ամեն մեկը իր մտածածն ու ենթադրածը չգրի»:

Չնայած հետազոտության որակական բնույթին՝ կարող ենք եզրակացնել, որ դրա մասնակիցների մեծ մասը կողմ է այս կամ այն չափի գրաքննությանը, տեղեկատվության սահմանափակմանը, որը ներկայացնում են որպես ապատեղեկատվության դեմ պայքարի «հնարավոր» և «արդյունավետ» տարբերակ, արդարացնում նմանատիպ գրաքննության դեպքերը՝ որպես ավելի մեծ վնասի կանխարգելման նախապայման: Ընդ որում՝ այդ դեպքերը մեծ մասամբ վերաբերում են զինվորական ծառայության և երկրի անվտանգության շուրջ տարածվող ինչպես տեղեկատվությանը, այնպես էլ ապատեղեկատվությանը և հատկապես նկատելի են սահմանամերձ համայնքներում:

«Կին - *Պատերազմից հետո լրագրողը իրավունք չունի առանց սահմանապահի Ներքին Խնձորեսկ մտնել, ֆոտո անել:*

Կին - *Շատ ճիշտ է:*

Կին - *Որովհետև դեպք է եղել, որ լրագրողը գնացել է, անտեղի նկարներ է հրապարակել, անկապ նյութ է գրել:*

18-35 տարեկան կանայք,
Խնձորեսկ, Սյունիքի մարզ

Կին - *Դա նաև անվտանգության տեսանկյունից է վտանգավոր»:*

Աշխարհի բազմաթիվ երկրներում տարբեր օրենքներ են ընդունվում ապատեղեկատվության դեմ պայքարի համար: Սակայն խոսքի ազատության համար պայքարողներն իրենց մտահոգությունն են հայտնում նմանատիպ օրենսդրությունների վերաբերյալ հատկապես այն միջավայրերում, որտեղ ավտորիտար իշխանությունները «մեդիան կարգավորելու չափազանց մեծ սեր ունեն», և նման օրենսդրությունը կարող է պարարտ հող դառնալ կառավարությունների համար՝ սահմանափակելու խոսքի և արտահայտման ազատությունը և լռեցնելու ընդդիմությանը[33]:

Այս համատեքստում կարևոր է հիշել, որ 2020 թվականին ՀՀ Կառավարությունը տեղեկատվության սահմանափակման երկու փորձ է արել՝ կորոնավիրուսային համավարակի տարածումը կանխելու համար հայտարարված արտակարգ դրության[34] ռեժիմի և սեպտեմբերի 27-ին Ադրբեջանի Հանրապետության կողմից Լեռնային Ղարաբաղի նկատմամբ սանձազերծված պատերազմի պատճառով ՀՀ-ում հայտարարված ռազմական դրության[35] շրջանակներում: Հայտարարված արտակարգ և ռազմական դրությունների ընթացքում Կառավարությունը սահմանափակումներ սահմանեց լրատվամիջոցների համար: Մասնավորապես կորոնավիրուսային համավարակի ժամանակ հայտարարված արտակարգ դրության պայմաններում լրատվամիջոցների համար նախատեսվեցին վարչական տույժեր համավարակի մասին այնպիսի գրառումներ ու հրապարակումներ անելու համար, որոնք չէին արտացոլում Կառավարության պաշտոնական աղբյուրների տվյալները: Ըստ Կառավարության հիմնավորման՝ սա անհրաժեշտ էր արտակարգ դրության պայմաններում խուճապը և ապատեղեկատվության հնարավոր տարածումը կանխելու համար: Արդյունքում ոստիկաններն այցելում էին տարբեր լրատվամիջոցների խմբագրություններ և տուգանքների սպառնալիքով ստիպում հանել որոշ հոդվածներ[36]: Լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները

33 | Henley, J. (2018). Global crackdown on fake news raises censorship concerns. The Guardian. Retrieved from: https://www.theguardian.com/media/2018/apr/24/global-crackdown-on-fake-news-raises-censorship-concerns

34 | arlis.am. (2020, մարտ). ՀՀ Կառավարության որոշում N 298-Ն. Հայաստանի Հանրապետությունում արտակարգ դրություն հայտարարելու մասին. վերցվել է՝ https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=140212

35 | arlis.am. (2020, սեպտեմբեր). ՀՀ Կառավարության որոշում N 1586-Ն. Հայաստանի Հանրապետությունում ռազմական դրություն հայտարարելու մասին. վերցվել է՝ https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=146450

36 | Freedom House (2021, հունիս). Ապատեղեկատվությունն ու կեղծ տեղեկատվությունը Հայաստանում. դիմակայելով կեղծ պատմություններին. վերցվել է՝ https://bit.ly/freedomhouse-Disinformation

մեդիա տիրույթի տեղական ու միջազգային դիտորդների հետ քննադատեցին այդ քայլը, ինչի արդյունքում ապրիլի 13-ին Կառավարությունը վերացրեց նոր կորոնավիրուսի հետ կապված մամուլի ազատության մասով կիրառված այս սահմանափակումները: Իսկ սեպտեմբերի 27-ին ՀՀ-ում հայտարարված ռազմական դրության սահմանափակումների շարքում նախատեսված էր պահանջ, որ տեղի ԶԼՄ-ներն ու հեռարձակողները պետք է ռազմական գործողությունների մասին ներկայացնեն միայն Կառավարության տրամադրած պաշտոնական տեղեկությունները: Ռազմական դրության մասին որոշման մեջ հոկտեմբերին կատարված լրացումներով արգելվեց հրապարակել պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների և պաշտոնատար անձանց՝ ռազմական դրության իրավական ռեժիմի և պետական անվտանգության ապահովմանն առնչվող գործողությունները քննադատող, հերքող, դրանց արդյունավետությունը կասկածի տակ դնող կամ որևէ այլ կերպ արժեզրկող հաղորդումներ[37]: Կորոնավիրուսային համավարակի համատեքստում ՀՀ վարչապետի աշխատակազմի «Հանրային կապերի և տեղեկատվության կենտրոն» ՊՈԱԿ-ը գործարկեց Հայկական միասնական տեղեկատվական կենտրոնը՝ «արտակարգ իրավիճակներում հանրությանը հավաստի և հրատապ տեղեկատվություն տրամադրելու նպատակով»[38]: Ինչպես կորոնավիրուսային համավարակի, այնպես էլ Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմի ընթացքում այս հարթակում ամենօրյա թարմացումներ էին տրամադրում «իրադրության» մասին: Մասնավորապես Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմի ընթացքում փոխգնդապետ Արծրուն Հովհաննիսյանը դարձավ Հայկական միասնական տեղեկատվական կենտրոնի դեմքը, ով ամեն օր տեղեկություններ էր տրամադրում ռազմաճակատի իրադրության մասին, իսկ քանի որ պատերազմը և ռեպորտաժների սահմանափակումները խոչընդոտում էին շատ լրագրողների մեկնել առաջնագիծ, Արծրուն

37 | Ժողովրդավարության, մարդու իրավունքների և աշխատանքի բյուրո (2021). Մարդու իրավունքների զեկույց 2020 թ., Հայաստան. վերցվել է՝ https://am.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/92/hrr2021_arm.pdf

38 | facebook.com (2024). Հայկական միասնական տեղեկատվական կենտրոն. վերցվել է՝ https://www.facebook.com/ArmenianUnifiedInfoCenter/?locale=hy_AM

Հովհաննիսյանի կողմից տրամադրվող տեղեկատվությունը դարձավ առաջնային, ինչպես նաև վստահելի աղբյուր[39]: Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմի առաջին իսկ օրվանից Արծրուն Հովհաննիսյանի, այլ պաշտոնյաների կողմից հանրային դաշտ բերվեց «Հաղթելու ենք» արշավը՝ դառնալով հանրային դիսկուրսի հիմնական առանցքը: Արդյունքում մենք հայտնվեցինք այնպիսի մի իրադրության մեջ, որ ռազմաճակատում տեղի ունեցողի մասին տեղեկատվությանը հասանելիություն չուներ տեղական լրատվամիջոցների մեծ մասը, իսկ միասնական հարթակը Արծրուն Հովհաննիսյանի բերանով ամեն զարգացում ներկայացնում էր «Հաղթելու ենք» բանաձևի ներքո: Նույնիսկ այն պարագայում, երբ հոկտեմբերի վերջից սկսեցին հրապարակվել ինտերակտիվ քարտեզներ, որտեղ կարելի էր տեսնել, որ ռազմաճակատի իրադրությունը չի համապատասխանում ներկայացվող տեղեկությանը, և դրան ի պատասխան գործի դրվեցին «տակտիկական նահանջ» կամ «հակահարձակում լինելու է» թեզերը[40]: Ռազմաճակատում գտնվող հատուկենտ լրագրողներ, որոնք փորձում էին տալ այլընտրանքային, պաշտոնական տեղեկատվությանը ինչ-որ չափով հակասող տեղեկատվություն, արժանացել են հանրային քննադատության և պարսավանքի. հանրությունն այդ լրագրողներին դարձրել է քննադատության թիրախ՝ նրանց մեղադրելով պարտվողականություն տարածելու համար[41], եղել են նաև դեպքեր, երբ քաղաքացիները կոչ են արել անվտանգության ծառայությանը զբաղվել այդ լրագրողներով կամ այլախոհներով[42]: 2020 թվականի նոյեմբերի 9-ին հրադադարի մասին եռակողմ հայտարարության ստորագրումից հետո, երբ պատերազմական իրականությունը հանրության համար առավել տեսանելի դարձավ, որ 44 օր մնացել է տեղեկատվական վակուումի մեջ և մոլորեցվել պաշտոնական տեղեկատվությամբ[43]:

Հետազոտության մասնակիցներն էլ հետահայաց հաճախ են հիշում Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմի ժամանակ

39 | Freedom House (2021, հունիս). Ապատեղեկատվությունն ու կեղծ տեղեկատվությունը Հայաստանում. դիմակայելով կեղծ պատմություններին. վերցվել է՝ https://bit.ly/freedomhouse-Disinformation

40 | Aravot Daily (2020, նոյեմբեր). Մարտերը շատ սաստիկ ու ծանր չեն. Youtube. վերցվել է՝ https://www.youtube.com/watch?v=ZN9bcs05qI8

41 | Հակոբյան, Թ. (2020, նոյեմբեր). Ռազմական դրությունը ինձ թույլ չի տալիս աշխատել և կատարել լրագրողի իմ պարտականությունը. վերցվել է՝ https://bit.ly/aniarc-tatul-hakobyan

42 | yerkir.am (2021, մայիս). Ինչպիսի՞ պատժիչ քայլեր են ձեռնարկվելու Գայանե Այվազյանի հանդեպ. հարցում ԱԱԾ-ին. վերցվել է՝ https://blog.168.am/blog/334558.html

43 | Freedom House (2021, հունիս). Ապատեղեկատվությունն ու կեղծ տեղեկատվությունը Հայաստանում. դիմակայելով կեղծ պատմություններին. վերցվել է՝ https://bit.ly/freedomhouse-Disinformation

տեղեկատվական վակուումը, շարունակական հորդորներն առ այն, որ քաղաքացիները հետևեն միայն պաշտոնական տեղեկատվությանը, այն որակում են որպես «ամենամեծ ապատեղեկատվությունը» և այս համատեքստում էլ հաճախ կասկածի տակ են առնում այն:

«Օրինակ՝ ամենամեծ ապատեղեկատվությունն իմ համար «տակտիկական նահանջ» ու «հաղթելու ենք»-ն էր, իմ համար ամենամեծ ապատեղեկատվությունն էր... աշխարհի ամենաապատեղեկատվությունն էր, սաղ սուտ... ասենք, մարդիկ կային այնտեղ, բարեկամ...Դե գոնե չասեին, որ հաղթելու ենք, մարդիկ կան ավտոբուսից իջել, զոհվել են, 50-60 հոգով միանգամից զոհվել են... գուցե հենց դա է չերևացող կետը, որ տարել է, հասցրել է այնտեղ, որ ստեղ ավտոբուսը կանգնելու է, 60 հոգի իջնելու են, գործողություն արեք... գուցե մարդիկ չլսեին «հաղթելու ենք», չգնային»:

19-35 տարեկան տղամարդ, Երևան

«44-օրյա պատերազմի ժամանակ Արծրուն Հովհաննիսյանը ժամը մեկ մամուլի ասուլիս էր հրավիրում ու նույն կադրը, որով ինչ-որ տեղ խփում էին, չորս կողմից ցույց էին տալիս մեծացրած: Առաջին հերթին տվյալ իշխանությունն էր այդ 1-2 ամսվա ընթացքում իր ժողովրդին խաբում ու ապատեղեկատվություն ներկայացնում: Ամբողջ ընթացքում ասացին, որ հաղթելու ենք, գրավել ենք, բայց փաստացի նոյեմբերի 9-ին ինքը ստորագրեց՝ առանց ժողովրդի կարծիքն իմանալու: Ու առաջին հերթին, եթե քո երկրի ղեկավարն է քեզ ապատեղեկատվություն ու նման ոչ ռեալ ինֆորմացիա տարածում, ինձ թվում է՝ մնացածի դեմ պայքարելը այդքան էլ հավանական չէ»:

19-35 տարեկան կին, Սոլակ, Կոտայքի մարզ

Այստեղ առավել հետաքրքրական է նկատել, որ գրեթե բոլոր խմբային քննարկումներին, երբ խոսվում էր «Հաղթելու

ենք» հանրային արշավի մասին՝ այն ներկայացնելով որպես ապատեղեկատվություն, անմիջապես հաջորդում է քննարկում հենց նման արշավի անհրաժեշտության մասին: Հետազոտության մասնակիցները դա մեկնաբանում են «պատերազմական իրադրության ժամանակ անհրաժեշտ քայլ՝ բանակի մարտական ոգին բարձր պահելու համար»:

«Ինձ թվում է՝ իրենց կողմից մտածված էր, որ ավելի խուճապի մեջ չլինենք: Իրենք շատ լավ գիտեին, որ չենք հաղթելու: Ուղղակի զինվորների ծնողների հոգեբանությունը հանգստացնելու համար, ժողովուրդը որ շատ խուճապի մեջ չլինի... Ճիշտ է, հետո միանգամից կոտրվեց ամեն ինչ...»:

36-50 տարեկան կին, Վաղարշապատ, Արմավիրի մարզ

«Չէ դե, հոգեպես ժողովրդին չկոտրելու, ազգին չջարդելու համար այդպես էլ պետք է լիներ»:

36-50 տարեկան տղամարդ, Եղեգնաձոր, Վայոց ձորի մարզ

«Մեր արվեստագետների մեծ մասն էլ այդ տեսահոլովակների մասնակից էր, որ խոսում էին հայրենիքի մասին և ասում էին՝ վերջում հաղթելու ենք: Սա ուղղված էր նրան, որ ազգի բարոյահոգեբանական վիճակը բարձրացնի... Դա ապատեղեկատվություն չէ: Դա պետության կողմից քաղաքականություն էր, որը նորմալ երևույթ է, որ ազգի մեջ «դուխը» պիտի բարձրացնի: Չեմ կարծում՝ ապատեղեկատվություն էր»:

36-50 տարեկան տղամարդ, Աբովյան,Կոտայքի մարզ

Այստեղ կարևոր է հասկանալ, թե ինչու են մարդիկ, մի կողմից, խնդրականացնում ապատեղեկատվական այս թեզերը, մյուս կողմից՝ միանգամից փորձում դրանք արդարացնել, ինչը, սակայն, լրացուցիչ հետազոտման կարիք ունի:

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարում պետության գործառնությունների մասին խոսելիս ֆոկուսխմբային քննարկումների մասնակիցները հնչեցնում են նաև չափազանց ռադիկալ

և ծայրահեղ գաղափարներ, ինչպիսիք են, օրինակ, սոցիալական մեդիայի ամբողջական արգելափակումը, հատկապես արտակարգ կամ ռազմական դրության պայմաններում:

«...Այն տեղեկատվությունը, որ պետք չի, որ լինի, առաջինը, կարելի է արգելափակել այդ էջերը: Երկրորդ՝ պետությունն ունի այդ լծակները այդ ամենն ապահովելու համար: Եկեք ոչ մեկ թող չստանձնի պետության գործառույթները: Դրա համար մենք կոչվում ենք պետություն, դրա համար կա կառավարություն, դրա համար հսկայական գումարներ են նախատեսված, թող ծառայեն իրենց նպատակին: Ի՞նչ գործ ունի, օրինակ, թուրքական տելեգրամյան ալիքը, որ լուր հրամցնի հայ հասարակությանը այն ժամանակ, երբ դու գտնվում ես պատերազմի մեջ: Շատ հանգիստ կարելի էր արգելափակել այդ ամբողջ սոցիալական հարթակները այդ ժամանակաշրջանում: Ավելի լավ էր՝ ես տունը նստած չիմանայի: Երբ որ ինձ զորակոչեին, ես ելնեի, դուխով գնայի»:

36-50 տարեկան տղամարդ, Ամասիա, Շիրակի մարզ

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարում, բացի անհատական ջանքից ու պետական միջամտությունից, եզակի, սակայն հնչող կարծիքներ կային մեդիագրագիտության բարձրացման գործում հասարակական կազմակերպությունների դերի շուրջ: Որոշ մասնակիցներ էլ քննարկում էին մեդիայի ինքնակարգավորման անհրաժեշտությունը ապատեղեկատվության դեմ պայքարում: Մասնավորապես քննարկվում էր մեդիայի կողմից իրենց իսկ համար էթիկայի կոդեքսի մշակումն ու դրան հետևումը:

«Կին - *Լրագրողներն էլ ինչ-որ բանի երդում տան և միշտ ճիշտ գրեն:*

Տղամարդ - *Էթիկական կոդեքս ընդունեն իրանց համար ու դրանով շարժվեն»:*

36-50 տարեկան կին և տղամարդ, Երևան

Մեդիայի ինքնակարգավորումից զատ եզակի կարծիքներ կային նաև այն մասին, որ պետությունը չպետք է միջամտի խոսքի և արտահայտման ազատության իրավունքի իրացմանն իր սահմանափակումներով, և ապատեղեկատվության դեմ պայքարը պետք է մնա հանրային վերահսկողության տիրույթում:

«Ես ուզում էի ասել, որ պետությունն ինչքան հնարավոր է քիչ պետք է միջամտի այդ ոլորտում, քանի որ մենք ունենք խոսքի ազատություն, ու դա էլ մարդու հիմնական իրավունքներից է: Ես կարծում եմ, որ պետք է լինի հասարակական վերահսկողություն. ամեն մեկս պետք է անտարբեր չլինենք, որ գիտենք... և պետք է հենց այդ ոլորտը՝ լրատվական այդ խավը, պետք է ինքնակազմակերպվի, ու իրանք իրար մեջ պետք է իրանց արժանապատվության համար, պետք է իրար կարգավորեն»:

19-35 տարեկան տղամարդ, Երևան

Ամփոփման փոխարեն

Ապատեղեկատվությունը, նրա ծավալները ժամանակակից աշխարհի մեծագույն մարտահրավերներից են, որոնք խաթարում են ժողովրդավարական կարգը, հանրային լարվածության պատճառ դառնում և խորացնում հանրային տարբեր խմբերի բևեռացվածությունը: Հայաստանում ապատեղեկատվության տարածումը վերջին տարիներին ահռելի ծավալների է հասել, որին անմիջապես նպաստել են կորոնավիրուսային համավարակը, Ղարաբաղյան երկրորդ պատերազմը և Լեռնային Ղարաբաղից հայ բնակչության բռնի տեղահանումը: Հայաստանյան հանրությունը պատրաստ չէր միանգամից դիմակայելու ճգնաժամերին և դրանց ֆոնին տարածվող ապատեղեկատվությանն այս տեմպերով, քանի որ պայքարի և դիմակայունության համարժեք հմտություններ չուներ: Ավելին՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի անվան ներքո հաճախ պետությունը կամ այլ կազմակերպություններ, ինստիտուտներ իրականացրել են այնպիսի գործողություններ, որոնք ոչ միայն չեն նպաստել այդ պայքարին, այլև դարձել են հենց այդ ապատեղեկատվությունը: Այս ճգնաժամերի պայմաններում, առանց այդ էլ տարբեր ինստիտուտների նկատմամբ առկա սակավ վստահությունն էլ ավելի փխրուն է դարձել: Արդյունքում մարդիկ, իրենց փորձառության վրա հենվելով, սեփական վախերը հաշվի առնելով, վստահության հենարանների բացակայության հետևանքով ձևավորված հմտությունների միջոցով փորձում են

ինքնուրույն վերլուծել իրենց մատուցվող տեղեկատվությունը և այդ տեսանկյունից ընկալել և մեկնաբանել իրադրությունը:

Հետազոտության արդյունքները թույլ են տալիս փաստել, որ հանրային տարբեր շերտեր ունեն մեդիագրագիտության շուրջ որոշակի գիտելիք և տեղեկատվություն, որը միշտ չէ, որ դառնում է գործնական հմտություն: Մարդիկ տեսականորեն կամ խոսքի մակարդակում թվարկում են ապատեղեկատվությունը ստուգելու մեթոդներ և գործիքներ, որոնց շարքում են պաշտոնական տեղեկատվությանը հետևելը, նույն տեղեկատվությունը տարբեր աղբյուրներում ստուգելը, նյութի վերնագրում և բովանդակության մեջ ոչ հայերեն տառեր կիրառելը, նյութի ժամանակագրությանն ուշադիր լինելը, սկզբնաղբյուրները որոնելը և այլն: Մեդիագրագիտության տարբեր դասընթացների մասնակցած մարդիկ էլ առանձնացնում էին ավելի համակցված մեթոդներ, օրինակ՝ ստուգել՝ արդյոք տեսանյութը կամ նկարը խմբագրված է: Գործնականում, երբ մասնակիցների առջև դրվում էր մեդիայից վերցրած և ապատեղեկատվություն պարունակող նյութ, հմտությունների այս շարքը կարծես թե չէր կիրառվում, և նյութի՝ ապատեղեկատվություն պարունակելու կամ չպարունակելու մասին դատողությունները մնում էին ավելի զգայական մակարդակում: Այստեղից կարող ենք եզրակացնել, որ առանցքային է շեշտը դնել մեդիագրագիտության գործնական հմտությունների կիրառականության վրա՝ համախմբելով տարբեր դերակատարների ջանքերն այս ուղղությամբ:

Հետազոտության արդյունքները թույլ են տալիս եզրակացնել նաև, որ քաղաքականության, երկրի անվտանգության վերաբերյալ ընկալումները ամենազգայունն են հանրության շրջանում և պարարտ հող են ապատեղեկատվության և դավադրության տեսությունների տարածման համար, ուստի այս համատեքստում անհրաժեշտ է մշակել հանրային զգայունություն ունեցող հարցերը հանրությանը ներկայացնելու և հանրության հետ դրանք քննարկելու ռազմավարական հա-

ղորդակցության քաղաքականություն և գործողությունների ծրագիր, ինչը թույլ կտա մեղմել հասարակության հետ հաղորդակցությունում առկա խզումները և բացերը:

Օգտագործված գրականության ցանկ

Խալաթյան, Մ., Մանուսյան, Ա., Մարգարյան, Ն. (2020), Հակագենդերային արշավների գործունեությունը, հռետորաբանությունը և նպատակները հետհեղափոխական Հայաստանում (Ա. Ժամակոչյան, խմբ.). Սոցիոսկոպ:

Giddens, A. (1990). The consequences of modernity. Stanford University Press

Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). Manufacturing consent: The political economy of the mass media. Pantheon Books

Luhmann, N. (2000). The reality of the mass media (K. Cross, Trans.). Stanford University Press. (Original work published 1996)