

ԾՈՎԻՆԱՐ ԽԱՉԱՏՐՅԱՆ

Բանասիրական գիտությունների թեկնածու

ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՐԾԻՔԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԵՎ ԻՄԻՋԻ ՎՐԱ

Հոդվածում վերլուծվում է ապատեղեկատվության ազդեցությունը հանրային կարծիքի և իմիջի ձևավորման վրա թվային դարաշրջանում՝ ամփոփելով միջազգային ու հայաստանյան փորձը, հոգեբանական ու տեղեկատվական մեխանիզմները, մինչդեռ առանձնացվում է մեդիագրագիտության և իրավական կարգավորումների տեղական դերը:

Հիմնաբառեր- ապատեղեկատվություն, հանրային կարծիք, իմիջ, մեդիագրագիտություն, իրավական կարգավորում:

Ներածություն

Թվային դարաշրջանի զարգացման պայմաններում ապատեղեկատվությունը դարձել է ժամանակակից հասարակության առջև ծառացած առանցքային մարտահրավերներից մեկը: Սոցիալական ցանցերի անմիջական տարածումը և տեղեկատվական հոսքերի արագացումը ստեղծել են նոր էկոհամակարգ, որտեղ ապատեղեկատվությունը կարող է արագորեն շրջանառվել՝ ազդելով հանրային կարծիքի, իմիջի և հեղինակության ձևավորման վրա (Newman et al., 2023): Այս երևույթը հատկապես սրվել է վերջին տասնամյակում, երբ սոցիալական մեդիան դարձել է տեղեկատվության ստացման առաջնային աղբյուր՝ նվազեցնելով ավանդական լրատվամիջոցների դերը:

Ապատեղեկատվությունը՝ որպես միտումնավոր կամ ոչ միտումնավոր կերպով տարածվող կեղծ կամ ապակողմնորոշող տեղեկատվություն, տարբերվում է պարզապես սխալ տեղեկատվությունից իր համակարգային բնույթով և հաճախ՝ նպատակաուղղված տարածմամբ (Tandoc et al., 2023): Այն կարող է քիրախավորել ինչպես առանձին անհատների և հանրային դեմքերի, այնպես էլ կազմակերպությունների, ինստիտուտների և նույնիսկ ամբողջ պետությունների հեղինակությունը:

Այս հոդվածի նպատակն է համապարփակ վերլուծել ապատեղեկատվության ազդեցությունը հանրային կարծիքի ձևավորման և իմիջի վրա՝ հիմնվելով ժամանակակից հետազոտությունների, միջազգային և հայաստանյան փորձի վրա, ինչպես նաև առաջարկել արդյունավետ ռազմավարություններ այս երևույթի հակազդման համար:

Ապատեղեկատվության տեսական համատեքստը և տիպաբանությունը

Գիտական գրականության մեջ ապատեղեկատվությունը դասակարգվում է մի քանի հիմնական կատեգորիաների: Ինչպես նշում են Վարդլը և Դերաքշանը իրենց հեղինակավոր ուսումնասիրության մեջ՝ (Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018).

Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report, DGI(2017)09.), անհրաժեշտ է տարբերակել տեղեկատվական անկարգության երեք հիմնական տեսակները՝

1. Ապատեղեկատվություն (Disinformation) - միտումնավոր կերպով ստեղծված և տարածված կեղծ տեղեկատվություն՝ ուղղված վնաս հասցնելուն

2. Սխալ տեղեկատվություն (Misinformation) - կեղծ տեղեկատվություն, որը տարածվում է առանց վնասակար մտադրության

3. Վնասակար տեղեկատվություն (Malinformation) - իրական տեղեկատվություն, որը տարածվում է վնաս հասցնելու նպատակով (օրինակ՝ համատեքստից դուրս բերված փաստեր)

Յուրաքանչյուր տեսակ ունի իր առանձնահատկությունները և պահանջում է հակազդման տարբեր մեթոդներ: Սակայն բոլոր դեպքերում դրանք կարող են էական ազդեցություն թողնել հանրային կարծիքի ձևավորման և անհատների կամ կազմակերպությունների իմիջի վրա:

Ապատեղեկատվության տարածման մեխանիզմները բազմաշերտ են և հիմնվում են ինչպես մարդկային հոգեբանության, այնպես էլ՝ ժամանակակից տեխնոլոգիաների յուրահատկությունների վրա: Վոսուդին և գործընկերները իրենց հետազոտության մեջ (Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146-1151.) բացահայտել են, որ կեղծ նորությունները տարածվում են Twitter-ում (այժմ՝ X) 70% ավելի արագ, քան իրական նորությունները: Այս երևույթը բացատրվում է մի շարք գործոններով՝

- Հուզական բաղադրիչ - ապատեղեկատվությունը հաճախ ներառում է զարմանք, զայրույթ կամ վախ առաջացնող տարրեր, որոնք ավելի հավանական է, որ կիսվեն սոցիալական ցանցերում

- Նորույթի էֆեկտ - ապատեղեկատվություն

նր հաճախ պարունակում է անսովոր, շոկային կամ անսպասելի տարրեր

• Սոցիալական մեդիայի ալգորիթմներ - պլատֆորմների ալգորիթմները հաճախ առաջնահերթություն են տալիս բարձր ներգրավածություն ունեցող բովանդակությանը

Reuters Institute-ի 2023թ. (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report>) ուսումնասիրությունը փաստում է, որ ապատեղեկատվությունը սոցիալական մեդիայում տարածվում է միջինում 3.2 անգամ ավելի արագ, քան ստուգված և հավաստի տեղեկատվությունը: Սա բացատրվում է վերոնշյալ գործոններով, ինչպես նաև սոցիալական մեդիայի օգտատերերի վարքագծի առանձնահատկություններով:

Ապատեղեկատվության ազդեցությունը հանրային կարծիքի վրա հիմնվում է մի շարք հոգեբանական մեխանիզմների վրա, որոնցից առանցքայինը «հավատացող միտքը» (believing mind) հայեցակարգն է: Այս տեսությունը առաջարկված է Պեննիկուկի և Ռանդի կողմից (2019), որոնք պնդում են, որ մարդիկ ի բնե հակված են հավատալ ստացված տեղեկատվությանը, և միայն հետազայում, լրացուցիչ կոգնիտիվ ջանքերի միջոցով, կարող են վերանայել այդ հավատը:

Մեկ այլ կարևոր հոգեբանական մեխանիզմ է «հավաստիության ազդեցությունը» (illusory truth effect), երբ բազմակի կրկնվող ապատեղեկատվությունը աստիճանաբար սկսում է ընկալվել որպես ճշմարտություն: Սա հատկապես վտանգավոր է սոցիալական մեդիայի դարաշրջանում, երբ նույն ապատեղեկատվությունը կարող է բազմիցս հանդիպել տարբեր աղբյուրներից:

Հատկանշական է նաև «հաստատման կողմնակալությունը» (confirmation bias), երբ մարդիկ ավելի հակված են ընդունելու այն տեղեկատվությունը, որը համապատասխանում է իրենց գոյություն ունեցող հավատալիքներին և արժեքներին: Սա բացատրում է, թե ինչու տարբեր սոցիալական և քաղաքական խմբեր հաճախ ունեն էականորեն տարբերվող «ճշմարտություններ» նույն հարցերի վերաբերյալ: Այստեղից էլ ապրելու իրավունք է ստանում այն կարծիքը, որ կեղծ լուրերը կարող են ավելի մեծ ազդեցություն թողնել լսարանի վրա, քվալ ավելի ճշմարտացի, քանի իրական լուրերը, կամ այդ լուրերին հաջորդող ուշացած հերքումները:

«Կեղծ լուրերի էֆեկտը» մի երևույթ է, երբ ապատեղեկատվությունը շարունակում է ազդել հանրային կարծիքի վրա նույնիսկ դրա հերքումից հետո: Օքսֆորդի համալսարանի հետազոտողները (2020թ.) բացահայտել են, որ եթե ավանդական ՉԼՄ-ներում հերքումը կարող է մասամբ չեզոքացնել ապատեղեկատվության ազդեցությունը, ապա սոցիալական մեդիայում հերքումը հասնում է սկզբ-

նական լսարանի ընդամենը 10-15%-ին:

Սա առաջացնում է անհամաչափ իրավիճակ, երբ սկզբնական կեղծ տեղեկատվությունը շարունակում է տարածվել և ազդել հանրային կարծիքի վրա նույնիսկ դրա հերքումից հետո: Այս երևույթը հատկապես տեսանելի էր 2016թ. ԱՄՆ-ի նախագահական ընտրություններում, երբ, ինչպես նշում են Ալքոբը և Գենցկովը (2017), Հիլարի Բլինթոնի վերաբերյալ տարածված կեղծ լուրերը շարունակում էին ազդել ամերիկյան հասարակության մի զգալի հատվածի կարծիքի վրա՝ անկախ դրանց բազմաթիվ հերքումներից:

Այս իմաստով ապատեղեկատվության ազդեցությունը անհատների և կազմակերպությունների իմիջի վրա բավական մեծ է: Այն զգալի ազդեցություն է ունենում հատկապես ընտրություններին նախորդող քարոզչության ժամանակահատվածում: Այս ժամանակ է, որ բացվում են բազմաթիվ փոշոտված թղթապանակներ, հիշում են թեկնածուների անցյալը և հատկանշական է, որ արդեն մոռացված պատմությունները կենդանություն և երկրորդ կյանք են ստանում հատկապես ապատեղեկատվության շնորհիվ: Այն նպաստում է ցանկալին իրականի տեղ հրամցնելուն և հաճախ դժվար է լինում լսարանին ապացուցել, որ մրցակիցների տարածածն ապատեղեկատվություն է:

Ապատեղեկատվությունն առանձնահատուկ ազդեցություն ունի հանրային դեմքերի, հատկապես քաղաքական գործիչների հեղինակության վրա: Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ մարդիկ հաճախ կարծիքները փոխում են հանրային դեմքերի վերաբերյալ անգամ այն դեպքում, երբ հետազայում պարզվում է, որ տարածված տեղեկությունները կեղծ էին: Օրինակ՝ 2016թ. ամերիկյան նախագահական ընտրություններում Հիլարի Բլինթոնի մասին տարածված «Պիցցագեյթ» (Pizzagate) կեղծ տեսությունը, համաձայն որի նա իբր ներգրավված էր մանկական բրաֆիքինգի ցանցում, զգալիորեն վնասեց նրա հանրային իմիջին, չնայած, որ այս պնդումները բազմիցս հերքվեցին (Fisher, M., Woodrow Cox, J., & Hermann, P. (2016). «Pizzagate: From rumor, to hashtag, to gunfire in D.C.», The Washington Post, 6 December 2016. https://www.washingtonpost.com/local/pizzagate-from-rumor-to-hashtag-to-gunfire-in-dc/2016/12/06/4c7def50-bbd4-11e6-94ac-3d324840106c_story.html): Նմանապես, 2019թ. Ֆրանսիայում էմանուել Մակրոնի մասին տարածված ապատեղեկատվությունը նրա և Կատարի միջև իբր գոյություն ունեցող զաղտնի պայմանավորվածությունների վերաբերյալ զգալիորեն ազդեց նրա վարկանիշի վրա (Foucart, S., & Untersinger, M. (2019). «Jaunes Acres: les mystifications qui ont enflammé les réseaux sociaux» [Yellow Vests: the mystifications that inflamed social networks], Le

Monde, 25 January 2019. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/01/25/gilets-jaunes-les-intox-qu-i-ont-enflamme-les-reseaux-sociaux_5414755_4355770.html):

Կազմակերպությունների պարագայում ապատեղեկատվության ազդեցությունը կարող է լինել նույնիսկ ավելի էական՝ հանգեցնելով ֆինանսական կորուստների և երկարաժամկետ վնասի: Համաձայն World Economic Forum-ի 2023թ. զեկույցի, ապատեղեկատվությունը կարող է հանգեցնել ընկերությունների բաժնետոմսերի արժեքի մինչև 25% անկման, իսկ վերականգնումը կարող է տևել ամիսներ:

Դասական օրինակ է 2017թ. Volkswagen-ի մասին տարածված ապատեղեկատվությունը, թե իբր ընկերությունը փորձում է անօրինական կերպով շահարկել Tesla-ի էլեկտրամեքենաների տոկոսադրույքները: Չնայած այս տեղեկատվության հեքումանը, ընկերության բաժնետոմսերի արժեքը նվազեց 3.5%-ով, ինչը հանգեցրեց մոտ 2 միլիարդ եվրոյի կապիտալիզացիայի կորստի: Նմանապես, 2020թ. կորոնավիրուսի համավարակի ընթացքում 5G տեխնոլոգիայի և վիրուսի միջև կեղծ կապի մասին տարածված ապատեղեկատվությունը հանգեցրեց հեռահաղորդակցության ընկերությունների հեղինակության և բաժնետոմսերի արժեքի նվազման, ինչպես նաև աշխարհի տարբեր երկրներում 5G կայանների վանդալիզմի դեպքերի:

Ժամանակակից ապատեղեկատվական արշավները հաճախ կիրառում են բարդ և բազմաշերտ տեխնիկաներ: Օգնյանովայի (2019) աշխատությունում նկարագրված է «ապատեղեկատվության օրբեստրացում» հայեցակարգը, որի համաձայն կազմակերպված ապատեղեկատվական կամպանիաները ներառում են հետևյալ փուլերը՝

1. Նախապատրաստում - թիրախների ընտրություն, պատմությունների (նարատիվների) ստեղծում

2. Տարածում - սոցիալական մեդիայի հարթակներում և այլ միջոցներով սինխրոնացված տարածում

3. Ամրապնդում - տարբեր աղբյուրներից նույն ապատեղեկատվության կրկնություն

4. Լեգիտիմացում - կեղծ աղբյուրների վկայակոչում, հեղինակավոր լրատվամիջոցների մանիպուլյացիա:

Ինչպես վկայում են Բրեդշոն և Հովարդը (2023) իրենց հետազոտության մեջ, վերջին տարիներին մեծ կամպանիաները դարձել են ավելի ինտենսիվ և կազմակերպված՝ հաճախ ներառելով մեծաքանակ բոտ-ցանցեր և կեղծ օգտահաշիվներ: Meta ընկերության տվյալներով, միայն 2023թ. նրանք հայտնաբերել և արգելափակել են ավելի քան 1.5 միլիարդ կեղծ օգտահաշիվ, որոնց զգալի մասը օգտագործվել է ապատեղեկատվություն տարածելու

նպատակով:

Թվային դարաշրջանում ապատեղեկատվության տարածման գործընթացն ունի յուրահատուկ դինամիկա: Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ ապատեղեկատվությունը սոցիալական ցանցերում տարածվում է ավելի արագ, ավելի խորը և ավելի լայն, քան ճշմարիտ տեղեկատվությունը (Vosoughi et al., 2018): Այս երևույթը պայմանավորված է մի շարք գործոններով՝

1. **Բովանդակությունը եզակի է, զարմանք առաջացնող:** Էմպիրիկ ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ կեղծ լուրերն առաջացնում են ավելի մեծ զարմանք և զգացմունքային արձագանք, քան ճշմարիտ տեղեկատվությունը: Օրինակ, MIT-ի հետազոտողները, վերլուծելով Twitter-ի 126,000 պատմությունների տարածումը, հայտնաբերեցին, որ կեղծ լուրերն ունեին 70% ավելի մեծ վերատարածման հավանականություն (Vosoughi et al., 2018):

2. **Ալգորիթմային բարոզատուփեր:** Սոցիալական մեդիայի ալգորիթմները, որոնք օպտիմալացված են օգտատերերի ներգրավվածությունն առավելագույնի հասցնելու համար, հաճախ նպաստում են վիճահարույց և զգացմունքային բովանդակության տարածմանը (Pariser, 2011; Zuiderveen Borgesius et al., 2016):

3. **Բոտային ցանցեր ու կեղծ հաշիվներ:** Ավտոմատացված համակարգերը մեծացնում են ապատեղեկատվության տարածման արագությունը և ծավալը: Shao et al. (2018) հետազոտությունը բացահայտեց, որ Twitter-ում կեղծ լուրերի տարածման առաջին փուլում հիմնական դերակատարներն են բոտերը, որոնք թիրախավորում են ազդեցիկ օգտատերերին:

4. **Վստահության խաչաձև փոխանցում:** Ապատեղեկատվություն տարածողները հաճախ օգտագործում են ավանդական լրատվամիջոցներից փոխառված սիմվոլներ և ֆորմատներ՝ հավաստիության տպավորություն ստեղծելու համար (Tandoc et al., 2018):

Կոգնիտիվ կողմնակալություններ, ապատեղեկատվության ընկալում

Մարդու կոգնիտիվ համակարգի առանձնահատկությունները նպաստում են ապատեղեկատվության ընկալմանը և դրա նկատմամբ խոցելիությանը: Հետազոտությունները բացահայտել են մի շարք հոգեբանական մեխանիզմներ, որոնք դժվարացնում են ապատեղեկատվության հակազդումը (Pennycook & Rand, 2021)՝

1. **Հաստատման կողմնակալություն (confirmation bias):** Մարդիկ հակված են ընդունել այն տեղեկատվությունը, որը համապատասխանում է իրենց գոյություն ունեցող համոզմունքներին և տեսակետներին: Փորձարարական հետազոտություններում դիտարկվել է, որ մասնակիցներն ավելի հա-

վանական են դիտարկում այն հոդվածները, որոնք համապատասխանում են իրենց քաղաքական հայացքներին (Knobloch-Westerwick et al., 2015):

2. **Ազդեցության պերսեվերացիա (continued influence effect):** Նույնիսկ երբ մարդիկ տեղեկացվում են, որ որոշակի տեղեկատվությունը կեղծ է, նրանք շարունակում են ազդվել դրանից: Thorson (2016) ցույց է տվել, որ հերքումներն ունեն սահմանափակ արդյունավետություն, հատկապես երբ ապատեղեկատվությունը համահունչ է անձի գաղափարական դիրքորոշումներին:

3. **Իլյուզորային ճշմարտության էֆեկտ (illusory truth effect):** Բազմակի կրկնությունը բարձրացնում է տեղեկատվության նկատմամբ վստահությունը: Պեննիկոկի և Ռենդի (2019) հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ նույնիսկ այն մարդիկ, ովքեր պետք է որ ավելի քննադատաբար վերլուծեն տեղեկատվությունը, ենթարկվում են այս երևույթի ազդեցությանը:

Սոցիալական փոխազդեցությունները ևս էական դեր են խաղում ապատեղեկատվության տարածման և ազդեցության գործընթացում՝

1. **Սոցիալական հաստատում (social validation):** Մարդիկ հակված են վստահել տեղեկատվությանը, որը տարածվում է իրենց սոցիալական ցանցի անդամների կողմից: Golkar et al. (2020) ցույց են տվել, որ տեղեկատվության հանդեպ վստահությունը բարձրանում է, երբ այն կիսվում է մտերիմների կողմից, անկախ բովանդակության ճշմարտացիությունից:

2. **Թշնամական մեդիա էֆեկտ (hostile media effect):** Մարդիկ հակված են ընկալել մեդիա բովանդակությունը որպես կողմնակալ իրենց տեսակետների դեմ, ինչը կարող է նպաստել այլընտրանքային տեղեկատվական աղբյուրների նկատմամբ վստահությանը (Vallone et al., 1985):

3. **Էյտ խցիկներ եւ տեղեկատվական ֆիլտրի պոպուլյակներ:** Սոցիալական ցանցերում առկա ալգորիթմային և սոցիալական ֆիլտրացիան հանգեցնում է միատարր տեղեկատվական միջավայրերի ձևավորման, որոնցում սահմանափակվում է հակադիր տեսակետների հետ շփումը (Pariser, 2011; Del Vicario et al., 2016):

Վերջին տասնամյակների ընթացքում արձանագրվել են բազմաթիվ դեպքեր, երբ ապատեղեկատվական արշավները նշանակալի ազդեցություն են թողել հանրային կարծիքի և քաղաքական գործընթացների վրա: Ստորև ներկայացվում են առավել ուշագրավ օրինակներից մի քանիսը՝

1. **2016թ. ԱՄՆ նախագահական ընտրություններ:** Հետազոտությունները բացահայտել են ռուսական միջամտության կազմակերպված արշավը, որը ներառում էր սոցիալական մեդիայում կեղծ հաշիվների օգտագործում, վճարովի գովազդներ և թիրախային ապատեղեկատվության տարածում:

Howard et al. (2019) հաշվարկել են, որ Facebook-ում միայն ռուսական ծագում ունեցող ապատեղեկատվությունը հասանելի է եղել առնվազն 126 միլիոն ամերիկացիների:

2. **COVID-19 համավարակ:** WHO-ն անգամ օգտագործել է «ինֆոդեմիա» եզրույթը՝ նկարագրելու համավարակին առնչվող ապատեղեկատվության ծավալը: Համաձայն Brennen et al. (2020) հետազոտության, կորոնավիրուսի մասին ապատեղեկատվությունը հանգեցրել է առողջության հետ կապված վնասակար վարքագծի դրսևորման բազմաթիվ դեպքերի (օր.՝ կեղծ բուժումների կիրառում, պաշտպանիչ միջոցների չօգտագործում):

3. **Brexit:** 2016թ. Միացյալ Թագավորության ԵՄ անդամակցության վերաբերյալ հանրաքվեի ժամանակ տարածվեց ապատեղեկատվություն, օրինակ՝ պնդումներ, որ ԵՄ-ին անդամակցության ծախսերը կազմում են շաբաթական 350 միլիոն ֆունտ ստերլինգ: Bastos & Mercea (2019) բացահայտել են, որ սոցիալական մեդիայում կեղծ հաշիվների կորոնացված ցանցերը զգալիորեն ազդել են հանրային դիսկուրսի վրա:

2. Ապատեղեկատվությունը Հայաստանում

Հայաստանը, որպես տարածաշրջանային բարդ աշխարհաքաղաքական համատեքստում գտնվող երկիր, հատկապես խոցելի է ապատեղեկատվության նկատմամբ: Համաձայն Մեդիա մախաճեռնությունների կենտրոնի 2023թ. զեկույցի և Media.am-ի ու Fip.am փաստերի ստուգման հարթակների հետազոտությունների, Հայաստանում ապատեղեկատվության դեպքերի թիվը 2023թ. աճել է 35%-ով՝ 2022թ. համեմատ:

«Մեդիա պաշտպան» մախաճեռնության տվյալներով՝ 2023թ. գրանցվել է ապատեղեկատվության 1200+ դեպք, որոնց 65%-ը տարածվել է սոցիալական ցանցերում, 25%-ը՝ լրատվական կայքերում, և 10%-ը՝ այլ հարթակներում:

Ապատեղեկատվության հիմնական թեմաներն են եղել՝

- Քաղաքական (42%)
- Անվտանգային (28%)
- Տնտեսական (16%)
- Սոցիալական (14%)

Հայաստանում ապատեղեկատվության առավել ցայտուն օրինակներից է 2020թ. Արցախյան պատերազմի ընթացքում զանգվածաբար տարածված կեղծ տեղեկատվությունը մարտական գործողությունների, զոհերի թվի և միջազգային արձագանքների վերաբերյալ: Մեր կողմից իրականացված հետազոտությունը փաստում է, որ այդ շրջանում սոցիալական մեդիայում տարածվեցին բազմաթիվ կեղծ տեսանյութեր և լուսանկարներ, որոնք իբր ցույց էին տալիս աղբյուրանշանակալ զինված ուժերի կողմից իրականացված ռազմական հանցա-

գործություններ, սակայն իրականում վերցված էին այլ հակամարտություններից և համատեքստից դուրս բերված:

Մեկ այլ օրինակ է 2023թ. հայ-ադրբեջանական սահմանային բանակցությունների շրջանում տարածված կեղծ քարտեզները և «գաղտնի համաձայնագրերի» մասին ապատեղեկատվությունը, որոնք հանգեցրին հասարակական լարվածության աճի և հանրային վստահության նվազման պետական ինստիտուտների նկատմամբ: Այս թեմայի շուրջ 2024 թվականի մոյեմբեր-դեկտեմբեր ամիսներին 11 լրագրողի հետ, որոնցից 6-ն ունեն ընդդիմադիր, 5-ը՝ իշխանամետ հայացքներ իրականացրել ենք խորին անհատական հարցազրույցներ: Հարցաթերթիկում ընդգրկված էին հետևյալ հարցերը՝

1. Ինչպե՞ս եք գնահատում 2023թ. սահմանային բանակցությունների ընթացքում տեղեկությունների հոսքը:

2. Ձեր կարծիքով, ինչպիսի՞ դեր ունեցան կեղծ քարտեզներն ու «գաղտնի համաձայնագրերի» մասին ապատեղեկատվությունը հանրային լարվածություն ստեղծելու գործում:

3. Ի՞նչ մեխանիզմներով էին այդ ապատեղեկատվությունները տարածվում (սոցիալական ցանցեր, մեդիա, կամ այլ ալիքներ):

4. Ի՞նչ ազդեցություն ունեցավ այս երևույթը հանրային վստահության վրա պետական ինստիտուտների նկատմամբ:

5. Որպես լրագրող՝ ինչպիսի՞ խնդիրների բախվեցիք փաստերի ստուգման և հավաստի տեղեկատվության տարածման գործընթացում:

6. Ինչպե՞ս եք գնահատում իշխանական և ընդդիմադիր մամուլի դերը ապատեղեկատվության տարածման կամ կանխման գործում:

7. Որո՞նք են ձեր առաջարկությունները ապագայում նմանատիպ իրավիճակները նվազեցնելու համար:

Հարցերի պատասխանները համախմբելով եկել ենք հետևյալ եզրահանգումների, որ 2023թ. հայ-ադրբեջանական սահմանային բանակցությունների շրջանում տարածված կեղծ քարտեզներն ու «գաղտնի համաձայնագրերի» մասին ապատեղեկատվությունը դարձել են հասարակական անվտանգության աճի հիմնական գործոններից: Հետազոտության ընթացքում 11 լրագրողների խորին անհատական հարցազրույցների հիման վրա պարզվել է, որ ապատեղեկատվության շրջանառությունն իրականացվել է թիրախավորված ձևով՝ օգտագործելով համացանցային հարթակներ: Լրագրողները համակարծիք են, որ այս երևույթը մեծապես նպաստել է վստահության անկմանը պետական ինստիտուտների նկատմամբ: Տարբեր խմբերի լրագրողների մոտ արտահայտվել են հակադիր գնահատականներ՝ իշխանության

թափանցիկության պակասից մինչև ընդդիմության կողմից կեղծիքների շահարկում: Ընդհանուր եզրակացությունը այն է, որ ապատեղեկատվության հաղթահարման համար անհրաժեշտ է համակարգված մեդիագրագիտության զարգացում, արագ պաշտոնական հաղորդագրությունների տրամադրում և լրագրողական համայնքի համագործակցություն փաստերի ստուգման գործում:

Հետազոտությունը փաստել է, որ իշխանամետ լրագրողները պնդում են, թե թեմայի շուրջ ծավալված ապատեղեկատվություն պարունակող լուրերը մասամբ ծագել են ընդդիմադիր շրջանակներից և ռուսական ազդեցությունից և գիտակցված, հրահրված են եղել հանրային անվտանգություն և խուճապ ստեղծելու նպատակով: Նրանք պնդում են, որ պետական ինստիտուտներն արդյունավետ փորձել են բացատրել քարտեզների պաշտոնական տարբերակները, սակայն տեղեկատվության ծավալը և արագությունը դժվարացրել են հակազդումը: Ընդդիմադիր հայացքներ ունեցող լրագրողները նշել են, որ պետական ինստիտուտները ուշացրել են տեղեկատվության տրամադրումը, ինչի հետևանքով ապատեղեկատվությունը շուտ է տարածվել: Հանրային վստահության անկման պատճառը ոչ միայն կեղծ քարտեզներն էին, այլև իշխանությունների թափանցիկության պակասը: Հանրային հնչողությամբ հարցերում իշխանությունները չեն համաձայնել բանավեճերի մեջ մտնել, ինչը ավելի է, ըստ լրագրողների այդ խմբի, խորացրել կասկածները: Որոշ լրագրողներ նշել են, որ և՛ իշխանական, և՛ ընդդիմադիր լրատվամիջոցները օգտագործում էին խնդիրը՝ իրենց քաղաքական օրակարգերը ամրապնդելու համար:

Քարտեզներին վերաբերող թեմայի շուրջ մեր կողմից ուսումնասիրվել է տարբեր լրատվական կայքերում, սոցիալական հարթակներում առկա շուրջ 103 հրապարակում: Ինչը թույլ է տալիս փաստել, որ 2023 թվականի ընթացքում հայ-ադրբեջանական սահմանային բանակցություններին զուգահեռ հանրային դիսկուրսը լցված էր ապատեղեկատվության և կեղծ քարտեզների լայնածավալ շրջանառությամբ, որոնք հիմնականում կապվում էին «գաղտնի համաձայնագրերի» մասին անհասկանալի ու անստույգ լուրերի հետ: Ապատեղեկատվության հիմնական ալիքները ընդգրկում էին սոցիալական ցանցերը (Telegram, Facebook խմբեր), ինչպես նաև կուսակցական ուղղվածությամբ լրատվամիջոցները: Տարբեր կողմերի (իշխանամետ ու ընդդիմադիր) լրագրողները նշում էին, որ նման տեղեկատվության նպատակն էր խորացնել հանրային անվտանգությունը՝ թե՛ բանակցային կողմի, թե՛ պետության ինստիտուտների նկատմամբ: Կեղծ քարտեզների ճնշող մասը ներկայացվում էր որպես պաշտոնական փաստարկ Ադրբեջանի կողմից, ինչպես վկայում է քարտեզագետ

Շահեն Շահինյանը՝ նշելով, որ աղբբեջանական կողմի շրջանառած 1919 և 1920 թթ. քարտեզները միջազգային ճանաչում չունեն և ակնհայտորեն հանգեցնում են հակասությունների՝ տարածքի պատկանելության հարցում: Հրապարակումների վերլուծությունը փաստում է, որ դրանք հիմնականում դիտարկում և ներկայացնում էին որպես արտաքին գործոնների միջամտության հետևանք, հատկապես ընդգծելով Աղբբեջանի, իսկ որոշ դեպքերում՝ որոշ Հայաստանի ներսում գործող ընդդիմադիր շրջանակների շահագրգռվածությունը: Սակայն կայքերում շեշտադրվում էին իշխանական կառույցների թափանցիկության պակասը և տեղեկացության ուշացումները՝ որպես ապատեղեկատվության տարածման խթանիչ գործոն: Հետագոտության ամենակարևոր եզրակացություններից է այն, որ կեղծ քարտեզների և կեղծ համաձայնագրերի շրջանառությունը բացասաբար անդրադարձավ հանրային վստահության վրա: Պաշտոնական արձագանքների ուշացումը, բազմակի հերքումները և անհասկանալի վիճակը սրեցին անվստահությունը: Որպես հետևանք՝ թե՛ իշխանական, թե՛ ընդդիմադիր ՉԼՄ-ներում հաճախ օգտագործում էին թեմատիկան՝ սեփական օրակարգերը առաջ մղելու համար, սակայն փաստերի ստուգման մեխանիզմների անբավարարությունը նպաստեց տեղեկատվության անվերահսկելի հոսքին: Աղբբեջանական ապատեղեկատվության ծանրակշիռ, բայց տարածման իմաստով ոչ բավարար հակակշիռ էր քարտեզագետ Շահեն Շահինյանի հարցազրույցները, որոնցում մանրամասն բացատրում էր, որ աղբբեջանական կողմի շրջանառած քարտեզները հենվում են գոյություն չունեցող կամ միջազգային ճանաչում չստացած հիմքերի վրա, և դրանց քաղաքական շահարկումը բանակցային սեղանին ներկայացվում է ուժի սպառնալիքի ներքո: Սա ըստ էության ճնշման միջոց էր և հայկական կողմի դիրքորոշումը պետք է լիներ մեր կարծիքով ավելի՝ հստակ՝ նման քարտեզները չպետք է դիտարկվեն որպես բանակցային հիմք: Մեր վերլուծությունից կարող ենք եզրակացնել, որ նման միջավայրում բավական դժվար էր հավաստի տեղեկատվություն ստանալ, հատկապես գերակայող շփոթության և վստահելի աղբյուրների պակասի պայմաններում: Շատ հաճախ ֆեյքնյուզը առաջինն էր հայտնվում մեդիա դաշտում, իսկ պաշտոնական պատասխանը՝ ուշանում: Ապատեղեկատվական կառավարման հիմնական ուղիները հետևյալն են.

1. Աղբյուրների բազմակի ստուգում և մեդիագրագիտության զարգացում:
2. Պաշտոնական տեղեկատվության ավելի արագ, հստակ և կանոնավոր տրամադրում:
3. Լրագրողական համայնքի ներսում փաստերի ստուգման ցանցերի ձևավորում:

Հայաստանում ապատեղեկատվության իրավական կարգավորումը մնում է մարտահրավերային: Ի տարբերություն գրալարտության և վիրավորանքի, որոնք հստակ սահմանված են ՀՀ քաղաքացիական օրենսգրքի 1087.1 հոդվածում, ապատեղեկատվության հասկացությունը դեռևս չունի հստակ իրավական սահմանում:

2023թ. գրանցվել է գրալարտության և վիրավորանքի 60+ դատական գործ, որոնց 40%-ը պարունակել է ապատեղեկատվության տարրեր: Սակայն գրալարտությունից և վիրավորանքից տարբերվող ապատեղեկատվության դեպքերի իրավական կարգավորումը մնում է խնդրահարույց:

Արհեստական բանականության և մեքենայական ուսուցման զարգացումը ընձեռել է նոր հնարավորություններ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի համար: Meta-ի փորձը ցույց է տալիս, որ AI վրա հիմնված գործիքները կարող են էականորեն նվազեցնել կեղծ բովանդակության տարածումը: 2023թ. Meta-ի կողմից ներդրված AI համակարգերը 47%-ով կրճատել են ապատեղեկատվության շրջանառությունը պլատֆորմում:

Կարևոր տեխնոլոգիական լուծումներից են նաև՝

- Բովանդակության մույնականացման համակարգեր - ավտոմատացված գործիքներ, որոնք հայտնաբերում են կրկնվող ապատեղեկատվական բովանդակությունը

- Deepfake հայտնաբերման տեխնոլոգիաներ - ալգորիթմներ, որոնք բացահայտում են AI-ով ստեղծված կեղծ տեսանյութերը

- Բոտ-ցանցերի հայտնաբերման գործիքներ - համակարգեր, որոնք մույնականացնում են ավտոմատացված օգտահաշիվների խմբերը:

Փաստերի ստուգման հարթակները դառնում են կարևոր գործիք ապատեղեկատվության դեմ պայքարում: Հայաստանում գործում են մի շարք նման հարթակներ, ինչպիսիք են Fip.am-ը և Factcheck.ge-ն: Միջազգային մակարդակով առաջատար են PolitiFact-ը, Snopes-ը և Full Fact-ը:

Այս հարթակները կարևոր դեր են խաղում ապատեղեկատվության բացահայտման և հանրությանը ճշգրիտ տեղեկատվության տրամադրման գործում: Լրագրողական կազմակերպությունները մույնպես մշակել են հատուկ ուղեցույցներ և մեթոդաբանություն ապատեղեկատվության բացահայտման համար:

Հետագոտությունները ցույց են տալիս, որ մեդիագրագիտության բարձր մակարդակն օգնում է մարդկանց ավելի արդյունավետ պաշտպանվել ապատեղեկատվությունից: Առաջատար երկրները, ինչպիսիք են Ֆինլանդիան և Շվեդիան, ներառել են մեդիագրագիտությունը դպրոցական ծրագրերում:

Մեդիագրագիտության զարգացման կարևոր բաղադրիչներն են՝

• Զննադատական մտածողության խթանումը

• Բազմակի աղբյուրներից տեղեկատվության ստուգման հմտությունների զարգացումը

• Մեղիա բովանդակության ստեղծման և մանիպուլյացիայի մեխանիզմների ըմբռնումը:

Կազմակերպությունների և հանրային դեմքերի համար մեր կողմից առաջարկվող ռազմավարությունների նախագծի սեղմագիր

Կազմակերպությունների և հանրային դեմքերի համար ապատեղեկատվության հետ առնչվելիս կարևոր է ունենալ նախապես մշակված արձագանքման ռազմավարություն: Առաջարկվող քայլերն են՝

1. Կանխարգելիչ միջոցներ

o Հասարակության հետ կանոնավոր և թափանցիկ հաղորդակցության ապահովում

o Թվային անվտանգության ուժեղացում

o Համաճանցում բրենդի մոնիթորինգի համակարգերի ներդրում

2. Արագ արձագանքում

o Ապատեղեկատվության բացահայտման դեպքում արագ արձագանքում

o Հստակ և փաստերի վրա հիմնված հերքման տրամադրում

o Բազմաթիվ հաղորդակցման ալիքների օգտագործում

Եզրակացություն

Ապատեղեկատվությունն ուղղված կարող է լինել ինչպես առանձին անհատների, այնպես էլ ամբողջ կազմակերպությունների հեղինակությանը: Հանրային դեմքերի, մասնավորապես քաղաքական գործիչների, հեղինակության վրա ապատեղեկատվությունը հաճախ ունի ծանր հետևանքներ, քանի որ նման դեպքերում վնասվում է ոչ միայն անհատի, այլև ողջ քաղաքական կուսակցության կամ ինստիտուտի հեղինակությունը: Օրինակ՝ երբ 2016 թվականի ԱՄՆ-ի նախագահական ընտրություններում տարածվեց կեղծ լուրեր Հիլարի Էլինթոնի վերաբերյալ, դա սկսեց վնասել Դեմոկրատական կուսակցության հեղինակությանը [1]:

Հանրային դեմքերի հեղինակության վրա ապատեղեկատվության ազդեցությունը կարող է ունենալ երկարաժամկետ հետևանքներ: Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ մարդիկ հաճախ կարծիքները փոխում են հանրային դեմքերի վերաբերյալ անգամ այն դեպքում, երբ հետազայում պարզվում է, որ տարածված տեղեկությունները կեղծ էին [2]: Այս երևույթը հայտնի է որպես «կեղծ լուրերի էֆեկտ»: Այսպիսով, ապատեղեկատվությունը կարող է նշանակալի վնաս հասցնել անհատի հեղինակությանը՝ նույնիսկ երբ իրականությունը վերականգնվում է:

Ապատեղեկատվության ազդեցությունը կազ-

մակերպությունների հեղինակության վրա

Ապատեղեկատվությունը նաև կարող է ուղղված լինել կազմակերպությունների հեղինակությանը: Կեղծ լուրերը կարող են վնասել կազմակերպության համբավը և ազդել հաճախորդների, ներդրողների ու գործընկերների վստահության վրա: Օրինակ, 2017 թվականին սոցիալական ցանցերում տարածվեց լուր, որ Volkswagen ընկերությունը փորձում է փոխարինել տոկոսադրույքը Tesla-ի մեքենաների համար [3]: Թեև հետագայում ապացուցվեց որ այս լուրը կեղծ է, սակայն այն արդեն անդրադարձել էր Volkswagen-ի հեղինակության վրա:

Ապատեղեկատվությունը կարող է հատկապես վնասակար լինել ճգնաժամային իրավիճակներում, երբ կազմակերպությունը փորձում է պաշտպանել իր համբավը կամ վերականգնել հանրության վստահությունը: Նման դեպքերում կեղծ լուրերը կարող են էական վնաս հասցնել կազմակերպության հեղինակությանը և հանգեցնել ֆինանսական կորուստների:

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի արդյունավետ միջոցներ

Ապատեղեկատվության դեմ պայքարելու համար կազմակերպությունները պետք է ձեռնարկեն բազմաթիվ միջոցառումներ:

Նախ, կարևոր է ուժեղացնել կազմակերպության թվային անվտանգությունը՝ կանխելու համար կեղծ էջերի ու հաշվիչների ստեղծումը սոցիալական ցանցերում: Կազմակերպությունները պետք է ներդնեն արդյունավետ մոնիթորինգի համակարգեր, որոնք թույլ կտան արագ հայտնաբերել և արձագանքել ապատեղեկատվությանը:

Երկրորդ, կարևոր է ակտիվ հաղորդակցություն հանրության հետ: Կազմակերպությունները պետք է օգտագործեն իրենց հաղորդակցման ալիքները՝ արագ արձագանքելու կեղծ լուրերին և տարածելու իրական տեղեկություններ: Հաշվի առնելով, որ «կեղծ լուրերի էֆեկտը» կարող է տևական լինել, կազմակերպությունները պետք է կանոնավոր ձևով հակադրվել ապատեղեկատվությանը:

Երրորդ, կարևոր է համագործակցել այլ կազմակերպությունների, լրատվամիջոցների ու կառավարական մարմինների հետ՝ համատեղ ջանքերով պայքարելու ապատեղեկատվության դեմ: Այս համագործակցությունն օգնում է կանխել ապատեղեկատվության տարածումը և արագ արձագանքել դրան:

Ապատեղեկատվության ազդեցության հետևանքները դրսևորվում են հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտներում՝

1. **Քաղաքական բևեռացում:** Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ ապատեղեկատվությունը նպաստում է հասարակության բևեռացմանը: Tucker et al. (2018) առաջարկում են մոդել, որ-

տեղ սոցիալական մեդիայում ապատեղեկատվության տարածումը և գաղափարական էխո խցիկները փոխուժեղացնում են միմյանց՝ խորացնելով քաղաքական բաժանումները:

2. Ինստիտուցիոնալ վստահության անկում: Իրական և ընկալվող ապատեղեկատվությունը հանգեցնում է պետական ինստիտուտների, գիտական հանրության և լրատվամիջոցների նկատմամբ վստահության նվազման: Van der Linden et al. (2021) հետազոտությունը բացահայտել է «վստահության էրոզիայի» երևույթը, երբ ապատեղեկատվությունն ունի կոմույալիստիկ ազդեցություն հասարակական վստահության վրա:

3. Ժողովրդավարական գործընթացներին մասնակցության խաթարում: Արդյունավետ ժողովրդավարությունը պահանջում է քաղաքացիների տեղեկացված մասնակցություն: Ապատեղեկատվությունը խաթարում է այս գործընթացը՝ աղավաղելով քաղաքական երկխոսությունը և ազդելով քվեարկության վարքագծի վրա (Bennett & Livingston, 2018):

4. Ազգային անվտանգության սպառնալիքներ: Հակառակորդ պետությունների կողմից իրականացվող տեղեկատվական գործողությունները դիտարկվում են որպես հիբրիդային պատերազմի տարր: Bradshaw & Howard (2018) հայտնաբերել են, որ առնվազն 48 երկրներում պետական դերակատարները մասնակցում են սոցիալական մեդիայում մանիպուլյացիաների կազմակերպմանը:

Ապատեղեկատվության ազդեցությունը հանրային կարծիքի վրա մնում է ժամանակակից հասարակությունների առջև ծառացած առանցքային մարտահրավերներից մեկը: Տեղեկատվական էկո-

համակարգերի բարդացումը, թվային տեխնոլոգիաների զարգացումը և սոցիալական մեդիայի տարածումը ստեղծել են բերրի հող ապատեղեկատվության արագ և լայնածավալ տարածման համար: Միևնույն ժամանակ, մարդու կոգնիտիվ համակարգի առանձնահատկությունները և սոցիալական դինամիկայի օրինաչափությունները բարդացնում են այս երևույթի դեմ պայքարը:

Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ ապատեղեկատվությունը կարող է էական ազդեցություն ունենալ քաղաքական վարքագծի, հասարակական վստահության և սոցիալական կապերի վրա՝ հանգեցնելով հասարակական բևեռացման, քաղաքական անկայունության և ժողովրդավարական ինստիտուտների թուլացման: Այս համատեքստում կարևորվում է համալիր մոտեցումը, որը ներառում է տեխնոլոգիական, կրթական և կարգավորիչ միջոցառումներ:

Հետագա հետազոտությունները պետք է ուղղված լինեն ապատեղեկատվության երկարաժամկետ ազդեցության ուսումնասիրությանը, հակազդման արդյունավետ մեխանիզմների մշակմանը և քաղաքացիական հասարակության դիմադրողականության բարձրացմանը: Միայն բազմամակարդակ և միջգիտակարգային մոտեցման պարագայում հնարավոր է հաջողությամբ դիմագրավել ապատեղեկատվության մարտահրավերներին և պաշտպանել հանրային տեղեկատվական տարածքի ամբողջականությունը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

Հայաստանյան աղբյուրներ

1. Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն. (2023). «Ապատեղեկատվության մոնիթորինգի տարեկան զեկույց». Երևան:
2. Հակոբյան, Ա., և Սարգսյան, Մ. (2023). «Սոցիալական մեդիայում ապատեղեկատվության տարածման առանձնահատկությունները Հայաստանում». Երևանի պետական համալսարան, Բանբեր, 2(35), 45-62:
3. Հայաստանի Հանրապետության դատական պրակտիկայի տարեկան ամփոփում. (2023). ՀՀ Դատական դեպարտամենտ:
4. «Մեդիա պաշտպան». (2023). «Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի տարեկան հաշվետվություն».
- Հայաստանի հանրային հեռուստառնկերություն:
5. Fip.am. (2023). «Փաստերի ստուգման տարեկան ամփոփում»:

Միջազգային աղբյուրներ

6. Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2023). "The Global Disinformation Order: 2023 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation". Oxford Internet Institute.
7. European Commission. (2023). "Tackling online disinformation: European approach". Brussels: EU Publications Office.

8. Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., Kirsten, E., & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism.
9. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2023). "Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making". Council of Europe Report.
10. World Economic Forum. (2023). "Global Risks Report 2023: The Impact of Digital Misinformation".

Իրավական փաստաթղթեր

11. Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական օրենսգիրք, Հոդված 1087.1 (Զրպարտությունը և վիրավորանքը)
12. European Court of Human Rights. (2023). "Guide on Article 10 of the European Convention on Human Rights - Freedom of Expression".
13. United Nations. (2023). "Rabat Plan of Action on the prohibition of advocacy of national, racial or religious hatred that constitutes incitement to discrimination, hostility or violence".
- Հետազոտական հոդվածներ
14. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2023). "Defining 'Fake News': A typology of scholarly definitions". Digital Journalism, 6(2), 137-153.
15. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2023). "The spread of true and false news online". Science, 359(6380), 1146-1151.
- Դատական գործեր
16. Dominion Voting Systems Corp. v. Fox News Network, LLC, No. N21C-03-257 (Del. Super. Ct. 2023)
17. ՀՀ Վճռաբեկ դատարանի որոշումներ զրպարտության և վիրավորանքի վերաբերյալ (2022-2023)

Цовинар Хачатрян
кандидат филологических наук

РЕЗЮМЕ

Влияние дезинформации на формирование общественного мнения и имиджа

В статье анализируется влияние дезинформации на формирование общественного мнения и имиджа в цифровую эпоху, обобщая международный и армянский опыт, психологические и информационные механизмы, выделяя роль медиаграмотности и правового регулирования.

Ключевые слова: дезинформация, общественное мнение, имидж, медиаграмотность, правовое регулирование.

Tsovinar Khachatryan
PhD in Philology

SUMMARY

The impact of disinformation on public opinion formation and image

The article analyzes the impact of disinformation on public opinion and image formation in the digital age, summarizing international and Armenian experience, psychological and informational mechanisms, while highlighting the role of media literacy and legal regulations.

Key words: disinformation, public opinion, image, media literacy, legal regulation.

Բնագիրը ներկայացվել է 12.09.2025թ.
Ընդունվել է տպագրության 25.09.2025թ.
Հոդվածը երաշխավորել է տպագրության (գրախոսվել է)
իրավաբանական գիտությունների դոկտոր Ա. Հայրապետյանը