ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆ

Երևան
2017

ՀՏԴ 004(07)
ԳՄԴ 32.81y7
Տ 308

Նախագծի ղեկավար և գլխավոր խմբագիր՝
ԳԱԳԻԿ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

Տ 308
ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆ. - Եր.: «Նորավանք» ԳԿՀ, 2017. - 320 էջ:

Ձեռնարկում դիտարկվել են տեղեկատվական հեղափոխությունների և քաղաքականության դերն ու նշանակությունը մարդկության զարգացման ընթացքում: Քննարկվել են տեղեկատվական գործողությունների և պատերազմների հայեցակարգերը, գործնականում դրանց կիրառման մեթոդները և տեղեկատվական անվտանգության հիմունքները: Ներկայացվել են ԶԼՄ տեսական հիմնադրույթները և լրատվամիջոցներում օգտագործվող ներազդման մեթոդները, ինչպես նաև կիբեռտարածքում ձևավորված նոր տիպի սպառնալիքների առանձնահատկությունները, դրանցից պաշտպանվելու տեխնիկական և օրենսդրական հնարավորությունները:

Նախատեսված է տեղեկատվական ոլորտի փորձագետների, ուսանողների և տեղեկատվական խնդիրների հետ առնչվող լայն հանրության համար:

ՀՏԴ 004(07)
ԳՄԴ 32.81y7

ISBN 978-9939-825-34-2

© «Նորավանք» ԳԿՀ, 2017
© ՀՀ ԿԳՆ ԳՊԿ, 2017

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

В книге рассмотрены роль и значение информационных революций и политики в ходе развития человечества, проанализированы концепции информационных операций и войн, методы их применения на практике и основы информационной безопасности. Представлены также теоретические основы функционирования СМИ и используемые в них методики воздействия, а также особенности сформированных в киберпространстве угроз нового типа, технические и законодательные возможности защиты от них.

Книга предназначена для экспертов данной сферы, студентов и широкой общественности.

INFORMATION SECURITY

The book reviews the role and significance of information revolutions and policies during the evolution of the humankind, analyzes the concepts of information operations and warfare, as well as the methods of their practical application and basics of information security. The theoretical background of mass media functioning and the means of influence through media are presented, along with peculiarities of the new types of threats in cyberspace, and technical and legal means to defend against those.

The book is intended for experts of the area, students and wider circles of public dealing with information issues.

Բովանդակություն

ԱՌԱՋԱԲԱՆ 6

ԳԼՈՒԽ 1.
ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՀԵՂԱՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ
ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆ
1.1 Առաջին տեղեկատվական հեղափոխություն 9
1.2 Երկրորդ տեղեկատվական հեղափոխություն 13
1.3 Երրորդ տեղեկատվական հեղափոխություն 14
1.4 Չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխություններ 18
1.5 Տեղեկատվական և հետինդուստրիալ հասարակություններ.....22
1.6 «Դեինդուստրիալիզացված» հասարակություններ 31
Օգտագործված գրականություն 35

ԳԼՈՒԽ 2.
ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ
ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆ ԱՆՑՅԱԼՈՒՄ
2.1 «Տրոյական ձի» գործողությունը 37
2.2 Ստրատեգեմաներ 41
2.3 Սուն Ցզի. տեղեկատվական
գործողությունների փիլիսոփայություն 43
2.4 Նապոլեոն Բոնապարտը՝ տեղեկատվական-հոգեբանական
գործողությունների վարպետ 47
2.5 Տեղեկատվական գործողությունները երրորդ տեղեկատվական
հեղափոխության դարաշրջանի պատերազմներում 50
2.6 Անգլո-ամերիկյան տեղեկատվական գործողությունները
համաշխարհային պատերազմներում 53
2.7 «Երրորդ ռեյխի» տեղեկատվական քաղաքականությունը. խզում
իրականության և քարոզչության բովանդակության միջև 61
2.8 Խորհրդային տեղեկատվական քաղաքականության
առանձնահատկությունները 69
2.9 Խորհրդային համակարգի փլուզումը և հետխորհրդային
տեղեկատվական ոլորտի առանձնահատկությունները.....89
2.10 Տեղեկատվական ոլորտը Հայաստանի
Երկրորդ հանրապետությունում 95
Օգտագործված գրականություն 100

ԳԼՈՒԽ 3.
ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄՆԵՐ
3.1 Անվտանգություն. մարտահրավերների և
պատասխանների համակարգը 102
3.2. Ինֆոգեն քաղաքականության
դերակատարները և մարտահրավերները 106
3.3 Տեղեկատվական գործողություններ և պատերազմներ 111
3.4 Տեղեկատվական գործողությունների և պատերազմների
վերաբերյալ մոտեցումները Միացյալ Նահանգներում 120

3.5 «Երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմներ 130
3.6 «Էֆեկտների վրա հիմնված գործողություններ» 135
3.7 Ցանցակենտրոն տեղեկատվական պատերազմներ և կազմակերպչական մեթոդներ 140
3.8 «Գունավոր հեղափոխություններ» 143
3.9 «Արաբական գարուն» 156
3.10 Ահաբեկչության և բիզնես-հանցավորության տեղեկատվական բաղադրիչը 164
3.11 Օտար տեղեկատվական հոսքերը և արժեհամակարգային խնդիրները 168
3.12 Կրիտիկական ենթակառուցվածքներ և գաղափարախոսություն 176
Օգտագործված գրականություն 190

ԳԼՈՒԽ 4.

ԶԼՄ. ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐ

4.1. ԶԼՄ և զանգվածային հաղորդակցության միջոցների (ԶՀՄ) գործառնական առանձնահատկությունները 193
4.2 Ֆրեյմավորման (շրջանակավորման) հայեցակարգը ԶԼՄ արդի տեսությունների և տեխնոլոգիաների համակարգում 198
4.3. Օրակարգի ձևավորման տեսություն 212
4.4 Բռնության քարոզման (կուլտիվացիայի) տեսություն 216
4.5 Մանիպուլյացիա. մոտեցումներ և մեթոդներ 222
4.6 Քաղաքական միֆերը (առասպելները) որպես մանիպուլյացիայի ազդեցիկ մեխանիզմ 228
4.7 Հոգեբանական ազդեցության մեթոդները ԶԼՄ-ում. ներշնչում, նյարդալեզվաբանական ծրագրավորում (*ՆԼԾ*) և Էրիկսոնյան հիպնոս 234
4.8 «Օվերթոնի պատուհան» 240
4.9 Բովանդակային (կոնտենտ) վերլուծության մեթոդ 242
4.10 Տեղեկատվական տարածքի վերահսկման օրենսդրական և վարչական միջոցները 250
Օգտագործված գրականություն 257

ԳԼՈՒԽ 5.

ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ ԿԻԲԵՌՏԱՐԱԾՔՈՒՄ

5.1 Կիբեռտարածք և կիբեռմարտահրավերներ 260
5.2 Անձնական կիբեռանվտանգության հիմունքներ 265
5.3 Համակարգչի և շարժական սարքերի պաշտպանություն.....268
5.4 Հաշիվների պաշտպանություն 276
5.5 Ցանցային հիգիենայի հիմնական կանոնները 281
5.6 Թրաֆիկի, հեռախոսներից հաղորդագրությունների և զանգերի պաշտպանություն 283
5.7 Կիբեռտարածքի իրավական խնդիրները.....287
Օգտագործված գրականություն 319

ԱՌԱՋԱԲԱՆ

Արդի ժամանակաշրջանում մարդկային կենսագործունեության գրեթե բոլոր ոլորտներում տեղեկատվական գործոնն առաջնային նշանակություն է ձեռք բերել: Սակայն այդ գործոնը, լինելով հանրության զարգացման նախապայման, միևնույն ժամանակ հանդիսանում է գլոբալ հարթությունում ընթացող տարաբնույթ (ռազմաքաղաքական, աշխարհատնտեսական, քաղաքակրթական և այլն) հակամարտությունների բաղկացուցիչ մաս: Համաձայն փորձագիտական գնահատականների, արդի հիբրիդային պատերազմների ռազմավարությունում և մարտավարությում կարևորագույն, իսկ հաճախ՝ որոշիչ դերակատարում ունեն տեղեկատվական – հոգեբանական պատերազմները և գործողությունները: Ինչպես հայտնի է, նման մարտահրավերներին և սպառնալիքներին արդյունավետ դիմակայումը Ազգային անվտանգության կարևորագույն բաղադրիչի՝ Տեղեկատվական անվտանգության *(ՏԱ)* խնդիրն է: Հայտնի է նաև, որ *ՏԱ* արդյունավետությունը մեծապես պայմանավորված է տեղեկատվական ոլորտի վերաբերյալ հանրության գիտելիքներով, ընդհանրական մտավոր ռեսուրսներով և դրանց խելամիտ համակարգմամբ ու կառավարմամբ: Այս տեսանկյունից խիստ հրատապ խնդիր է, որպեսզի մեր հասարակությանը տրամադրվի համապատասխան գիտելիքներ և ռեսուրսներ ձևավորող գրականություն, ինչն էլ կնպաստի *ՏԱ* մակարդակի բարձրացմանը:

Հաշվի առնելով նշված հանգամանքները՝ «Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամը տեղեկատվական անվտանգությանը և հարակից խնդիրներին նվիրված շուրջ 20 աշխատություն և բազմաթիվ հոդվածներ է հրապարակել: Սակայն պետք է փաստել, որ առայսօր Հայկական հանրությունում բացակայում են նպատակային ձեռնարկներ և դասընթացներ, որոնցում համակարգված և համալիր ձևով ներկայացված լիներ *ՏԱ* ոլորտն իր հիմնարար հասկացությունների և գործառույթների համախմբով: Տեղեկատվական անվտանգության ապահովման տեսանկյունից այդ բացը լրացնելու խնդիրը կարելի է համարել անգամ հրամայական:

Ելնելով վերոնշյալ նկատառումներից՝ ընթերցողին ենք ներկայացնում «Տեղեկատվական անվտանգություն» ձեռնարկը, որտեղ փորձ է արվել հնարավորինս համակարգված դիտարկել տեղեկատվական ոլորտի պատմական զարգացումը և արդի վիճակը, գործող բազմաբնույթ մեթոդաբանությունները, հայեցակարգերն ու դրանց կիրառումը քաղաքական և այլ հարթություններում:

Ձեռնարկի առաջին գլխում լուսաբանվում են տեղեկատվական հեղափոխությունների գործընթացները և արդի ժամանակաշրջանի

աշխարհաքաղաքական զարգացումների համատեքստում «տեղեկատվական հասարակություններում» կատարվող հնարավոր փոխակերպումները:

Երկրորդ գլխում դիտարկվել են պատմական անցյալում իրագործված տեղեկատվական հատուկ գործողությունները, ինչպես նաև տեղեկատվական քաղաքականության դերակատարումը խոշոր տերությունների կայացման, զարգացման և փլուզման գործընթացներում:

Երրորդ գլխում քննարկվել են *ՏԱ*, տեղեկատվական գործողություն և տեղեկատվական պատերազմ հասկացությունների վերաբերյալ արդի պատկերացումները, կոնկրետ օրինակների հիման վրա վերլուծվել է նման պատերազմների և դրանց մաս հանդիսացող «գունավոր հեղափոխությունների» մեթոդաբանությունը: Վերլուծվել է նաև *ՏԱ* ոլորտի կրիտիկական ենթակառուցվածքների խնդիրը, անվտանգության տեսանկյունից կարևորվել է համալիր գաղափարախոսական համակարգերի ձևավորման անհրաժեշտությունը:

Չորրորդ գլխում ներկայացված են զանգվածային լրատվամիջոցներում կիրառվող ռազմավարությունները, հանրության վրա ազդելու հոգեբանական, նյարդալեզվաբանական ծրագրավորման և այլ մեթոդները: Դիտարկվել են նաև ԶԼՄ-ի կողմից տարածված հաղորդումներում դրանց իրական նպատակները վերհանելու վերլուծաբանական հնարավորությունները և *ՏԱ* պահանջներից բխող իրավական խնդիրները:

Վերջին՝ հինգերորդ գլխում դիտարկվում են կիբեռտարածքում կատարվող հանցավոր գործողություններից գործնականում պաշտպանվելու եղանակները, ինչպես նաև վիրտուալ միջավայրում իրավական նորմերի հաստատման փորձերը:

Ինչպես հետևում է վերը ներկայացված բովանդակային կառուցվածքից, ձեռնարկում դիտարկված թեմաները լայն ընդգրկվածություն ունեն, և այս հանգամանքը ընդհանրապես բնորոշ է տեղեկատվական ոլորտին: Այդ իրողությունը թելադրեց մեզ ձևավորել բավական ստվար հեղինակային խումբ, որում ընդգրկված են նաև *ՏԱ* տարբեր ոլորտների ճանաչված մասնագետներ Ռուսաստանից, Հունաստանից և Ուկրաինայից (տե՛ս հեղինակային խմբի կազմը):

Հեղինակային խումբը խորին շնորհակալություն է հայտնում.

Արմեն Աշոտյանին (2009-2016թթ. ՀՀ ԿԳՆ նախարար)՝ «Տեղեկատվական անվտանգություն» նախագիծը կարևորելու և նախագծի իրագործման կազմակերպչական խնդիրներին աջակցելու համար:

Իրինա Մամիջանյանին՝ հոետորական հոգեբանական-տեղեկատվական ազդեցության խնդիրների լուսաբանմանը նվիրված հետազոտություն կատարելու համար:

Գագիկ Հարությունյան

Գիրքը հրատարակվում է
ՀՀ ԿԳՆ Գիտության պետական կոմիտեի դրամաշնորհով,
«Նորավանք» ԳԿՀ Գիտական-փորձագիտական խորհրդի
որոշման հիման վրա

Հեղինակային խումբ

Գագիկ Հարությունյան («Նորավանք» ԳԿՀ գործադիր տնօրեն և Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավար) - 1 և 2-րդ գլուխներ, 3-րդ գլխի *3.1, 3.2, 3.8, 3.9, 3.10, 3.12* ենթագլուխները, *3.5* ենթագլուխը՝ *Ս.Գրինյանի հետ համատեղ, 3.6* ենթագլուխը՝ *Հ.Արզումանյանի* հետ համատեղ, 4-րդ գլխի *4.8* ենթագլուխը, 5-րդ գլխի *5.1* ենթագլուխը;

Սերգեյ Գրինյան (տ.գ.դ., Ռազմավարական գնահատականների և կանխատեսումների կենտրոնի գլխավոր տնօրեն, Մոսկվա) - 3-րդ գլխի *3.3, 3.4, 3.7* ենթագլուխները, *3.5* ենթագլուխը՝ Գ.Հարությունյանի հետ համատեղ;

Գեորգի Պոչեպցով (բ.գ.դ., Մարիուպոլի պետական համալսարանի պրոֆեսոր, Ուկրաինա) - 3-րդ գլխի *3.11* ենթագլուխը;

Հրաչյա Արզումանյան (տ.գ.թ., «Աշխարհ» ռազմավարական հետազոտությունների կենտրոնի տնօրեն, Ստեփանակերտ) - 3-րդ գլխի *3.6* ենթագլուխը՝ *Գ.Հարությունյանի հետ համատեղ*;

Արթուր Աթանեսյան (ք.գ.դ., ԵՊՀ Կիրառական սոցիոլոգիայի ամբիոնի վարիչ) - 4-րդ գլխի *4.1, 4.2, 4.3 և 4.4* ենթագլուխները;

Նվարդ Մելքոնյան (ս.գ.թ., ԵՊՀ Սոցիալական աշխատանքի և սոցիալական տեխնոլոգիաների ամբիոնի դոցենտ) - 4-րդ գլխի *4.5, 4.6 և 4.7* ենթագլուխները;

Դավիդ Մարկիսյան («Նորավանք» ԳԿՀ Քաղաքական հետազոտությունների կենտրոնի ավագ փորձագետ) - 4-րդ գլխի *4.8* ենթագլուխը;

Դիանա Գալստյան, («Նորավանք» ԳԿՀ Քաղաքական հետազոտությունների կենտրոնի ավագ փորձագետ) և ***Մարիամ Խալաթյան*** («Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի փորձագետ) - 4-րդ գլխի *4.9* ենթագլուխը;

Սամվել Մարտիրոսյան, («Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի ավագ փորձագետ) - 5-րդ գլխի *5.2 –5.6* ենթագլուխները;

Ջորջ Կոստոպուլոս (ԱՄՆ Մերիլենդի համալսարանի կիբեռանվտանգության պրոֆեսոր, Աթենք) - 5-րդ գլխի *5.7* ենթագլուխը:

ԳԼՈՒԽ 1.

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՀԵՂԱՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Մարդկության զարգացումը պայմանավորված է շրջապատող աշխարհի և իրողությունների վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալու, այն համակարգելու և գիտելիքի վերածելու, ի վերջո, այդ գիտելիքները կիրառելու և տարածելու կարողությամբ: Տեղեկատվությունը, ի տարբերություն այլ բնույթի ռեսուրսների, կարելի է օգտագործել բազմակի, այն էլ՝ բազմաթիվ սպառողների կողմից: Ընդունված է համարել նաև, թե որքան շատ են տեղեկատվություն սպառողները, այնքան այն ավելի արժեքավոր է դառնում: Սակայն տեղեկատվության նշանակությունն ուղղակիորեն պայմանավորված է նրա բովանդակությամբ: Եթե տեղեկատվությունը պարունակում է հոգևոր և մտավոր արժեքներ, ապա այն մարդու զարգացման և կատարելագործման գրավական է հանդիսանում: Միևնույն ժամանակ, ապատեղեկացում և ոչ կառուցողական գաղափարներ պարունակող ու տարածվող տեղեկատվությունը երբեմն համեմատելի է զանգվածային ոչնչացման զենքի հետ:

Բոլոր պարագաներում պետք է ընդունել, որ տեղեկատվական ոլորտի գործընթացները մշտապես ուղեկցել են մարդկությանը, և քաղաքակրթության պատմության ընթացքում եղել են փուլեր, երբ տեղեկատվության մշակման և կիրառման գործում տեղի են ունեցել որակական փոփոխություններ: Դրանց արդյունքում հասարակական, քաղաքական և այլ հարաբերությունները նոր բովանդակություն են ստացել: Նման շրջադարձային գործընթացներն ընդունված է անվանել ***տեղեկատվական հեղափոխություններ***:

1.1 Առաջին տեղեկատվական հեղափոխություն

Տեղեկատվական առաջին հեղափոխությունը կապված էր գրերի գյուտի հետ, ինչը հնարավորություն տվեց պահպանել և սերունդներին փոխանցել ձեռք բերած գիտելիքները: Համարվում է, որ մարդիկ առաջին գրավոր տեղեկությունները *պիկտոգրամաների*[1]

[1] Կազմված է լատինական *pictus- նկարված* և հունական *grama – գրառում բառերից:*

տեսքով, որոնք արտացոլում էին իրերի կամ երևույթների ճանաչելի կարևորագույն բնութագրերը, կիրառել են դեռևս շուրջ 100 հազար տարի առաջ: Հետագայում շումերները (մ.թ.ա. XXV դար) սկսեցին օգտագործել *սեպագրերը*[2]: Ավելի ուշ (մ.թ.ա. XVII-XII դարեր) ստեղծվեցին *հիերոգլիֆները*[3], որոնք, ըստ չինական ավանդույթի, հայտնագործել է պալատական Ցան Ցզեն: Չինացիները գրում էին իրենց հիերոգլիֆները մետաքսի կամ բարակ բամբուկի վրա: Հիերոգլիֆների կատարելագործված տարբերակներն առայսօր Չինաստանի, Ճապոնիայի և այլ երկրների գրավոր հաղորդակցման միջոցն են: Դրանք այլ մշակութային ավանդույթների ներկայացուցիչների կողմից գուցե փոքր-ինչ յուրահատուկ են ընկալվում, սակայն ավելի քան հարուստ այդ արևելյան քաղաքակրթությունների ստեղծման, պահպանման և զարգացման խորհրդանիշն են: Հատկանշական է, որ տեղեկատվական գործողությունների վերաբերյալ առաջին տեսական աշխատությունը («Տրակտատ ռազմարվեստի մասին») գրված է հիերոգլիֆներով, մ.թ.ա. VI դարում, չինացի փիլիսոփա Սուն Ցզիի կողմից (տե՛ս 2-րդ գլխի 2.3 ենթագլուխ): Մեր ընկալմամբ, կիրառական-տեխնոլոգիական տեսանկյունից հիերոգլիֆները կարող են այնքան էլ կատարյալ չթվալ: Մինչդեռ, ըստ իրենց՝ չինացիների, դրանք թույլ են տալիս արդի սերունդներին գնահատել և ընկալել պատմական ու գեղարվեստական տեքստերը նույն կերպ, ինչպես և նրանց նախնիները՝ այդպիսով պահպանելով ժամանակային-բովանդակային կապն անցյալի ու ներկայի միջև:

Ֆոնետիկ (ձայնային) և տառերի տեսքով գրերի հեղինակները համարվում են փյունիկեցիները (մ.թ.ա. XV դար): Այդ տառերի հիման վրա հույները մ.թ.ա. IX դարում ստեղծեցին, թերևս, առաջին լիարժեք այբուբենը: Ի տարբերություն փյունիկյանի, որում ներկայացված էին միայն բաղաձայնները, հունականում առկա են նաև ձայնավորները: Այդ այբուբենը հիմք հանդիսացավ մի շարք լեզուների գրերի համար: Ավանդաբար հունական գրերի ստեղծումն ընդունվում է որպես մեր արդի պատկերացումներին համապատասխանող տեղեկատվական առաջին հեղափոխության սկիզբը: Հունարենով շարադրված պատմագրական, փիլիսոփայական, գեղարվեստական, բնագիտական և այլ

[2] Սկսած մ.թ.ա. IX դարից՝ սեպագրեր են օգտագործել նաև ուրարտացիները:
[3] Հունարեն *hieroglyphoi նշանակում է «սուրբ գիր»:*

Նկ. 1.1
Ուրարտական սեպագիր արձանագրություն, մ.թ.ա IX-VI դարեր (Էրեբունի թանգարան)։

ոլորտների մեծաթիվ արժեքավոր ստեղծագործությունները լայն տարածում գտան և հենք հանդիսացան եվրոպական-արևմտյան քաղաքակրթության ձևավորման ու զարգացման համար։ Հույները գրում էին փայտիկներով (*ստիլոսներով*), մոմապատ փայտե տախտակների, իսկ կարևոր, պետական նշանակություն ունեցող տեքստերը՝ ավելի թանկ արժեցող մագաղաթների վրա։

Պատահական չէ, որ Հոմերոսի (մ.թ.ա. VIII դար) «Իլիականում» նկարագրված՝ պատմականորեն արձանագրված առաջին դասական տեղեկատվական գործողությունը՝ «փայտե նժույգի» միջոցով Տրոյայի գրավման դրվագը, գրառված է հունարեն (այդ գործողության վերլուծությանը կանդրադառնանք հաջորդ գլխի 2.1 ենթագլխում)։

Տեղեկատվական առաջին հեղափոխության դարաշրջանում հայտնվեցին նաև առաջին պարբերական հրատարակությունները՝ այսօրվա թերթերի նախատիպերը։ Հին Հռոմում մ.թ.ա. I դարում Հուլիոս Կեսարի հրամանով սկսում են հրատարակվել «Սենատի գործերը» (*«Acta Senatus»*) և «Ժողովրդի ամենօրյա հասարակական գործերը» *(«Acta diurna populi Romani»)* թերթերը, որոնք գրվում էին կավե տախտակների վրա և տեղադրվում քաղաքի կենտրոնական մասերում։

Նկ. 1.2

Մագաղաթե ձեռագիր, V-VI դարեր (Վենետիկ, Սբ. Ղազարի մատենադարան, ձեռ. 1144/86, 862 թվական), հղում՝ Մայքլ Սթոուն, Տիգրան Գույումճեան, Հենինգ Լեման, *Հայկական հնագրութեան ալբոմ*, Ս.Էջմիածին, 2002:

Առաջին տեղեկատվական հեղափոխությունը լիարժեք արտահայտվեց Հայաստանում 405թ., Մեսրոպ Մաշտոցի կողմից հայկական այբուբենի ստեղծմամբ: Այդ հայտնագործությունն առաջնային դերակատարում ունեցավ մեր ուրույն քաղաքակրթության ձևավորման, զարգացման և հարատևման համար:

1.2 Երկրորդ տեղեկատվական հեղափոխություն

Այս հեղափոխությունը պայմանավորված էր տեխնոլոգիականացված տպագրության հայտնագործությամբ: Նշենք, որ որպես առաջին տպագիր գիրք ընդունված է համարել 868թ. Չինաստանում (որտեղ դեռևս մ.թ. II դարում մշակվել էր թղթի արտադրությունը) տպագրված բուդդայական *Ալմաստե սուտրան*[4]: Այդ եղանակով 911թ. տպագրվեց նաև չինական առաջին թերթը՝ «Մայրաքաղաքի տեղեկագիրը» («Ցզին բաո»): Սակայն չինացիները կիրառում էին տպագրության *քսիլոգրաֆիկ* եղանակը, այսինքն՝ փայտի վրա փորագրում էին ուռուցիկ դրոշմներ (նկարներ և հիերոգլիֆներ), ապա դրանք ներկում էին և սեղմելով թղթին կամ կտորին՝ ստանում դրանց պատճենները: Նման եղանակը կապված էր բազմաթիվ տեխնիկական բարդությունների հետ, իսկ տպագրական ցիկլի արագությունը զիջում էր հմուտ դպիրների՝ ձեռքով գրելու արագությանը: Այսինքն՝ չինական տպագրական մեթոդը տեխնոլոգիական առումով թերի էր, չնայած այդ եղանակով դեռ պատմական դարաշրջաններում տպագրվել են բազմաթիվ գրքեր:

Ժամանակակից պատկերացումներին համապատասխան գրքերի տպագրության պատմությունը սկսվում է 1440թ.՝ գերմանացի Յոհան Գուտենբերգի (1397–1468թթ.) գյուտով: Հայտնագործության էությունն այն էր, որ Գուտենբերգը պատրաստում էր մետաղե «շարժունակ» ուռուցիկ տառեր (հակառակ՝ հայելային արտապատկերի տեսքով), դրանցից հավաքում էր տողերը և հատուկ մամլիչի միջոցով դրոշմում դրանք թղթի վրա: Նման տեխնոլոգիան հնարավորություն տվեց հավաքել և տպագրել ցանկացած ձևաչափի ցանկացած տեքստ:

Այդ եղանակով տպագրված առաջին գիրքը՝ Աստվածաշունչը, լույս տեսավ 200 օրինակ տպաքանակով: Գուտենբերգի մշակած տեխնոլոգիան հեղափոխական նշանակություն ունեցավ տեղեկատվության տարածման առումով. արդեն 1501թ. Եվրոպայում գործում էր ավելի քան 1500 տպարան, հրատարակվել էին տասնյակ հազարավոր գրքեր: Իսկ 1512թ. Վենետիկում բնակվող Հակոբ Մեղապարտը տպագրում է առաջին հայերեն գիրքը՝ «Ուրբաթագիրքը»:

---

[4] Հին հնդկական գրականությունում *սուտրա* նշանակում է լակոնիկ արտահայտություն կամ նման արտահայտությունների հավաքածու:

Նկ. 1.3
Յոհան Գուտենբերգ:

1605թ. ծնունդ է առնում նաև մեր այսօրվա պատկերացումներին մոտ մամուլը. Յոհան Կառոլուսը Ստրասբուրգում տպագրում է «Տեղեկագիր» («*Relation*») անունը կրող գերմանալեզու թերթը, և թերթերի հրատարակումը բավական արագ տարածվում է Եվրոպայում:

Անշուշտ, տեղեկատվության և գիտելիքների ստեղծման, պահպանման և տարածման տեսանկյունից տպագրության գյուտը դժվար է գերագնահատել: Համաձայն *Google Book Search* նախագծի շրջանակներում կատարված հաշվարկների՝ ներկայումս աշխարհում կա շուրջ 130 մլն անուն գիրք:

1.3 Երրորդ տեղեկատվական հեղափոխություն

Այս հեղափոխությունը պայմանավորված էր XIX–XX դարերի գիտատեխնիկական առաջընթացով, երբ դեռևս XV–XVI դարերին սկիզբ առած բնագիտական և ճշգրիտ գիտությունների անընդհատ զարգացման արդյունքում ձեռք բերված տեսական-փորձարարական գիտելիքները սկսեցին վերածվել տեխնոլոգիաների: Այդ տեխնոլոգիաները, մասնավորապես, հնարավորություն տվեցին գործնականում օգտագործել էլեկտրական էներգիան, ինչն էլ, իր հերթին, թույլ տվեց լուծել մեծ հեռավորության վրա արագ և օպերատիվ տեղեկատվություն հաղորդելու կարևորագույն խնդիրը: Ռուսաստանում 1832թ. Պավել Շիլինգը ստեղծեց առաջին հեռագրական սարքը, որը կատարելագործեց և իր հայտնագործության համար 1840թ. պատենտ ստացավ ամերիկացի Սեմյուել Մորզեն: Վերջինիս ստեղծած «Մորզեի այբուբենը», որտեղ տառերը ներկայացված են կարճ՝ կետ և երկար՝ գիծ ազդանշանների տեսքով, կիրառվում է առայսօր: Կապի այս նոր միջոցի կարևորությունն ընկալվեց ամենուր. հատկանշական է, որ 1895թ. Զեյթունի ապստամբության ժամանակ ծավալված ռազմական գործողություններում հայկական կողմը կարողանում է հասնել առավելության՝ կտրե-

լով Մարաշը և թուրքական զորանոցները կապող հեռագրալարերը:

Հեռագրին հաջորդեց հեռախոսի հայտնագործությունը, որը պատկանում է Միացյալ Նահանգներում բնակվող իտալացի Անտոնիո Մեուչիին (1860թ.) և գերմանացի Յոհան Ռեյսին (1861թ.), որն էլ իր սարքն անվանեց *«Telephon»:* Մեր պատկերացումներին համեմատաբար մոտ կանգնած հեռախոսի պատենտը ստացավ ամերիկացի Ալեքսանդր Բելը (1876թ.):

Սակայն և՛ հեռագրի, և՛ հեռախոսի միջոցով տեղեկատվություն հաղորդելը կատարվում էր էլեկտրալարերի միջոցով, և այդ առումով զարգացման հաջորդ քայլն այսպես կոչված «անլար կապի» ստեղծումն էր ռադիոյի միջոցով: Վերջինիս հիմքում դրված են Հենրիխ Հերցի (1857-1894թթ.) էլեկտրամագնիսական ալիքների գոյությունն ապացուցող հիմնարար աշխատությունները, որոնց հիման վրա գրեթե միաժամանակ Ալեքսանդր Պոպովը (1859-1906) և իտալացի Գուլյելմո Մարկոնին (1874-1937) 1895թ. ցուցադրեցին իրենց ստեղծած՝ հեռավորության վրա առանց լարերի ազդանշաններ հաղորդող սարքերը:

Հեռագրի, հեռախոսի և ռադիոյի հայտնագործությունները որակական փոփոխությունների հանգեցրին տեղեկատվության ոլորտում և ընդհանրապես՝ մարդկային հանրությունում: Այդ հանգամանքը, բնականաբար, էապես մեծացրեց տեղեկատվության դերը հասարակական կյանքում: Բավական կարճ ժամանակ հետո կապի այդ միջոցները սկսեցին օգտագործվել նաև որպես ագիտացիայի[5] և պրոպագանդայի միջոց[6]. պատահական չէ, որ 1917թ. հեղափոխությունից շատ չանցած՝ 1922թ., Նիժնի Նովգորոդ քաղաքում սկսեց գործել այն ժամանակ աշխարհում

---

[5] *Ագիտացիա* (լատ. *agitatio* ՝ շարժման մեջ դնել) - բանավոր, գրավոր ցուցադրական քաղաքական գործունեություն, որն ազդում է մարդկանց գիտակցության և տրամադրության վրա՝ հրահրելով նրանց կատարել *ագիտացիային* համահունչ այլ գործողություններ:

[6] *Պրոպագանդա* (լատ. *propagare՝ տարածել)* - տեղեկատվության (կամ ապատեղեկատվության) տարածում՝ հասարակական կարծիքի վրա ներազդելու նպատակով: Այս եզրը լայն շրջանառության մեջ է դրվել կաթոլիկ եկեղեցու կողմից քրիստոնեական դրույթների տարածման համատեքստում (դեռևս 1620թ. հիմնվել էր Հավատքի պրոպագանդման ժողովը): Թերևս, այս ավանդույթից ելնելով արդի հայերենում ինչպես պրոպագանդա, այնպես էլ ագիտացիա եզրերը հաճախ փոխարինվում են քարոզ (քարոզչություն) բառով, ինչը փոքր-ինչ պարզունակացնում է այդ հասկացությունները:

Նկ. 1.4
Պավել Շիլինգ
(1786-1837թթ.):

Նկ. 1.5
Ալեքսանդր Գրահամ Բել,
կատարում է առաջին
հեռախոսազանգը, 1876թ.:

ամենահզոր Կոմինտերնի անվան ռադիոկայանը: Նույն թվականին հիմնադրվեց նաև առայսօր գործող հանրահայտ *BBC*[7]-ն:

Ռադիոն առաջին վերսահմանային և, հետևաբար՝ անդրազգային կապի միջոցն էր, որը թույլ էր տալիս գործնականում (սահմանափակումները կախված էին հաղորդչի հզորությունից) երկրագնդի ցանկացած կետից տեղեկատվություն հաղորդել ցանկացած վայր: Որպես այդպիսին այն հսկայական և հաճախ որոշիչ դերակատարում ունեցավ Առաջին և Երկրորդ համաշխարհային, ինչպես նաև Սառը պատերազմի տարիներին, չնայած ռադիոհաղորդումները «խլացնելու» միջոցների կիրառմանը (այս խնդիրներին մենք ավելի հիմնավոր կանդրադառնանք հաջորդ գլխում): Հայտնի է նաև, որ առայսօր, չնայած ինտերնետային և մոբիլ տեխնոլոգիաների առկայությանը, ռադիոհաղորդումներն ամենևին չեն կորցրել իրենց ակտուալությունը որպես նվազ ծախսատար և մատչելի տեղեկատվություն հաղորդելու և ստանալու միջոց:

Տեղեկատվական ոլորտի զարգացման գործում կարևոր դեր կատարեց նաև կինոյի (կինեմատոգրաֆի) հայտնագործությունը: Որպես այսպես կոչված «շարժվող նկարների» հեղինակներ նշվում են Թոմաս Էդիսոնի, Իոսիֆ Տիմչենկոյի և եղբայրներ Լուի ժան և Լուի

[7]*BBC- British Broadcasting Corporation* ՝Բրիտանական հեռահաղորդման կորպորացիա:

Նկ. 1.6
Ալեքսանդր Պոպով
(1859-1906թթ.):

Նկ. 1.7
Գուլյելմո Մարկոնի
(1874-1937թթ.):

Մարի Նիկոլա Լյումիերների անունները: Հենց վերջիններս էլ 1895թ. Փարիզում ցուցադրեցին կինոցուցադրման իրենց մշակած տեխնոլոգիան, իսկ արդեն նույն տարվա վերջին փարիզյան սրճարաններից մեկում կայացավ առաջին կինոցուցադրումը, որը դիտելու համար արդեն սահմանվել էր որոշակի վճար: Նշենք, որ 1923թ. Երևանում հիմնադրվեց Պետկինոն, որտեղ և արտադրվեցին առաջին հայկական կինոնկարները:

Որպես տեղեկատվական երրորդ հեղափոխության ավարտ կարելի է ընդունել հեռուստատեսության ստեղծումը: Դեռևս 1907թ. գերմանացի Մաքս Դիկմանը ցուցադրեց 3 x 3 սմ էկրան ունեցող հեռուստատեսային ընդունիչը: Սակայն մեր պատկերացումներին մոտ հեռուստատեսության հեղինակ է համարվում Վլադիմիր Զվորիկինը (1888–1982թթ.): ԱՄՆ-ում էմիգրացիայի մեջ գտնվելով՝ նա 1931թ. իրականացրեց առաջին փորձնական հեռուստահաղորդումը: Իսկ գունավոր հեռուստատեսության գյուտը պատկանում է մեր հայրենակից Հովհաննես Ադամյանին (1879-1932թթ.), որն իր փորձերը ցուցադրել է նաև Երևանում:

Առաջին կանոնավոր հեռուստահաղորդումները կազմակերպվել են Գերմանիայում 1934թ., իսկ արդեն 1936թ. Բեռլինյան օլիմպիական խաղերը լուսաբանվում էին ուղիղ հեռուստաթերով: Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո հեռուստատեսությունն աշխարհում ընդունեց համատարած

Նկ. 1.8
Վլադիմիր Զվորիկին
(1888–1982թթ.):

Նկ. 1.9
Հովհաննես Ադամյան
(1879-1932թթ.):

բնույթ: Հայկական Երկրորդ հանրապետությունում հեռուստատեսությունը սկսեց գործել 1955թ.:

Հարկ է ամրագրել, որ արդի համակարգիչների նախատիպերը՝ հաշվիչ մեքենաները, նույնպես հայտնվել են երրորդ տեղեկատվական հեղափոխության դարաշրջանում. 1941թ. գերմանացի Կոնրադ Ցուզեն (1910-1995թթ.) ստեղծեց ծրագրավորող առաջին հաշվիչ մեքենան: Հաշվիչ սարքեր էին օգտագործում նաև բրիտանական հատուկ ծառայությունները, որոնք դրանք կիրառում էին գերմանական գաղտնագրերը վերծանելու նպատակով: Սակայն անհատական համակարգիչները հայտնվեցին ավելի ուշ՝ 1970-ական թվականներին, արդեն հաջորդ տեղեկատվական հեղափոխության շրջանում:

1.4 Չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխություններ

Այս երկու՝ չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխությունները միմյանց հետ բովանդակային առումով սերտորեն շաղկապված են և պայմանավորված անհատական համակարգչի ու Ինտերնետի ստեղծմամբ: Առաջինի ի հայտ գալը դեռևս 1949թ. իր «1984» հանրահայտ հակաուտոպիական գրքում կանխատեսել

էր Ջորջ Օրուելը *(վերջինիս մասին տե՛ս 2-րդ գլխի 2.6 ենթագլխում)*: Ինտերնետի ստեղծումը հստակ կանխատեսել էր նաև ականավոր ֆիզիկոս և հասարակական գործիչ, ակադեմիկոս Անդրեյ Սախարովը (1921-1989թթ.): Նա դեռևս 1974թ. իր «Աշխարհը կես դար հետո»[8] գրքում գրել էր, որ ապագայում պետք է ձևավորվի «համաշխարհային տեղեկատվական համակարգ», որը «բոլորի համար մատչելի կդարձնի ցանկացած գրքի կամ հոդվածի բովանդակությունը և ցանկացած տեղեկանքի ստացումը»...

Տեխնոլոգիական տեսանկյունից այդ հեղափոխությունների սկիզբը կարելի է համարել XX դարի 70-ական թվականները, երբ մշակվեցին միկրոպրոցեսորային տեխնոլոգիաները և դրանց հիման վրա ստեղծվեց անհատական համակարգիչը: Այս շրջանը բնութագրվում է հետևյալ հիմնարար նորարարություններով.

- Տեղեկատվության մեխանիկական և էլեկտրական վերափոխման միջոցները փոխարինվեցին էլեկտրոնային սարքերով:
- Ստեղծվեցին ծրագրային-ղեկավարվող սարքեր:
- Էլեկտրոնիկայի զարգացումը թույլ տվեց էապես փոքրացնել օգտագործվող սարքերի չափսերը:

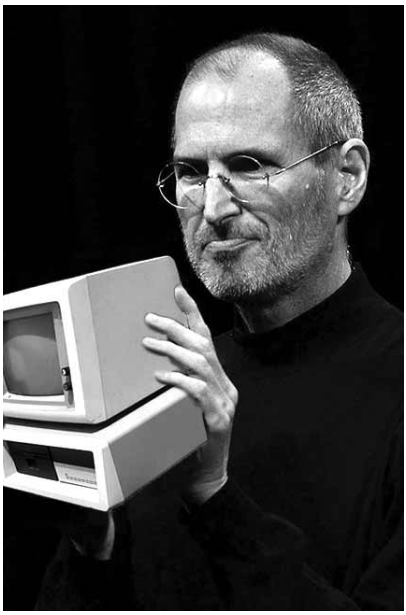
Գիտական այս առաջընթացը հանգեցրեց, մասնավորապես, անհատական համակարգչի (*ԱՀ* կամ *PC*) հայտնվելուն: Առաջին *ԱՀ* ստեղծման պատմության վերաբերյալ կան տարբեր վարկածներ, սակայն, թերևս, կասկած չի հարուցում, որ դրանց նախնական մոդելի ստեղծումը և արտադրական տեխնոլոգիայի մշակումը պատկանում են երկու ամերիկացու՝ Սթեֆան Վոզնյակին և Սթիվ Ջոբսին, որոնք 1976թ. ստեղծեցին առաջին *ԱՀ*-ն և այն անվանեցին «Էփլ» *(«Apple»՝ խնձոր):* Հետագայում Ջոբսը հիմնեց ընկերություն, որն էլ սկսեց դրանց զանգվածային արտադրությունը: Ներկայում *ԱՀ*-ների քանակն աշխարհում հասնում է մի քանի միլիարդի:

Հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխությունը պայմանավորված է Ինտերնետի ստեղծմամբ, այն ընթանում է արդեն մեր օրերում և կապված է վերսահմանային գլոբալ տեղեկատվական–հեռահաղորդակցային ցանցերի ձևավորման և զարգացման հետ:

---

[8] *Андрей Сахаров*, «Мир через полвека», http://mexalib.com/view/102863

Նկ. 1.10
Սթեֆան Վոզնյակ
(ծնվ. 1950թ.):



Նկ. 1.11
Սթիվ Ջոբս
(1955–2011թթ.):

Այդ ցանցերը ներառում են բոլոր երկրները, հասանելի են գրեթե բոլորին, դրանք կարողանում են ազդել ինչպես առանձին անհատի, այնպես էլ մարդկային հսկայական զանգվածների վրա: Հատկանշական է, որ Ինտերնետի հայտնագործումը, ի տարբերություն նախկին հեղափոխությունների խորհրդանիշների՝ գրքերի տպագրման, հեռագրի, ռադիոյի և *ԱՀ-ի,* նախապես ծրագրված առաջընթաց էր և ստեղծվել է խոշոր գիտական կոլեկտիվների համատեղ աշխատանքի արդյունքում: Այդ աշխատանքները պատվիրել էր ԱՄՆ Պաշտպանության նախարարության Առաջատար պաշտպանական նախագծերի գործակալությունը *(DARPA)*[9], որի առջև դեռևս 1957թ. խնդիր էր դրվել ստեղծել տեղեկատվության հուսալի հաղորդման այնպիսի միջոցներ, որոնք կաշխատեին անգամ միջուկային պատերազմի պայմաններում: Գործակալության աշխատակիցները գաղափար հղացան, որ համակարգիչները կարելի է օգտագործել որպես տեղեկատվության ընդունման և հաղորդման գործիք, և այդ պատճառով անհրաժեշտ է ձևավորել

[9] DARPA - Defense Advanced Research Projects Agency.

համակարգչային ցանց: Խնդրի լուծումը հանձնարարվեց Կալիֆորնիայի, Յութայի, Սանտա Բարբարայի և Սթենֆորդի համալսարաններին, և 1969թ. ստեղծվեց առաջին համակարգչային ցանցը: Այն կոչվեց Առաջատար հետազոտական նախագծերի գործակալության ցանց՝ *ARPANET*[10], որը միավորում էր վերը նշված համալսարանները: Այդ աշխատանքներին ակտիվ և որոշիչ մասնակցություն ցուցաբերեց Ջոն Փոստելը, որին շատերն անվանում են «Ինտերնետի հայր»: Իսկ 1991թ., երբ ստանդարտացվեց *WWW*[11] (համաշխարհային ցանց կամ համացանց) էջը, Ինտերնետը մատչելի դարձավ շարքային քաղաքացիների համար: Համաձայն գնահատականների, արդեն 2001թ. Ինտերնետին միացված հաշվողական սարքերի թիվը հասել էր 300 մլն-ի, իսկ 2010-ից հետո դրանց, ինչպես նաև Ինտերնետում տեղակայված կայքերի և բլոգերի թիվը հասնում էր միլիարդների:

Նշենք, որ ներկայիս տեղեկատվական հեղափոխության իրողություններում տեղեկատվական հոսքերի աննախադեպ մեծացած ծավալները, չնայած համակարգչային հատուկ ծրագրերի կիրառմանը, դրանք մշակելու տեսանկյունից լրջագույն խնդիր են դարձել: Օրինակ, ԱՄՆ Կոնգրեսի գրադարաններում պահված է մոտ 1 կվադրիլիոն բիթ տեղեկատվություն, մինչդեռ միայն ԱՄՆ Պաշտպանության նախարարության Ազգային անվտանգության գործակալությունը (*NSA*), որի խնդիրն է գլոբալ հարթությունում ռադիոէլեկտրոնային միջոցներով տեղեկատվություն հավաքելը, այդ ծավալին համապատասխան տեղեկատվություն կուտակում է ընդամենը 3 ժամում: Ստեղծված իրավիճակը բարդություններ է առաջացնում առաջին հերթին վերլուծական կառույցների աշխատանքում, քանզի միշտ չէ, որ հաջողվում է մշակել մեծ ծավալ ունեցող տվյալները (այսպես կոչված *Big Data*-ի խնդիրը): Հատկանշական է, որ ներկայում հատուկ ծառայությունների գործունեությունում նկատվում է այն միտումը, թե պետք է, նախկինի պես, առանձնահատուկ ուշադրություն հատկացնել գործակալական ցանցերից անմիջական տեղեկատվություն ստանալու մեթոդներին:

Ներկայիս տեղեկատվական հեղափոխության համատեքստում առանձնահատուկ տեղ են գրավում բջջային (մոբիլ) հեռախոս-

[10] ARPANET - *Advanced Research Projects Agency Network.*
[11] WWW - World Wide Web.

ները: Համարվում է, որ նման առաջին փորձնական հեռախոսը 1957թ. ստեղծել է Լ.Կուպրիյանովիչը ԽՍՀՄ-ում: Հեռախոսի առաջին օրինակի քաշը 3 կգ էր, սակայն արդեն 1961թ. Կուպրիյանովիչի ցուցադրած մոդելը կշռում էր ընդամենը 70 գ:

Միևնույն ժամանակ, մեր պատկերացումներին մոտ մոբիլ հեռախոսները հայտնվեցին 1984թ. ԱՄՆ-ում: Չնայած առաջին՝ «*DynaTAC 8000X*» մոդելի հեռախոսների արժեքը խիստ բարձր էր՝ $4 հազ., դրանք ձեռք բերելու համար հազարավոր մարդիկ էին հերթագրվում և երկար սպասում իրենց հերթին: Ներկա սերնդի կյանքը դժվար է պատկերացնել առանց մոբիլ կապի, իսկ նման հեռախոսները հաճախ համատեղում են նաև *ԱՀ*–ների հնարավորությունները:

1.5 Տեղեկատվական և հետինդուստրիալ հասարակություններ

Ինչպես հետևում է նախորդ ենթագլուխների բովանդակությունից, տեղեկատվական հեղափոխություններն ու մարդկային հասարակության պատմական զարգացումը գտնվում են անմիջական փոխազդեցության մեջ, կամ, ինչպես ընդունված է ասել, նրանց միջև գործում է այսպես կոչված «հակադարձ–դրական» կապ: Միևնույն ժամանակ, եթե գրերի ստեղծումից (առաջին տեղեկատվական հեղափոխություն) մինչև տեխնոլոգիականացված տպագրության (երկրորդ տեղեկատվական հեղափոխություն) ժամանակաշրջանը տևեց 30 հարյուրամյակ, ապա հեռագրի, հեռախոսի և ռադիոյի գյուտերը (երրորդ տեղեկատվական հեղափոխություն) կատարվեցին Գուտենբերգի հայտնագործությունից ընդամենը 4 դար հետո: XIX դարից զարգացումներն ավելի սրընթաց բնույթ են ընդունում. Պոպովի և Մարկոնիի հայտնագործություններից հետո հասարակությունը համակարգչային–համացանցային դարաշրջան (չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխություն) թևակոխեց ընդամենը մեկ հարյուրամյակի ընթացքում: Այսինքն, եթե մինչև XV դարը հասարակության տեղեկատվական-գիտելիքային զարգացումն աստիճանաբար էր ընթանում կամ, այլ խոսքով՝ գծային բնույթ էր կրում, ապա արդեն այդ ժամանակահատվածում մարդկության առաջատար հատվածը կուտակել էր տեղեկատվության և գիտելիքների մի այնպիսի կրիտիկական պաշար, որը թույլ տվեց առաջատար հասարակություններին զարգանալ արագացումով՝ ենթարկվելով արդեն ոչգծային օրինաչափություններին:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների նման ոչգծային զարգացումը բնականորեն զուգորդվում էր գիտական մտքի առաջնթացի հետ: Ձևավորվում էին ոչ միայն նոր բնագիտական-տեխնիկական, այլև հասարակագիտական ուղղություններ՝ գաղափարախոսություն, սոցիոլոգիա և այլն: Այդ համատեքստում, մասնավորապես, փորձեր էին կատարվում մարդկային պատմության տարբեր փուլերում հասարակությունները դասակարգել համաձայն դրանց ամենաբնորոշ հատկանիշների: Թերևս, տրամաբանական էր, որ XX դարի երկրորդ կեսին գիտական հանրությունը, տպավորված չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխությունների արդյունքում հասարակական կյանքում տեղի ունեցող փոփոխություններով, փորձեց բնութագրել հասարակությունները՝ որպես չափանիշ ընդունելով նրանցում տեղեկատվական գործոնի զարգացման աստիճանը: Մասնավորապես, այն հասարակությունները, որոնք լավագույնս էին ստեղծում, մշակում և լայնորեն կիրառում տեղեկատվական տեխնոլոգիաները, ստացան «տեղեկատվական» և «հետինդուստրիալ» անվանումները:

Տեղեկատվական հասարակություն հասկացությունը սկսել է ձևավորվել XX դարի երկրորդ կեսին: Համարվում է, որ այդ եզրն առաջին անգամ կիրառել, և որ գլխավորն է՝ գիտականորեն մեկնաբանել է Տոկիոյի Տեխնոլոգիական համալսարանի պրոֆեսոր Յու. Հայաշին 1969թ. իր «Ճապոնական տեղեկատվական հասարակություն. թեմաներ և մոտեցումներ» աշխատությունում: Ճապոնիայի կառավարության պատվիրած այդ հետազոտության նպատակն էր ուսումնասիրել նոր զարգացող համակարգչային տեխնոլոգիաների ազդեցությունը հասարակության վրա:

Հայաշին տեղեկատվական հասարակությունը բնութագրում էր որպես մի հասարակություն, որտեղ համակարգչայնացումը հնարավորություն է ընձեռում մարդկանց օգտվել տեղեկատվության հուսալի աղբյուրներից, ձերբազատել նրանց տաղտուկ աշխատանքներից, ապահովել արտադրության ավտոմատացման բարձր մակարդակ: Նման պայմաններում անխուսափելիորեն պետք է փոխվի նաև հենց բուն արտադրական պրոցեսը. նրա արգասիքը՝ ապրանքը, պետք է դառնա «տեղեկատվապես ավելի ծավալուն»: Այդպիսով ենթադրվում էր, որ ապրանքի արժեքի և

գնագոյացման մեջ պետք է աճեն նորարարության, ինչպես նաև դիզայնի ու մարքեթինգի մասնաբաժինները:

Համաձայն «տեղեկատվական հասարակության» հայեցակարգի մեկ այլ ճապոնացի ջատագովի՝ Յո. Մասուդայի, «հասարակության զարգացման շարժիչ ուժն է լինելու ոչ թե նյութական, այլ տեղեկատվական աշխատանքի արդյունքի՝ ապրանքի ստեղծումը»: Ըստ Մասուդայի, ի տարբերություն ինդուստրիալ հասարակության, որի բնորոշիչ արժեքը ապրանքների սպառումն է, տեղեկատվական հասարակությունում առաջնային նշանակություն է ձեռք բերում ժամանակի գործոնը: Մասնավորապես, ենթադրվում էր, որ նման հասարակությունում բնակչությունը, ծանրաբեռնված չլինելով տաղտակալի աշխատանքով, բավականաչափ ժամանակ է ունենալու առնչվելու մշակութային արժեքներին և այդպիսով հարստացնելու է իր հոգևոր աշխարհը: Ավելին, «տեղեկատվական հասարակության» հայեցակարգի հիմնադիր հայրերը համոզված էին, որ նման հասարակությունում չեն լինելու դասակարգեր և հակասություններ, տիրելու է համերաշխություն, իսկ պետական մարմինները պետք է լինեն սակավաթիվ և ունենան խիստ փոքր աշխատակազմ, ինչը փոքր-ինչ անիրատեսական է հնչում: Միևնույն ժամանակ, նման մոտեցումները բնորոշ են նաև արդի հետազոտողներին: Օրինակ, որոշ եվրոպական հետազոտողներ կարծում են, թե ներկայիս սոցիալական ցանցերի հիման վրա ապագայում ձևավորվելու է այսպես կոչված ինտելեկտուալ *net*-վերնախավ, որն էլ իրականում պետք է ղեկավարի գլոբալ հանրությանը:

«Տեղեկատվական հասարակության» հայեցակարգի ստեղծմանը գրեթե զուգահեռ՝ XX դարի 70-ական թվականներին գիտական գրականությունում շրջանառության մեջ մտավ նաև «հետինդուստրիալիզմի» կոնցեպտը, որի հիմնադրույթները համահունչ էին Հայաշիի և Մասուդայի գաղափարներին: Ավելին, այդ երկու մոտեցումներն ակտիվորեն փոխազդվում էին միմյանցից. այլ խոսքով՝ այդ տեսությունների միջև ընթանում էր այսպես կոչված կոնվերգենցիա: Հետինդուստրիալիզմի հայեցակարգի հեղինակ է համարվում ամերիկյան սոցիոլոգ Դանիել Բելը, որը 1973թ. հրատարակեց իր «Հետինդուստրիալ հասարակության գալիքը. սոցիալական կանխագուշակման փորձ» աշխատությունը, որում ներկայացված էին նման հասարակության հատկանիշները և դրանց զարգացման հեռանկարները:

Դ.Բելը, մարդկային հասարակության պատմությունը բաժանելով երեք մասի՝ ագրարային, ինդուստրիալ և հետինդուստրիալ, մեկնաբանում էր ինդուստրիալ հասարակությունը որպես մի հասարակություն, որը կազմակերպվում է ապրանքարտադրության և արտադրամիջոցների շուրջ: Դ.Բելը շեշտում է, որ ինդուստրիալ հասարակությունն ընդգրկում է երկրներ, որոնք կարող են ունենալ տարբեր անցյալ ու ներկա և անգամ հակադիր քաղաքական համակարգեր: Սակայն, անկախ նշված հանգամանքներից, առաջնայինը հասարակության ինդուստրիալ բնույթն է, որը կանխորոշում է նրա սոցիալական կառուցվածքը, ներառյալ՝ սոցիալական շերտերը:

Իր հերթին, սոցիալական կառուցվածքը, ըստ Բելի, առաջնային գործոն է, որը «վերլուծաբանորեն տարանջատվում է» հասարակության քաղաքական ու մշակութային չափումներից և հարթություններից: Համաձայն Բելի, XX դարի կեսերին սոցիալական կառուցվածքում տեղի ունեցող փոփոխությունները վկայում են այն մասին, որ ինդուստրիալ հասարակությունն էվոլյուցիոն կարգով ձգտում է հետինդուստրիալի, որն էլ պետք է դառնա որոշիչ սոցիալական ձև XXI դարի համար, առաջին հերթին ԱՄՆ-ում, Ճապոնիայում, Ռուսաստանում (Բելը նկատի ուներ ԽՍՀՄ-ը) և Արևմտյան Եվրոպայում:

Հետինդուստրիալ փուլին բնորոշ է անցումն ապրանքարտադրությունից ծառայությունների արտադրության, այդ ծառայություններն առաջին հերթին կապված են առողջապահության, կրթության, գիտական հետազոտությունների և կառավարման հետ: Հետինդուստրիալ հասարակության այդ բնութագիրն իր հերթին սերտորեն առնչվում է մասնագիտությունների բաշխման հետ, քանի որ նման հասարակությունում տեղի է ունենում մտավորականության, պրոֆեսիոնալների և «ինժեներատեխնիկական խավի» քանակական ու որակական աճ: Զուգահեռ կարևորվում է նաև առկա գիտելիքների բնույթը:

Եթե ինդուստրիալ հասարակությունում մարդիկ կազմակերպվում և համախմբվում են ապրանքներ արտադրելու համար, ապա հետինդուստրիալ հասարակությունում առանցքային նշանակություն են ձեռք բերում գիտելիքները: Ըստ Բելի, գիտելիքներն անհրաժեշտ են ցանկացած հասարակությանը, սակայն հետինդուստրիալ հասարակության բնորոշ գիծը հենց

գիտելիքների բնույթն է, և այդ համատեքստում շեշտվում է, որ որոշումների ընդունման և փոփոխությունների ուղղորդման համար որոշիչ են դառնում հատկապես տեսական գիտելիքները: Նման մոտեցումը ենթադրում է տեսության և տեսական գիտելիքների առաջնությունը փորձից ստացած, այլ խոսքով՝ էմպիրիկ գիտելիքների հանդեպ: Այս հանգամանքը հատկապես կարևորվում է գիտելիքահեն հասարակություններում, որոնցում զարգացումն ուղղակի անհնար է պատկերացնել առանց կանխատեսումներ կատարելու, ապագայի հնարավոր սցենարներ մշակելու և սպասվող գործընթացները նախապես պլանավորելու: Ի թիվս այլ հանգամանքների, ապագայի կանխատեսումը հետինդուստրիալ հասարակությունում անհրաժեշտ է նաև տեխնոլոգիաների զարգացման վրա վերահսկողություն սահմանելու նպատակով (ինչը ներկայում ակտուալ հիմնախնդիր է հատկապես միջուկային և կենսաբանական տեխնոլոգիաների պարագայում): Այդ ամենի համատեքստում խիստ կարևորվում է նաև կանխատեսման մեթոդների և մոդելների ստեղծումը:

Տեսական գիտելիքների փոխակերպումը նորարարությունների և տեխնոլոգիաների հնարավոր է արդյունաբերության գիտատար այնպիսի ճյուղերի միջոցով, ինչպիսիք են ծանր և քիմիական արդյունաբերությունը, համակարգչային տեխնիկան (արդի եզրաբանությամբ՝ ինֆորմացիոն տեխնոլոգիաները), էլեկտրոնիկան և այլն: Ժամանակին Բելի վրա մեծ տպավորություն էր գործել անգլիացի ականավոր տնտեսագետ Ջոն Մեյնարդ Քեյնսի այն տեսակետը, համաձայն որի՝ անհրաժեշտ է, որպեսզի կառավարությունը, հատկապես ճգնաժամային իրավիճակներում, ակտիվ մասնակցություն ունենա տնտեսական հիմնախնդիրների լուծման գործին: Նկատենք, որ այդ մոտեցումը սկզբունքորեն հակասում էր ազատական ուղղվածություն ունեցող և շուկայի դերը բացարձակացնող տնտեսագետների հայացքներին: Մինչդեռ Քեյնսի մոտեցումների հիմնավորված լինելու վկայությունն են այն գործնական քայլերը և դրանց արդյունքները, որոնք XX դարի երեսնական թվականներին իրագործեց ԱՄՆ նախագահ Ֆրանկլին Ռուզվելտը ամերիկյան տնտեսությունը դեպրեսիայից դուրս բերելու նպատակով: Այդ և նմանատիպ այլ գործառույթները, համաձայն Բելի, ապացուցում են այն թեզը, համաձայն որի՝ տեսական տնտեսագիտական հայեցակարգերը կարող են

որոշիչ դեր կատարել պետական կառավարման մեջ և երկրի տնտեսական գործընթացներում:

Բնագիտական և հասարակագիտական գիտությունների, տեխնիկայի և տնտեսության բնագավառների միավորումը հնարավոր է գիտահետազոտական աշխատանքների *(ԳՀԱ)* և, որպես կանոն, դրանց հաջորդող կամ զուգահեռաբար կատարվող փորձարարա-կոնստրուկտորական աշխատանքների *(ԳՀՓԿԱ)* իրականացման պարագայում (վերջինս նախապատրաստում է ստացված գիտական արդյունքի տեխնոլոգիական-արտադրական ներդրումը)[12]: Վերջիններս, Բելի կարծիքով, պետք է ավելի և ավելի կարևոր դեր խաղան ապագային միտված հասարակություններում: Հետինդուստրիալ հասարակությունում տնտեսության զարգացմանը վերաբերող հիմնական որոշումները պետք է ընդունի կառավարությունը, սակայն դրանք պետք է հիմնվեն պետության կողմից հովանավորվող գիտական հետազոտությունների, մշակումների և վերլուծությունների վրա:

Եվ վերջապես, Բելը համարում էր, որ հետինդուստրիալ հասարակության հիմնական բնութագրիչներից են նոր ծնված ինտելեկտուալ տեխնոլոգիաները, որոնք օգտագործվում են որոշումներ ընդունելիս: Ինտելեկտուալ տեխնոլոգիաները ենթադրում են օգտագործել ալգորիթմներ[13] (այլ խոսքով՝ հրահանգների համախմբեր, որոնք նկարագրում են կատարողի համար գործողությունների այն շարքը, որի միջոցով ստացվում է պահանջվող արդյունքը) ինտուիտիվ դատողությունների փոխարեն: Այդ ալգորիթմները կարող են գործածվել համակարգչային ծրագրերի կամ հրահանգների տեսքով, որոնք հիմնված են որոշակի մաթեմատիկական բանաձևերի վրա:

Միևնույն ժամանակ, Բելը, փոքր-ինչ ավելի իրատես անձնավորություն լինելով, քան Հայաշին և Մասուդան, գտնում է, որ գործնականում անհնար է հասնել նման նպատակների, և դրանք ուտոպիստական են, քանի որ մարդն էությամբ իռացիոնալ է և

---

[12] *ԳՀԱ* և *ՓԿԱ* հապավումները համապատասխանում են *НИР* (*научно-исследовательские работы*) և *НИОКР* (*научно-исследовательские опытно-конструкторские работы*) լայնորեն կիրառվող եզրերին:

[13] Այս բառը ծագել է IX դարի արաբ մաթեմատիկոս, թվաբանական չորս գործողությունների կանոնները ձևակերպած Ալ-Խորեզմիի լատինականացված անունից (*algorithmi*):

դիմադրում է ռացիոնալին: Սակայն մարդկության առաջխաղացումն այդ ուղղությամբ հնարավոր է, քանի որ, այնուամենայնիվ, մարդուն ռացիոնալիզմի գաղափարը նույնպես խորթ չէ: Եթե ինտելեկտուալ տեխնոլոգիաներում «վարպետի» դերը կատարում է որոշումների ընդունման տեսությունը, ապա «գործիքի» դերը կատարում է համակարգիչը: Առանց համակարգչի օգտագործման նոր մաթեմատիկական մեթոդների կիրառումն անհնար է: Հենց համակարգիչներն են, որ թույլ են տալիս կատարել զգալի քանակությամբ գործողություններ, ինչը հնարավոր է դարձնում ինտելեկտուալ տեխնոլոգիաների զարգացումը:

Նշենք, որ Բելի վերոնշյալ թեզերից շատերն իրագործվել են տեխնոլոգիական առումով զարգացած երկրներում: Մասնավորապես, Միացյալ Նահանգներում ներքին և արտաքին քաղաքական, տնտեսական որոշումները ներկայում զգալի չափով ընդունվում են փորձագիտական եզրակացությունների հիման վրա: Իրենց հերթին, այդ եզրակացությունները մշակվում են այսպես կոչված «ուղեղային կենտրոններում»[14] (դրանց թիվն ԱՄՆ-ում կազմում է մոտ 2000), որոնք զգալի ազդեցություն ունեն ոչ միայն սեփական կառավարությունների, այլև հասարակական կարծիքի վրա: Նկատենք նաև, որ ներկայում առաջատար երկրներում կիրառվում են կանխատեսման տասնյակ մեթոդներ, որոնք կարևորագույն գործնական նշանակություն ունեն ռազմաքաղաքական, տնտեսական, հասարակական և այլ ոլորտներում ընթացող զարգացումների պլանավորման համար: Դրանցից շատերը մշակվել են վերոհիշյալ *ՈւԿ*-ներում, եղած մեթոդների կատարելագործման ու նորերի ստեղծման ուղղությամբ աշխատանքները ներկայում էլ ընթանում են մեծ թափով: Կանխատեսումների այն մեթոդները, որոնք հենված են փորձագետների հարցումների վրա, ենթադրում են տարբեր ոլորտների մեծաթիվ

[14] Ուղեղային կենտրոններ *(ՈւԿ)* են կոչվում այն կազմակերպությունները, որոնք, որպես կանոն, կատարում են կիրառական նշանակություն ունեցող հետազոտություններ հիմնականում հումանիտար ոլորտում՝ քաղաքականություն, տնտեսություն, սոցիոլոգիա և այլն, ինչպես նաև մշակում ու իրագործում են կրթական ծրագրեր և զանազան բնույթի նախագծեր: Համարվում է, որ ՈւԿ-ները կապող օղակ են հիմնարար գիտության և «որոշումներ ընդունող» ռազմաքաղաքական և տնտեսական ընտրանու միջև: Բացի *ՈւԿ* բառակապակցությունից, գրականությունում օգտագործվում են նաև «մտքի ֆաբրիկա», «ազգային շահ արտադրող», «մտքի շտեմարան» կամ «*think-tank*» արտահայտությունները:

մասնագետների առկայություն, ինչը հնարավոր է միայն գիտելիքահեն տեղեկատվական հասարակություններում: Օրինակ, Հարավային Կորեայում գիտատեխնոլոգիական զարգացման հեռանկարները պարզելու ուղղությամբ պարբերաբար իրականացվում են հետազոտություններ, որոնց մասնակցում է տարբեր բնագավառների ավելի քան 10 հազար մասնագետ (կիրառվում է այսպես կոչված «Ֆորսայթ»[15] մեթոդը):

Ժամանակի ընթացքում Դ.Բելը զարգացնում է իր մտահղացումները և առաջ է քաշում հետինդուստրիալ և տեղեկատվական հասկացությունների փոխազդեցության՝ կոնվերգենցիայի գաղափարը: 1980թ. հրատարակված «Տեղեկատվական հասարակության սոցիալական սահմանները» մենագրությունում նա գրում է, որ «տեղեկատվական հասարակություն» արտահայտությունը հետինդուստրիալ հասարակության նոր անվանումն է, որը շեշտում է ոչ թե հասարակության զարգացման հերթականությունը՝ հետինդուստրիալ և հետո նոր տեղեկատվական, այլ ընդգծում է հետինդուստրիալ հասարակության հիմնական սոցիալական կառուցվածքը՝ տեղեկատվությունը: Ի տարբերություն նախկին մոտեցումների՝ այս աշխատությունում Դ.Բելը համակարգչայնացումը դիտարկում է կապի և հաղորդակցման միջոցների հետ փոխազդեցության մեջ: Այդ աշխատությունում Դ.Բելը գիտելիքները և տեղեկատվությունը համարում էր ոչ միայն հետինդուստրիալ հասարակության զարգացման և փոխակերպման անհրաժեշտ տարր, այլ նաև նման հասարակության ռազմավարական ռեսուրս:

Տեղեկատվական հասարակության գաղափարախոսության շրջանակներում ի հայտ եկան նաև այն հիմնախնդիրները, որոնք այսօր հասարակության համար առանձնակի հրատապ են և վերաբերում են տեղեկատվության ու նրա հաղորդման, մշակման և պահպանման տեխնիկական միջոցներին: Բելի աշխատություններում, օրինակ, կարևորվում են պետության այն օրենսդրական նախաձեռնությունները, որոնք երաշխավորում են ազատորեն օգտվել տեղեկատվական շտեմարաններից: Միևնույն ժամանակ, անթույլատրելի են համարվում քաղաքական և ոստիկանական այն հետապնդումներն անձի նկատմամբ, որոնցում կիրառվում է տեղեկատվական տեխնիկան, նկատի ունե-

[15] Ֆորսայթ (անգլերեն՝ *foresight*) – կանխատեսում:

նալով, մասնավորապես, գաղտնալսումները պետական (և ոչ միայն պետական) հատուկ ծառայությունների կողմից: Բելի գաղափարների մեկ այլ համախոհ՝ ֆրանսիացի սոցիոլոգ Ժ.Էլյուլը ենթադրում էր, որ կենտրոնացված բյուրոկրատական պետությունը պետք է վերանա, քանի որ տեղեկատվական հասարակությունը պետք է իրագործի սոցիալիստական, անարխիստական և պացիֆիստական գաղափարները: Սակայն պետք է փաստել, որ արդի քաղաքական և հասարակական զարգացումներն ընթանում են միանգամայն այլ ուղղությամբ. գաղտնալսումները և տեղեկատվական մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաների կիրառումն ընդունել են զանգվածային բնույթ, ինչն այդ երևույթները հետազոտող փորձագետներին թույլ է տալիս որոշ երկրներում ձևավորված իրողությունները որակել «տեղեկատվական տոտալիտարիզմ»:

Ուշագրավ է նաև այն, որ եթե Բելը տեղեկատվական հասարակությունում տարանջատում է սոցիալական կառուցվածքը քաղաքական և մշակութային համակարգերից, ապա ամերիկյան հայտնի քաղաքական գործիչ Զբիգնև Բժեզինսկին իր «Տեխնոտրոն դարաշրջան»[16] աշխատությունում նոր տեխնոլոգիական դարաշրջանի գալուստը համարում է լրացուցիչ հնարավորություն՝ կազմալուծելու ԱՄՆ հակառակորդներին, մասնավորապես Խորհրդային Միությանը՝ համապատասխան քաղաքականություն վարելու պարագայում:

«Տեխնոտրոն դարաշրջանում», ինչպես կանխանշել էր ամերիկացի քաղաքագետը, իրոք հնարավոր դարձավ նոր տեղեկատվական տեխնոլոգիաներն ի սպաս դնել քաղաքական խնդիրներ լուծելու գործին: Նման բնույթի գործընթացները, որպես կանոն, բավական ծանր հետևանքներ էին ունենում ներազդվող կողմի համար, և դրա օրինակ կարող է հանդիսանալ ԽՍՀՄ տրոհումը:

[16] *Зб. Бжезинский*, Технотронная эра, 1969 г., http://management-club.com/chto-chitaem/z-bzhezinskij-tehnotronnaya-era-mezhdu-dvumya-vekami-rol-ameriki-v-eru-tehnotroniki/kniga-tehnotronnaya-era.html

1.6 «Դեինդուստրիալիզացված» հասարակություններ

Բժեզինսկու վերոնշյալ առաջարկներն ամերիկացիները հետագայում կարողացան լավագույն ձևով իրականացնել, և որպես նման ռազմավարության խոշոր հաղթանակ կարելի է համարել ԽՍՀՄ փլուզումը: Այդ խնդիրը լուծելիս, ի թիվս այլ միջոցների, լայնորեն կիրառվեցին նաև տեղեկատվական ազդեցության մեթոդները: Ուշադրության արժանի է նաև այն փաստը, որ ԽՍՀՄ տրոհումը գրեթե բոլոր հետխորհրդային հանրապետություններում (բացառությամբ, թերևս, Բելառուսի) հանգեցրեց գիտատեխնոլոգիական ենթակառուցվածքների փլուզմանը: Օրինակ, Հայաստանում, որն առաջատար դիրքեր էր գրավում գիտության և տեխնիկայի մի շարք բնագավառներում, փակվեցին հարյուրավոր գործարաններ, կոնստրուկտորական բյուրոներ և տարաբնույթ հետազոտական կառույցներ: Ռուսաստանում փակված հետազոտական կազմակերպությունների թիվը կազմում է շուրջ 6 հազար, իսկ իրենց հայրենիքը լքած առաջատար գիտաշխատողների և տեխնոլոգների թիվը, համաձայն փորձագիտական գնահատականների, անցնում է մի քանի հարյուր հազարից[17]: «Ուղեղների արտահոսքը» զգալի չափեր է ընդունել նաև Հայաստանում:

Նկատենք, որ ԽՍՀՄ-ում տնտեսությունը պլանային բնույթ էր կրում: Ընդունվում էին հնգամյա պլաններ, որոնք մշակում էին միութենական և հանրապետական նախարարությունները՝ Պետպլանները: Տնտեսության նման կառավարումն ինչ-որ չափով համահունչ էր Դանիել Բելի թեզերին: Սակայն այդ պլանավորված տնտեսությունը հենվում էր բացարձակացված գաղափարախոսական սկզբունքների վրա: Այդ մոտեցումը, թերևս, նպատակահարմար էր հասարակության մոբիլիզացիա պահանջող հետհեղափոխական և պատերազմական-հետպատերազմական ծանր իրավիճակներում: Սակայն տնտեսության նման կազմակերպումը խիստ անարդյունավետ էր խաղաղ պայմաններում, և այդ հանգամանքը ԽՍՀՄ փլուզման պատճառներից մեկը դարձավ:

---

[17] Համաձայն ԶԼՄ-ում հայտնված բազմաթիվ հրապարակումների՝ համարվում է, որ այսօր ԱՄՆ-ում և այլ առաջատար երկրների գիտատեխնոլոգիական առաջընթացում նկատելի ներդրում ունեն «խորհրդային» հետազոտողները և տեխնոլոգները:

Միևնույն ժամանակ, հետխորհրդային շրջանում ստեղծված վուլգար ազատականության պայմաններում պլանավորման մշակույթը համարվեց «սոցիալիզմի ատավիզմ» և մոռացության մատնվեց, ինչն էլ ծանր հետևանքներ ունեցավ տնտեսությունում և գիտակրթական, տեխնոլոգիական ոլորտում:

Վերոնշյալի համատեքստում հետխորհրդային հանրապետությունների մի զգալի մասը կարելի է բնութագրել որպես «դեինդուստրիալիզացված»: Այստեղ պետք է հատուկ շեշտել, որ հետխորհրդային իրողություններում այդ եզրն օգտագործվում է ոչ այն համատեքստում, երբ բնութագրվում է զարգացած երկրների տնտեսությունում ծանր արդյունաբերության մասնաբաժնի նվազման երևույթն ի հաշիվ տեղեկատվական բաղադրիչ ունեցող ճյուղերի զարգացման:

Միևնույն ժամանակ, ԽՍՀՄ պարագայում պետք է հաշվի առնել, որ խորհրդային հասարակությունն իրոք «գիտելիքներ արտադրող» էր և չափանիշով ընդհուպ մոտեցել էր «տեղեկատվական հասարակություններին»: Սակայն այդ տերությունում տեղեկատվության աղբյուրները գտնվում էին վարչական և գաղափարախոսական վերահսկողության տակ: Այսինքն՝ ԽՍՀՄ քաղաքացիների գերակշռող մասը բավականաչափ իրազեկված չէր ինչպես իրենց, այնպես էլ այլ հասարակական համակարգ ունեցող երկրների և հասարակությունների վերաբերյալ:

Հակասություններն առկա են նաև այսօր ազատականության ուղին ընտրած հանրություններում, որտեղ տեղեկատվության տարածման և հասանելիության առումով սահմանափակումներ կարծես թե չկան: Սակայն գերակայող դիրք գրաված տեղեկատվության աղբյուրները՝ տարաբնույթ խոշոր ԶԼՄ միավորումները, իրենց լսարանին տրամադրում են խիստ որոշակի ուղղվածության տեղեկատվություն, որը նույնպես, ինչպես խորհրդային շրջանում, չի նպաստում իրականությանը համապատասխանող պատկերացումներ կազմել և՛ սեփական, և՛ այլոց հասարակությունների վերաբերյալ: Հատկանշականն այն է, որ արդի ժամանակաշրջանում տեղեկատվական հաղորդակցման նոր միջոցները՝ Ինտերնետ, սոցիալական ցանցեր և այլն, գրեթե համատարած տարածում են գտել նաև ոչ բարձր տեխնոլոգիական մակարդակ ունցող երկրներում: Սակայն նման հասարա-

կությունները հնարավոր է՝ բավական «*տեղեկացված*» լինեն, բայց ոչ «*տեղեկատվական*», քանի որ վերջինի գլխավոր հատկանիշը նոր տեղեկատվության և գիտելիքների արտադրությունն է:

Վերոնշյալ իրողությունները հրատապ են հետխորհրդային հասարակությունների համար: Օրինակ, հաղորդակցման նոր միջոցների՝ համացանցի և սոցիալական ցանցերի ընձեռած հնարավորություններից լայնորեն օգտվող հայկական հասարակությունը բավական տեղեկացված է և այդ չափանիշներով առաջնային դիրքեր է գրավում համապատասխան վարկանիշային ցուցակներում: Սակայն նոր տեղեկատվության և գիտելիքների «արտադրության» նվազումը թույլ չի տալիս մեր հասարակությունն այսօր անվանել «*տեղեկատվական*», և այն իր բնութագրով համապատասխանում է «*դեինդուստրիալիզացված*» հասարակությանը:

Հետինդուստրիալ տեղեկատվական հասարակության գաղափարախոսությունն ունեցել է և ունի բազմաթիվ կողմնակիցներ ու ընդդիմախոսներ: Մասնավորապես, քննադատական սոցիոլոգիայի ներկայացուցիչները գտնում են, որ Դ.Բելի հայեցակարգի հիմնական թերությունն այն է, որ չնայած այն ձգտում է սահմանափակել հետինդուստրիալ հասարակության բնագավառը միայն սոցիալ-տնտեսական կառուցվածքի մակարդակով, սակայն, այնուամենայնիվ, տեղադրում է մեկ՝ հետինդուստրիալ հասարակություն սահմանման մեջ բոլոր՝ տնտեսական, քաղաքական և մշակութային գործոնները: Դրա հետևանքով նոր երևույթների սահմանումները դառնում են սահմանումներ ողջ հասարակության համար: Ըստ Մ.Պոստերի, Բելի այն թեզը, թե գիտելիքը անկախ փոփոխական է հետինդուստրիալ հասարակությունում, և դրանով են պայմանավորվում մնացած փոփոխականները (ինչպիսիք են աշխատանքը և կապիտալը), ընդամենը հիպոթեզ է, ոչ ավելին, մինչդեռ Բելը այն ներկայացնում է որպես հետևություն:

Սակայն պետք է նշել, որ Դանիել Բելի անգամ ամենակոշտ ընդդիմախոսները կասկածի տակ չէին առնում տեղեկատվական գործոնի դերն ու կարևորությունը հասարակական կյանքում: Ավելին, արդի հակամարտություններում հաճախ հաղթանակ է համարվում ոչ թե, օրինակ, հակառակորդի տարածքի գրավումը, այլ մրցակից երկրի հասարակության գիտելիքային և տեխնոլոգիական ներուժի ոչնչացումը, ինչը հնարավոր է իրագործել

այսպես կոչված «հիբրիդային պատերազմների»[18] միջոցով, որոնցում կարևորագույն նշանակություն ունեն տեղեկատվական ու հոգեբանական պատերազմները: Մտավոր ներուժը կորցրած հասարակությունները, որպես կանոն, զրկվում են նաև արդյունավետ դիմադրելու իրենց կարողություններից, իսկ այդպիսի հասարակություն ունեցող երկրներին անհամեմատ ավելի դյուրին է կառավարել:

***

Այս գլխում ներկայացված տեղեկատվական հեղափոխություններին և հասարակությունների զարգացմանը զուգահեռ՝ մարդկության պատմությունը մշտապես ուղեկցվել է տարաբնույթ հակամարտություններով, որոնցում տեղեկատվական գործոնը կարևորագույն դերակատարում է ունեցել: Պատմական անցյալում իրագործված տեղեկատվական գործողությունները և մեթոդներն առայսօր չեն կորցրել իրենց ակտուալությունը, դրանց ձևափոխված տարբերակները հաճախ կիրառվում են նաև արդի դարաշրջանում: Այլ խոսքերով՝ անցյալի փորձի դիտարկումը ոչ միայն լայնացնում է տեղեկատվական ոլորտն ուսումնասիրողների մտահորիզոնը, այլև կարևոր է արդիական տեղեկատվական զարգացումներն ադեկվատ ընկալելու տեսանկյունից:

Հաջորդ գլխում համառոտ կվերլուծվեն անցյալում կիրառված տեղեկատվական գործողությունները և հայեցակարգային դրույթները, ինչպես նաև տեղեկատվական քաղաքականության իրականացման մեթոդները տարբեր ժամանակաշրջաններում:

[18] Հիբրիդային պատերազմները այն պատերազմներն են, որոնցում ռազմավարական նպատակներին հասնելու համար որպես մի միասնություն կիրառվում են քաղաքական-դիվանագիտական, տեղեկատվա-հոգեբանական, տնտեսական, ուժային-ռազմական և ընդհանրապես բոլոր հնարավոր մեթոդները:

Օգտագործված գրականություն

1. *Հարությունյան Գ.Ա,* ՀՀ տեղեկատվական համակարգի հիմնախնդիրները ազգային անվտանգության համատեքստում, Երևան, «Նորավանք» ԳԿՀ, 2003:
2. *Арутюнян Г.,* Распад «системы» и формирование будущего, Ереван, НОФ «Нораванк», 2011.
3. *Берд А., Зондерквист Я.,* Netokratia. Новая правящая элита и жизнь после капитализма, Стокгольмская школа экономики, СПб, 2005.
4. *Диксон П.,* Фабрики мысли, М., АСТ, 2004
5. *Bell D.,* The Coming of Post-industrizl Society. A Venture in Social Forcasting, N.Y., Basic Books, Inc., 1973), Белл Д., Грядущее постиндустриальное общество, М., 1999.
6. *Белл Д.,* Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе, М., 1986.
7. *Кастельс М.*, Информационная эпоха: экономика, общество, культура, М., 2000.
8. *Тоффлер Э.,* Будущее труда, М., 1986.
9. *Poster M.,* The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge: Polity Press, 1990.
10. *Տերտերով Գ., «Տեղեկատվական և դեինդուստրիալիզացված հասարակություններ» , «21-րդ ԴԱՐ»,* # 4 (68), Երևան, 2016:
11. *Швейцер П.,* «Победа»: Роль тайной стратегии администрации США в распаде Советского Союза и социалистического лагеря, http://sheba.spb.ru/lib/shveicer-pobeda.htm

ԳԼՈՒԽ 2

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆ ԱՆՑՅԱԼՈՒՄ

Ռազմական ոլորտի փորձագետների գնահատականներով, մարդկությունն իր պատմության ընթացքում վարել է մոտ 15 հազար մեծ և փոքր պատերազմներ (միայն 2000–2010թթ. տեղի է ունեցել ավելի քան 150 հակամարտություն) և ընդամենը 300 տարի է ապրել լիակատար խաղաղության պայմաններում: Տեղեկատվա-հոգեբանական գործոնը, բնականաբար, այս կամ այն չափով դերակատարում է ունեցել գրեթե բոլոր պատերազմներում ու քաղաքական զարգացումներում, և այդ գործոնի նշանակությունը, տեղեկատվական հեղափոխություններին զուգընթաց՝ մշտապես աճել է: Արդի ժամանակաշրջանում տեղեկատվական գործոնը, հանդիսանալով այսպես կոչված «փափուկ ուժի» և «հիբրիդային պատերազմների» կարևորագույն բաղադրամասը, վճռորոշ դերակատարում է ձեռք բերել աշխարհաքաղաքական, աշխարհատնտեսական ու հասարակական գործընթացներում: Հենց այս հանգամանքներով է պայմանավորված այն իրողությունը, որ XX դարի վերջին քառորդում մշակվեցին տեղեկատվական անվտանգության, քաղաքականության ու պատերազմների տեսական և գործնական հայեցակարգերը, որոնք կլուսաբանվեն հաջորդ գլխում:

Միևնույն ժամանակ, արդի տեսությունները ձևավորվել են անցյալում իրագործված տեղեկատվական գործողությունների համալիր վերլուծության և դրանց արդյունքների ընդհանրացման հիման վրա: Հավելենք, որ անցյալում իրագործված տեղեկատվական գործողություններում կիրառված մեթոդներից շատերն առայսօր չեն կորցրել իրենց հրատապությունը և այս կամ այն ձևափոխությամբ կիրառվում են արդի ժամանակաշրջանում նույնպես: Հայտնի է նաև, որ ցանկացած կենսագործունեության ոլորտի վերաբերյալ պատկերացումները բավական թյուր կլինեին, եթե ժամանակակիցները չվերլուծեին պատմական նախադեպերը և դասեր չքաղեին դրանցից: Պատահական չէ, որ «ժամանակների միջև կապի պահպանումը» տեղեկատվական

անվտանգության կարևորագույն խնդիրներից է, և այս թեմային դեռ կանդրադառնանք:

Վերոնշյալի համատեքստում այս գլխում խիստ համառոտ կներկայացվեն անցյալում կատարված ուշագրավ տեղեկատվական գործողությունները և որոշ հասարակարգերին բնորոշ՝ տեղեկատվական քաղաքականության հետ կապված զարգացումները:

2.1 «Տրոյական ձի» գործողությունը

Որպես հեռավոր պատմական անցյալում իրականացված տեղեկատվական գործողության դասական օրինակ հաճախ հիշատակվում է Տրոյայի գրավման՝ Ոդիսևսի մշակած և իրագործած պլանը (մ.թ.ա. XII դար): Սակայն այդ իրադարձությունը դիտարկվում է որպես հակառակորդին ապատեղեկացնելու գործողություն, ո՛չ ավելին: Մինչդեռ ավելի հանգամանալի վերլուծությունը թույլ է տալիս բացահայտել մտահղացման խորությունն ու հույների ռազմավարական մտածողության բարձր մակարդակն այն հեռավոր ժամանակներում:

Ինչպես նկարագրում է Հոմերոսն (մ.թ.ա. VIII դար) իր հանճարեղ «Իլիական» էպիկական պոեմում, հույները մոտ տասը տարի պաշարել էին Տրոյան, բայց քաղաքը գրավել չէր հաջողվում: Նրանց ջանքերը, թերևս, այդպես էլ ապարդյուն կմնային, եթե Ոդիսևսը չառաջարկեր մի փայլուն գաղափար: Ըստ նրա մտահղացման՝ հույները մի հսկայական փայտե ձի պատրաստեցին (մեզ բոլորիս հայտնի «տրոյական ձին»), որի մեջ տեղավորեցին հույն զինվորների ընտրյալ մի ջոկատ: Հետո աքեացիների[1] զորքը հավաքեց վրանները, բեռնեց նավերն ու թողեց ծովափը, բայց ուղևորվեց ոչ թե դեպի Հունաստան, այլ Տրոյային մոտ կղզիներից մեկը՝ ափին թողնելով «փայտե ձին»:

Պարզամիտ տրոյացիները, ուրախանալով հույների «փախուստով», սկսեցին հետաքրքրությամբ ուսումնասիրել փայտե նժույգը՝ չհասկանալով դրա իմաստն ու նպատակը: Այսինքն՝ Ոդիսևսի ապատեղեկատվական գործողության մեջ կարևոր տեղ էր զբաղեցնում *հոգեբանական ներգործության* հայտնի էֆեկտը, երբ

[1] Աքեացիներ էին անվանում հունական ամենահին ցեղերից մեկին, և Հոմերոսն ընդհանրական առումով հաճախ հենց այդպես էր կոչում հույներին:

Նկ. 2.1

Հոմերոսի «Իլիական» պոեմի մագաղաթե ամենահին ձեռագիրը, X դար:

այս կամ այն երևույթը չհասկանալը, որպես կանոն, շփոթեցնում, ապակողմնորոշում է մարդկանց և նրանց դրդում չմտածված քայլերի. նման դրսևորումներ մենք տեսնում ենք նաև այսօր[2]: Հենց այդ պահին էլ սկսվում է գործողության երկրորդ փուլը. իր առաջադրանքն է սկսում կատարել Իլիոնում Ոդիսևսի գաղտնի գործակալ Սինոնը: Նա սկսում է «օգնել» տրոյացիներին «հասկանալ» իրավիճակը՝ նրանց համոզելով, որ «տրոյական ձին» Աթենաս աստվածուհու նվերն է, դրա համար էլ պետք է քանդել ամրոցի պատը, «ձին» մտցնել Տրոյա և պահել որպես սրբություն: Բոլոր հատկանիշներից ելնելով՝ Սինոնին պետք է համարել որպես առաջին *«ազդեցության գործակալը»* և *«գործակալ ագիտատորը»* միաժամանակ. չէ՞ որ նրան հաջողվեց իր պերճախոսությամբ ազդել «որոշումների ընդունման» գործընթացի վրա: Ակնհայտ է, որ առանց Սինոնի ջանքերի հունական պլանը հազիվ թե իրականանար: Բայց դա դեռ ամենը չէր:

«Փայտե ձին» Տրոյա մտցնելուն ընդդիմացավ քուրմ Լաոկոոնը՝ հայտարարելով, թե դա հույների հերթական նենգությունն է և քաղաքին մեծ դժբախտություն կբերի: Այլ խոսքով՝ իմաստուն քուրմը, որը նաև կանխատեսման շնորհ ուներ, փորձում էր

[2] «Էֆեկտների վրա հիմնված» արդի ռազմավարության մասին տե՛ս 3-րդ գլխի *3.6* ենթագլխում:

Նկ. 2.2
«Լաոկոոնը և որդիները»,
մարմարե քանդակ, Վատիկան:

պաշտպանել Տրոյայի շահերը և *հակաագիտացիա* վարել Սինոնի դեմ: Գուցե Լաոկոոնի խոսքերն ազդեցություն ունենային, եթե (ըստ Հոմերոսի) այդ պահին ծովից դուրս չգային երկու մեծ օձեր և չխեղդեին քրմին ու նրա որդիներին (մեկ այլ, ավելի դաժան վարկածով՝ օձերը սպանեցին միայն նրա որդիներին, որպեսզի Լաոկոոնը ողջ կյանքում սգար նրանց մահն ու զղջար արածի համար): Կասկած չի հարուցում, որ օձերի հետ կապված պատմությունն առասպելաբանական այլաբանություն է: Իրականում, ամենայն հավանականությամբ, Ոդիսևսը կանխատեսել էր իրադարձությունների նման ընթացքը և, Սինոնի տիպի ազդեցության գործակալներից բացի, Տրոյայում ձևավորել էր նաև «հատուկ գործակալական խումբ», որի խնդիրն էր Սինոնի ընդդիմախոսներին չեզոքացնելը: Նրանք կատարեցին առաջադրանքը և ինչ-որ ձևով վերացրին Լաոկոոնին: Այսպիսով, ակնհայտ երևում է այն ճշմարտությունը, որ եթե երկրի անվտանգության համակարգը թերի է, ապա լավ կազմակերպված «ազդեցության գործակալներին» հաճախ հաջողվում է չեզոքացնել նրանց, ովքեր պաշտպանում են իրենց «ազգային շահերը»: Լաոկոոնի ողբերգական մահը վճռորոշ գործոն է հանդիսանում տրոյացիների համար, որպեսզի վերջիններն ընդունեն Սինոնի առաջարկը. քաղաքի պատերը քանդվում են, և փայտե ձին տեղ է գտնում քաղաքում:

Եթե փոքր-ինչ առաջ անցնենք, ապա կարելի է տեսնել, որ Ոդիսևսի գործողությունը համապատասխանում է արդեն XX դարում ընդունված «տեղեկատվական պատերազմների» բնութագրմանը, համաձայն որոնց՝ նման պատերազմների նպատակներից է նաև այն, որպեսզի հակառակորդն ընդունի տեղեկատվական պատերազմ վարողի համար ձեռնտու որոշումներ: Մեկ այլ սկզբունքային նմանություն ևս. արդի

Նկ. 2.3
Տրոյական ձի:

իրողություններում, ինչպես և Տրոյական պատերազմի դարաշրջանում, հատուկ ծառայությունների գործառույթներում նկատվում է տեղեկատվական-հոգեբանական գործողությունների մասնաբաժնի էական աճ: Բավական է նշել, որ համաձայն փորձագիտական գնահատականների՝ արդի ժամանակաշրջանում ԱՄՆ Կենտրոնական հետախուզական վարչության *(ԿՀՎ)* ֆինանսական միջոցների գերակշիռ մասը ծախսվում է հենց նման նպատակներով:

Մնացածն արդեն, ինչպես ընդունված է ասել, տեխնիկայի գործ էր: Գիշերը զինված հույները դուրս են գալիս «տրոյական ձիուց», վերացնում են իրենց «հաղթանակը» տոնող և, թերևս, այդ պատճառով ոչ այնքան սթափ տրոյացի պահապաններին և նախապես պայմանավորված ազդանշան են տալիս մերձակա կղզում թաքնված հույներին, որոնք և շտապում են Տրոյա: Շարունակությունը հատուկ մեկնաբանությունների կարիք չունի:

Սակայն չի կարելի բացառել նաև այն վարկածը, համաձայն որի՝ «տրոյական ձին» (հատկանշական է, որ այդպես են այսօր կոչվում նաև որոշակի տիպի համակարգչային վիրուսները)

Հոմերոսի ստեղծագործական երևակայության արգասիքը եղած լինի: Եվ իսկապես, իրականում դժվար է պատկերացնել նման հսկայական «նժույգի» կառուցումը, նրա ներսում բազմաթիվ զինված մարտիկների տեղավորումը, այդ «նժույգի» տեղափոխումը Տրոյա և հետագա գործողությունները: Չի կարելի բացառել, որ մեծ պոետն այդ պատմությամբ պարզապես գեղարվեստորեն ներկայացրել է բազմաքայլ, այդ թվում նաև տեղեկատվա-հոգեբանական գործողությունների միջոցով ամրացված քաղաքները գրավելու՝ այն ժամանակ կիրառվող հունական ռազմավարությունը: Թերևս, այդ քաղաքական մշակույթի համատեքստում պետք է դիտարկել Մակեդոնիայի թագավոր Փիլիպոս Մակեդոնացուն (մ.թ.ա. IV դար, որն ավելի հայտնի է որպես Ալեքսանդր Մակեդոնացու հայր) վերագրվող այն ասացվածքը, թե քաղաքը գրավելու համար անհրաժեշտ է ոչ թե զորք ուղարկել, այլ «ոսկով բեռնված ավանակ»՝ նկատի ունենալով, որ քաղաքը կարելի է անհամեմատ ավելի դյուրին գրավել, եթե հնարավոր լինի ոսկով կաշառել նրա պաշտպաններին:

Նմանատիպ գործողությունների վերաբերյալ տեղեկատվության կուտակումը, համակարգումը և վերլուծումն էապես նպաստեցին ռազմարվեստի և դրա հետ զուգակցված տեղեկատվական գործողությունների հետագա զարգացման գործընթացին:

2.2 Ստրատեգեմաներ

Պետք է ամրագրել, որ «Տրոյական ձի» գործողությունը ռազմաքաղաքական նպատակներին հասնելու մտածված պլանի իրագործման դասական օրինակ է: Անտիկ աշխարհում նախապես մշակված նման գործողությունները ստացան «ստրատեգեմա»[3] անվանումը: Որպես կանոն, ստրատեգեմաներում նշանակալի տեղ էր հատկացվում տեղեկատվական բնույթի գործողություններին: Հոմերոսին հաջորդած ժամանակաշրջանում Հունաստանում և Հռոմեական կայսրությունում հայտնի զորավարների (ինչպես յուրային, այնպես էլ թշնամի) իրագործած ստրատեգեմաներին վերաբերող տեղեկատվությունը հետազոտողների կողմից համակարգվում և վերլուծվում էր: Արդյունքում՝

[3] *«Ստրատեգեմա»* (հունարեն «ստրատեգիա» (ռազմավարություն) բառից, որը նշանակում է «զորավարի արվեստ») - ռազմական խորամանկություն, որը մոլորեցնում, շփոթեցնում է հակառակորդին:

ծնվեցին աշխատություններ, որոնցում ներկայացված ռազմավարության հիմունքները առայսօր չեն կորցրել իրենց նշանակությունը և ակտուալությունը։

Հայտնի է, օրինակ, հռոմեացի Սեքստոս Հուլիոս Ֆրոնտինի (մ.թ. I դար) «Ստրատեգեմաներ. ռազմական խորամանկություններ» աշխատությունը, որում նա մանրակրկիտ նկարագրել և մեկնաբանել է իր դարաշրջանի խոշոր զորավարների՝ Հուլիոս Կեսարի, Հանիբալի, Միհրդատի, Թեմիստոկլեսի և այլոց ռազմավարական արվեստը։ Պատահական չէ, որ համաձայն ժամանակակիցների վկայությունների, այդ հեղինակի՝ մեր օրերը չհասած մի աշխատությունում անդրադարձ է կատարվել նաև «ըստ Հոմերոսի կիրառվող մարտավարությանը». այսինքն՝ ամենայն հավանականությամբ, ներկայացվել են Ոդիսևսի մտահղացման տրամաբանությանը ենթարկվող գործողություններ։ Ֆրոնտինի աշխատությունում հատուկ ուշադրություն է դարձվում տեղեկատվական և հոգեբանական համատեքստ ունեցող այն միջոցներին ու հնարքներին, որոնք, մասնավորապես, հնարավորություն են ստեղծում.

- հետախուզել հակառակորդի ուժերը, ուղղակի և անուղղակի ճանապարհներով տեղեկատվություն հայթայթել նրա պլանների մասին,
- հանդարտեցնել բողոքող զինվորներին, ցրել նրանց մտահոգությունները և դժգոհությունները, կասեցնել խուճապային տրամադրությունների առաջացումն ու տարածումը,
- քարոզչության միջոցով բարձրացնել զորքի ռազմական ոգին։

Այս վերջինի առիթով նկատենք, որ անտիկ աշխարհում խիստ կարևորվում էր հռետորական արվեստը, որը համարվում էր ռազմական և քաղաքական բնույթի ագիտացիա վարելու կարևորագույն միջոցներից մեկը։ Հիշենք, որ եթե Սինոնին չհաջողվեր իր պերճախոսությամբ համոզել տրոյացիներին, ապա «փայտե նժույգ» գործողությունը, անշուշտ, կտապալվեր։ Ի դեպ, ինքը՝ Ոդիսևսը, նույնպես փայլուն հռետոր էր, քանի որ, ըստ Հոմերոսի, հույները համաձայնեցին իրագործել Ոդիսևսի գաղափարը միայն վերջինի փայլուն և համոզիչ ճառից հետո։ Ինչպես հայտնի է, այսօր էլ հռետորական արվեստը որոշակի բնույթի տեղեկատվական գործողությունների անբաժանելի մասն է։

Ֆրոնտինն իր աշխատությունում առանձնակի ուշադրություն էր դարձնում սեփական մտադրությունների վերաբերյալ տեղեկատվության կամ, այլ խոսքով՝ ռազմական գաղտնիքի պահպանման խնդրին: Օրինակ, նա նկարագրում է, թե ինչպես մի ծովակալ, որը ցանկանում էր գաղտնի պահել իր նավատորմի հարձակումը Սիցիլիայի վրա, նավապետերին է հանձնում կնքված փաթեթներ, որոնցում զետեղված էր նավարկուղին, և հրամայում է դրանք չբացել, մինչև որ նավերը դուրս չգան նավահանգստից: Սա, թերևս, առաջին գրավոր վկայությունն է այսօր էլ կիրառվող այն ձևի մասին, երբ ուժային կառույցներում արտակարգ իրավիճակների վերաբերյալ հրահանգները պահվում են կնքված ծրարներում, և դրանք կարելի է բացել միայն նախապես որոշված իրադրության պարագայում[4]:

2.3 Սուն Ցզի. տեղեկատվական գործողությունների փիլիսոփայություն

«Ստրատեգիա» և «ստրատեգեմա» եզրերը և հասկացությունները, ինչպես արդեն նշել ենք, հունական ծագում ունեն և լայնորեն կիրառվում էին Հունաստանում և Հռոմեական կայսրությունում: Սակայն Հուլիոս Ֆրոնտինից մի քանի դար առաջ ռազմարվեստի, ռազմական հնարքների և անուղղակի գործողությունների (որոնցում կարևոր դերակատարում ունեն տեղեկատվական գործողությունները) տեսական հիմունքներն ու փիլիսոփայությունը հնարավորինս բազմակողմանիորեն մշակել է չինացի խոշոր մտածող Սուն Ցզին (մ.թ.ա. IV դար, ըստ որոշ աղբյուրների՝ մ.թ.ա. VI դար): Նրա հանրահայտ «Տրակտատ ռազմարվեստի մասին» աշխատությունն առայսօր հենք է հանդիսանում տարաբնույթ տեսական հետազոտություններ կատարելիս, իսկ աշխատությունում ներկայացված հիմնադրույթները լայնորեն օգտագործվում են կիրառական նշանակություն ունեցող մշակումներում: Չինացի փիլիսոփան համարում էր, որ պատերազմել կարելի է միայն այն պարագայում, երբ արդեն սպառվել են հակառակորդին հաղթելու մնացած միջոցները: Իդեալական հաղթանակն, ըստ Սուն Ցզիի, առանց ռազմական գործողություններ կատարելու՝

[4] Արդի ժամանակաշրջանում այս մեթոդը փոխարինվում է համակարգչային հրահանգներով, ինչը, սակայն, ըստ էության, Ֆրոնտինի նկարագրած նախադեպի կատարելագործված տարբերակն է:

մրցակից պետություններին դիվանագիտական մեթոդներով ենթարկեցնելն է: Այդ նպատակով անհրաժեշտ է վարել ակտիվ դիվանագիտություն, քայքայել հակառակորդի դաշինքները և խաթարել նրա ռազմավարությունը (այսօր նման քաղաքականությունը հաճախ բնութագրվում է որպես «փափուկ ուժի» կիրառում):

Պատահական չէ, որ այսօր Սուն Ցզիի աշխատության հիմնադրույթները լայն տարածում են գտել, և հարյուրավոր գիտական հոդվածներում ու հրապարակումներում կարելի է գտնել նրան արվող հղումներ: Նշենք նաև, որ արդի ռազմական և հատուկ ծառայությունների ակադեմիաներում, որպես կանոն, դասավանդվում են Սուն Ցզիի մոտեցումները: Հատկանշական է, որ մեծ չինացու «տրակտատում» որպես հաղթանակի հասնելու առաջնային ու որոշիչ գործոն կարևորվում է զորավարի ունեցած գիտելիքները, և նման մոտեցումը միանգամայն համահունչ է արդի տեղեկատվական ռազմավարության խնդիրներին նվիրված կոնցեպտներին: Մասնավորապես, Սուն Ցզին խիստ կարևորում էր գիտելիքների և մտավոր ռեսուրսների գործոնը, ինչն այսօր համարվում է առաջնային գործոն տեղեկատվական անվտանգության հայեցակարգերում: Այս ամենը թույլ է տալիս չինացի մտածողին համարել տեղեկատվական անվտանգության փիլիսոփայության հիմնադիրը:

Սուն Ցզիի աշխատությունում զետեղված գաղափարները և ասույթները խիստ համառոտ են և ինֆորմատիվ, այդ պատճառով ներկայացնենք դրանցից երկուսը փոքր-ինչ ազատ շարադրանքով.

- Եթե գիտես թշնամուն և գիտես քեզ, ապա կհաղթես հարյուրավոր ճակատամարտերում, եթե գիտես քեզ, բայց չգիտես թշնամուն, ամեն մի հաղթանակին կհաջորդի պարտությունը, եթե չգիտես ոչ քեզ, ոչ թշնամուն, ապա կպարտվես բոլոր ճակատամարտերում:
- Պատերազմը խաբելու ճանապարհ է: Եթե դու ինչ-որ բան կարող ես, հակառակորդին ցույց տուր, թե, իբր, չես կարող; եթե դու ինչ-որ բանից օգտվում ես, նրան ցույց տուր, թե դու, իբր, դրանից չես օգտվում; թեև մոտ ես գտնվում (հակառակորդին), ցույց տուր, թե, իբր, հեռվում ես, թեև հեռու ես եղել, բայց ցույց տուր, թե մոտ ես:

Միևնույն ժամանակ, Սուն Ցզին պատերազմը չարիք էր համարում, որից որքան հնարավոր է պետք է խուսափել: Նա նշում է, որ *«պատերազմը կրակի պես է, մարդիկ, ովքեր զենքը վայր չեն դնի, կզոհվեն իրենց իսկ զենքից»:* Ըստ նրա, պատերազմը պետք է վարել արագ՝ տնտեսական կորուստներից խուսափելու նպատակով, քանի որ *«ոչ մի երկարատև պատերազմ երկրին շահույթ չի բերել. 100 հաղթանակ 100 ճակատամարտում՝ դա պարզապես ծիծաղելի է: Յուրաքանչյուր ոք, ով աչքի էր ընկել թշնամիներին ջախջախելով, հաղթանակն ստանում էր դեռ մինչև այն պահը, երբ թշնամական սպառնալիքն իրական էր դառնում»:*

Ուշագրավ է նաև Սուն Ցզիի այն միտքը, համաձայն որի՝ պատերազմում հարկ է խուսափել կոտորածներից և վայրագություններից, որովհետև դա կարող է դիմադրություն առաջացնել և հակառակորդին հնարավորություն ընձեռել պատերազմը շրջել իր օգտին:

Եթե փորձենք ընդհանրացնել Սուն Ցզիի հայեցակարգը, ապա թշնամու դեմ պայքարում գերադասելի են համարվում անուղղակի, հաճախ՝ զուտ տեղեկատվական գործողությունները, որոնց միջոցով հարկավոր է հասնել *«թշնամու մոտ եղած ամեն լավ բան կործանելուն, նրա նշանավոր ներկայացուցիչներին հանցավոր գործողությունների մեջ ներքաշելուն, հասարակության աչքում նրանց ծաղրուծանակի առարկա դարձնելուն, համագործակցության համար ամենազգվելի անձնավորություններին օգտագործելուն»:* Հատկանշական է, որ Սուն Ցզիի հայեցակարգային հիմնադրույթներից մեկը՝ *«հակառակորդի մեջ խառնաշփոթ և քաոս ստեղծիր, և դու կհաղթես նրան»*, այսօր դրված է ամերիկյան «ուղեղային կենտրոնների» կողմից մշակված այսպես կոչված «երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմների հայեցակարգի հիմքում *(տե՛ս 3-րդ գլխի 3.5 ենթագլուխը):*

Ընդունված է համարել, որ տեսական աշխատություններն ամենաբարձր գնահատվում են այն պարագայում, երբ դրանցում տեղ գտած մտահղացումները կիրառություն են գտնում նաև գործնականում: Այդ տեսանկյունից ուշագրավ է այն հանգամանքը, որ չինական հոգեկերտվածքին և մտածելակերպին համապատասխանող (ինչը կարևոր հանգամանք է) Սուն Ցզիի՝ ի թիվս չինացի այլ փիլիսոփաների, ռազմավարական հայեցակարգն ակտիվորեն կիրառվել և օգտագործվել է Չինաստանի ողջ

պատմության ընթացքում: Անցյալում ստեղծված գիտելիքների նկատմամբ ուշադրությունը, և որ գլխավորն է՝ դրանց պահպանումն ու զարգացումը մեծապես նպաստել են չինական յուրահատուկ, բայց շատ արդյունավետ ազգային անվտանգության համակարգի ձևավորման գործին: Այս համատեքստում, կարելի է համարել, որ Սուն Ցզին ժամանակին կատարել է մի աշխատանք, որն այսօր բնորոշ է «ուղեղային կենտրոններին», որոնց նպատակն է տեսական գիտելիքները կիրառելի դարձնել քաղաքական-ռազմական, հետևաբար՝ նաև տեղեկատվական ոլորտներում:

Վերոնշյալի համատեքստում ուշագրավ է այն փաստը, որ Չինաստանը խիստ հազվադեպ է վարել պատերազմներ իր սահմաններից դուրս, քանի որ ձգտում էր հարևանների հետ ծագած խնդիրները լուծել գլխավորապես դիվանագիտական և տնտեսական միջոցներով: Այս մոտեցումների վառ արտահայտությունն է «Մետաքսի ճանապարհը», որն Արևելյան Ասիան կապում էր Միջերկրածովյան տարածաշրջանի հետ դեռևս վաղ անցյալում: Այդ նախագիծն այսօր վերստին վերածնունդ է ապրում: Նման ռազմավարությունն էապես նպաստում է մարդկային ռեսուրսների պահպանմանը, և այս տեսանկյունից ուսանելի է համեմատել նախկին երկու կայսրությունների՝ Չինաստանի և Մոնղոլիայի (որի քաղաքականությունն ուղղված էր տարածքների գրավմանը) ժողովրդագրական ցուցանիշները: Այսօր էլ Չինաստանն իր քաղաքականությունում կիրառում է Սուն Ցզիի ռազմավարական հիմնադրույթները, ինչն, ի թիվս այլ գործոնների, նպաստում է այդ տերության հզորացմանը:

***

Բոլոր դարաշրջաններում իրականացված տեղեկատվական գործողությունների նպատակներն այս կամ այն չափով նման են միմյանց, սակայն տեխնոլոգիական հեղափոխությունների արդյունքում դրանց իրագործման ձևերը և մեթոդներն էապես կատարելագործվում են: Այդ համատեքստում համառոտ դիտարկենք Նապոլեոն Բոնապարտի գործունեությունը, քանի որ նա կարողացավ հնարավորինս լիարժեք օգտագործել տպագրական միջոցների ընձեռած հնարավորությունները:

2.4 Նապոլեոն Բոնապարտը՝ տեղեկատվական-հոգեբանական գործողությունների վարպետ

«Չորս թերթ կարող է թշնամուն ավելի
մեծ վնաս պատճառել,
քան 100 հազարանոց բանակը»:
Նապոլեոն Բոնապարտ

Գուտենբերգի տեխնոլոգիականացված տպագրության գյուտը, ինչպես արդեն նշել ենք նախորդ գլխում, հեղափոխական նշանակություն ունեցավ մարդկային կենսագործունեության գրեթե բոլոր ոլորտներում: Տպագրված գրքերը և հատկապես տպագիր մամուլն իրենց զարգացման արդեն նախնական փուլում սկսեցին զգալի ազդեցություն գործել քաղաքական ու ռազմական զարգացումների վրա, և այդ ազդեցությունը, ժամանակին զուգ-ընթաց, միայն մեծանում էր: Այդ համատեքստում առանձնակի ուշադրության է արժանի Ֆրանսիայի կայսր Նապոլեոն Բոնա-պարտի (1769–1821թթ.) գործունեությունը: Ոչ միայն փայլուն զորավար, այլև բազմակողմանի զարգացած և տաղանդավոր անձնավորություն լինելով՝ նա մեծ ուշադրություն էր դարձնում տեղեկատվական ոլորտին և լայնորեն օգտագործում էր տպագրության ընձեռած հնարավորությունները: Բավական է նշել, որ բազմաթիվ ռազմական արշավանքներում և ճակատա-մարտերում Նապոլեոնի բանակի անբաժանելի մասն էր կազմում շարժունակ (մոբիլ) տպագրատունը, որի միջոցով հնարավոր էր օրական մինչև 10 հազար թռուցիկ տպել, ինչն այդ դարաշրջանի համար բավական պատկառելի թիվ էր: Տպագրական հաստոցի միջոցով բազմացվում էին ինչպես ֆրանսիական բանակին վերաբերող հրամանները (ինչն էապես բարձրացնում էր զորքի կազմակերպվածության մակարդակը), այնպես էլ հակառակորդի համար հատուկ պատրաստված կոչերը և ուղերձները: Վերջինների խնդիրն էր վհատեցնել և մոլորեցնել կամ էլ սիրաշահել թշնամուն՝ բոլոր դեպքերում նպատակ ունենալով կոտրել նրա դիմադրությունը:

Վերոնշյալի կապակցությամբ նկատենք, որ տպագիր ուղերձների հնարքը կիրառում էին նաև մինչնապոլեոնյան ժամանակաշրջանում: Օրինակ, XVI դարում իսպանացիները, մինչև իրենց հսկայական ռազմական նավատորմը՝ «անպարտելի արմադան» դեպի Անգլիա

Նկ. 2.4
Նապոլեոն Բոնապարտ (1769–1821թթ.)։ Դիմանկարը՝ Շարլ Օգուստ Ստոբենի։

ուղարկելը, այդ երկրում տարածել էին մեծ քանակությամբ տպագիր զրպարտագրեր (պամֆլետներ), որոնցում Անգլիայի թագուհին մեղադրվում էր անբարոյականության մեջ։ Սակայն այդ գործողությունը հակառակ արդյունք ունեցավ. անգլիացիներին խիստ վրդովեցրեց այդ զրպարտությունը, ինչն էլ ավելի մեծացրեց նրանց նվիրվածությունը թագուհուն և հայրենիքին։ Արդի եզրաբանությանը հետևելով կարելի է ասել, որ իսպանացիները չէին կարողացել ճշգրիտ գնահատել հակառակորդի հոգեկերտվածքը, ինչը հանգեցրեց տեղեկատվական գործողության տապալմանը։

Որոշ դեպքերում Նապոլեոնն անձամբ էր գրում ուղերձներ այն երկրների ժողովուրդներին, որոնց վրա հարձակվում էր նվաճելու մտադրությամբ։ Օրինակ, Եգիպտոս կատարած արշավանքի ժամանակ (1798-1801թթ.) նա իրեն որպես փայլուն հոգեբան դրսևորեց։ Այդ երկրի հոգևոր և աշխարհիկ վերնախավին հղած ուղերձում նա խաղարկում է կաթոլիկ եկեղեցու (Մալթայի օրդենը, որի դեմ պատերազմում էր նաև Ֆրանսիան) և մահմեդականների միջև առկա հակասություններն ու ֆրանսիացիներին ներկայացնում է որպես վերջինների փրկարար։ Ահա այդ ուղերձի տեքստը. «Ասացե՛ք ժողովրդին, որ մենք մահմեդականների բարեկամներն ենք։ Արդյո՞ք մենք չենք ոչնչացրել Մալթայի ասպետներին, որովհետև այդ խենթերը հավատում էին, թե, իբր, Աստված ցանկանում է, որ նրանք պատերազմեն մահմեդականների դեմ։ Եռակի երջանիկ կլինեն նրանք, ովքեր մեզ հետ կլինեն։ Նրանք հաջողության և բարեկեցության կհասնեն։ Երջանիկ են նրանք, ովքեր չեզոք կմնան։ Նրանք մեզ հետ ծանոթանալու ժամանակ կունենան և մեր կողմը կանցնեն։ Բայց վա՜յ նրանց, եռակի վա՜յ նրանց, ովքեր մամլուքների հետ զենք կվերցնեն և մեր դեմ կպայքարեն։ Նրանց համար ոչ մի հույս չկա, նրանք կոչնչացվեն»։

Ինչպես կարելի է համոզվել, նապոլեոնյան ուղերձի ոճը և բովանդակությունը ոչնչով չեն զիջում XX կամ XXI դարերի պատերազմներում օգտագործվող ագիտացիոն-պրոպագանդիստական թռուցիկներին, որոնց տեքստերը գրում էին տեղեկատվական ոլորտի հատուկ պատրաստվածություն ունեցող մասնագետները: Օրինակ, Նապոլեոնը կիրառում է հետագայում լայնորեն օգտագործվող այն մանիպուլյացիոն հնարքը, համաձայն որի՝ ագիտացիայի ընթացքում պետք է ասել ճշմարտությունը, բայց ոչ ամբողջը. ֆրանսիացիներն իրոք պատերազմում էին Հռոմի պապի և մալթական ասպետների դեմ, սակայն բնավ ոչ նրա համար, որ նրանք մահմեդականների թշնամիներն էին:

Նապոլեոնը հատուկ ուշադրություն էր դարձնում մամուլին: Նրա կառավարման ժամանակաշրջանում Ֆրանսիայում կտրուկ ավելանում են հրատարակվող թերթերի տպաքանակը և թիվը: Հայտնի է Նապոլեոնի ասույթը, թե «չորս թերթ կարող է թշնամուն ավելի մեծ վնաս պատճառել, քան 100 հազարանոց բանակը»: Նվաճված երկրներում նա հիմնում էր պաշտոնական մամուլ, որոնցում խիստ գրախոսություն կիրառելով՝ լայնորեն օգտագործում էր նաև ապատեղեկացման հնարքները: Հայտնի է, որ Նապոլեոնը հատուկ գործակալներ էր ուղարկում Լոնդոն՝ բրիտանական մամուլը կաշառելու առաջադրանքով: Նկատենք նաև, որ իրենք՝ անգլիացիները, նույնպես կիրառում էին նման միջոցներ իրենց թշնամիների և մրցակիցների դեմ:

Նապոլեոնի փայլուն գործողությունների թվին պետք է դասել նաև հետևյալը: Նրա անձնական պատվերով Ֆրանսիայի արտգործնախարարության[5] ծառայող Միշել Լեզյուրը գրեց «Ռուսական տերության մեծացման մասին՝ նրա ստեղծումից մինչև 19-րդ հարյուրամյակը» «աշխատությունը»: 500 էջանոց այս գիրքը նվիրված էր «ցարական արխիվներում հայտնաբերված» (իրականում Լեզյուրի կողմից հորինված) այսպես կոչված «Պետրոս Մեծի «ժառանգությանը», կամ, այլ խոսքով՝ Պետրոս Մեծի կողմից

[5] Արտաքին գործերի գերատեսչությունները, որպես կանոն, համագործակցում են հետախուզական ծառայությունների հետ, իսկ երբեմն էլ ինքնուրույն են իրագործում տեղեկատվություն հայթայթելու և հետագայում այն նպատակային օգտագործելու գործառույթը: Հատկանշական է, որ առայսօր Մեծ Բրիտանիայի Հետախուզության ծառայության՝ ՄԻ-6-ի (*Military Intelligence, MI6)* ղեկավարը նշանակվում է արտաքին գործերի նախարարի կողմից, ինչը նաև բրիտանական ավանդապաշտության արտահայտություն է:

գրված «գաղտնի պլաններին», համաձայն որոնց՝ Ռուսաստանը պետք է տիրանար ոչ միայն Ասիային, այլև ողջ Եվրոպային: Այդ «աշխատությունը» (որում կերտված էր այսպես կոչված թշնամու, այսինքն՝ Ռուսաստանի և ռուսի կերպարը) մեծ տպաքանակով հրապարակվեց Փարիզում 1812թ., մինչև Նապոլեոնի Ռուսաստան կատարած արշավանքը: Գիրքը Ֆրանսիայում լայն տարածում գտավ և քաղաքական-բարոյական հիմնավորում հանդիսացավ Ռուսաստանի դեմ պատերազմ սկսելու համար:

Հատկանշական է, որ Պետրոս Մեծի «գաղտնի պլաններին» վերաբերող Նապոլեոնի այս հնարքը վերախմբագրված տարբերակներով կիրառեցին նաև գերմանացիներն Առաջին և Երկրորդ համաշխարհային պատերազմների ժամանակ: Սակայն այդ գործողություններն արդեն կրում էին հաջորդ՝ երրորդ տեղեկատվական հեղափոխության կնիքը:

2.5 Տեղեկատվական գործողությունները երրորդ տեղեկատվական հեղափոխության դարաշրջանի պատերազմներում

XIX դարի կեսերին տեղի ունեցած երրորդ տեղեկատվական հեղափոխությունը, պայմանավորված հաղորդակցման նոր միջոցների՝ հեռագրի, հեռախոսի և ռադիոյի հայտնագործություններով, հանգեցրեց որակական փոփոխությունների այդ դարաշրջանում կատարվող հասարակական և ռազմաքաղաքական զարգացումներում: Արդեն 1866թ. եվրոպական և ամերիկյան մայրցամաքները կապվեցին տրանսատլանտյան հեռագրային մալուխով, և եթե նախկինում փոստի առաքումը տևում էր նվազագույնը մի քանի օր, ապա հեռագրերը սկսեցին հասնել գործնականում ուղարկման պահին: Ավելի ուշ՝ 1956թ., ստեղծվեց նաև միջմայրցամաքային հեռախոսային կապը: Առավել մեծ հնարավորություններ ընձեռեց ռադիոն, որը, լինելով վերսահմանային կապի միջոց, հնարավորություն տվեց գործնականում երկրագնդի ցանկացած կետից տեղեկատվություն հաղորդել ցանկացած վայր:

Վերոնշյալ տեխնոլոգիական նորույթների շնորհիվ առաջատար երկրներում ձևավորվում են տեղեկատվական-հաղորդակցման բնագավառի հագեցած և բազմաշերտ ենթակառուցվածքներ: Նման նոր իրողությունն անխուսափելիորեն մեծացրեց ***տեղեկատվական***

քաղաքականության նշանակությունը և՛ ներքին, և՛ արտաքին ոլորտներում, ինչը հսկայական և հաճախ որոշիչ դերակատարում ունեցավ քաղաքական և հասարակական, ռազմական և հատուկ ծառայությունների գործառույթներում:

Տեղեկատվական քաղաքականությունն առավելագույնս կարևորվեց և խտացված ձևով արտահայտվեց պատերազմական իրավիճակներում: Երրորդ տեղեկատվական հեղափոխության դարաշրջանում տեղի են ունեցել բազմաթիվ ռազմական բախումներ և տեսական հակամարտություններ: Սակայն դրանցից պետք է առանձնացնել Առաջին և Երկրորդ համաշխարհային պատերազմները, որոնցում տեղեկատվական գործողությունները դարձան ռազմաքաղաքական մարտավարության և ռազմավարության անբաժանելի մաս:

Տեխնոլոգիական նորույթները՝ ռադիո- և հեռախոսային կապը, սկզբունքորեն փոխեցին զինված ուժերի կառավարման բնույթը, իսկ որոշ դեպքերում՝ անգամ ռազմական գործողությունների բովանդակությունը: Զինված ուժերի համակարգում ստեղծվեցին նոր ծառայություններ, մասնավորապես՝ գաղտնագրող (ծածկագրող, կոդավորող կամ կրիպտոգրաֆիկ[6]) և գաղտնազերծող ստորաբաժանումներ: Վերջիններս ռադիոորսում էին գաղտնագրված հաղորդումները և ձգտում էին, այսպես ասած, «ջարդել» դրանց կոդերը և հասկանալ հաղորդման իրական բովանդակությունը: Օրինակ, Առաջին համաշխարհային պատերազմի սկզբին՝ 1914թ., Մարնա գետի մոտ տեղի ունեցած ճակատամարտում ֆրանսիական ռազմական ռադիոհետախուզական ծառայությունը կարողացավ գաղտնազերծել գերմանական հրամանատարության ռադիոհաղորդումները և այդպիսով բացահայտել նրանց պլանները: Շնորհիվ դրա՝ ֆրանսիացիները կարողացան հակահարված տալ գերմանացիներին և այդպիսով թույլ չտալ նրանց գրավել Փարիզը:

---

[6] Հունարեն *κρυπτός* (կրիպտոս՝ թաքնված) և *γράφω* (գրաֆիա՝ գրել) բառերից: Գործնականում նշանակում է ձգտել տեղեկատվությանը տալ այնպիսի ձև կամ թվացյալ բովանդակություն, որպեսզի, բացի հասցեատիրոջից, այլք չկարողանան այն հասկանալ: Այլ խոսքերով՝ կրիպտոգրաֆիան գիտություն է, որն ուղղված է տեղեկատվության և տվյալների պաշտպանմանը:

Սակայն այդ դարաշրջանի պատերազմներում իրականացված տեղեկատվական գործողությունները չէին սահմանափակվում միայն ռադիոորսումներով և գաղտնազերծումներով: Ֆրանսիայի արտգործնախարարությունը 1914թ. սկսված Առաջին համաշխարհայինի առաջին իսկ օրերին 25 մլն ֆրանկ տրամադրեց ագիտացիոն գործունեություն վարելու համար: Իսկ 1915թ. ֆրանսիական գլխավոր շտաբի կառուցվածքում ստեղծվեց ռազմական պրոպագանդայի ծառայություն, որի նպատակներից էր հակառակորդի վրա տարաբնույթ թռուցիկների և տպագիր այլ նյութերի միջոցով ներազդելը: Ավելին, ֆրանսիական բանակի խոշոր ստորաբաժանումներին տրվեցին ինքնաթիռներ, որոնք այդ թռուցիկները սփռում էին հակառակորդի դիրքերի վրա: Այստեղ պետք է հաշվի առնել, որ այդ թռուցիկների ձևը և բովանդակությունը, համաձայն տեղեկատվական ոլորտի փորձագետների, փոքր-ինչ պարզունակ էին, և այդ պատճառով ֆրանսիացիների հաջողությունները տեղեկատվական գործողությունների ոլորտում գնահատվում են որպես համեստ: Այսինքն՝ ֆրանսիացիները չկարողացան ճիշտ կազմակերպել տեղեկատվական «հատուկ արտադրանք» ստեղծելու աշխատանքը, և այդ «ավանդույթը» նրանք պահպանեցին Երկրորդ համաշխարհայինի ժամանակ նույնպես: Նույն կերպ կարելի է գնահատել նաև Անտանտի[7] մյուս անդամի՝ Ռուսաստանի ձեռքբերումները, որտեղ տեղեկատվական ոլորտը վերելք ապրեց միայն 1917թ. Հոկտեմբերյան հեղափոխությունից հետո:

Հարկ է նշել, որ Անտանտի հիմնական հակառակորդը՝ Գերմանիան, գրեթե մինչև պատերազմի ավարտը՝ 1918թ., ագիտացիոն-պրոպագանդիստական թռուցիկներ չէր տպագրում և տարածում, քանի որ կայսերական Գերմանիայում դա համարվում էր պատերազմի կանոնների խախտում: Իրենց սխալը նրանք ըմբռնեցին միայն 1918-ի օգոստոսին և սկսեցին թողարկել հսկայական քանակով համապատասխան թռուցիկներ և այլ նյութեր: Սակայն նրանք շատ էին ուշացել և պարտություն կրեցին ինչպես ռազմական, այնպես էլ տեղեկատվական պատերազմի ճակատում: Նշենք, որ տեղեկատվական գործոնն ապագայում

[7] Առաջին համաշխարհային պատերազմում Ֆրանսիայի, Անգլիայի և Ռուսաստանի միջև ստեղծված ռազմաքաղաքական միություն, որն ուղղված էր Գերմանիայի, Ավստրո-Հունգարիայի և Իտալիայի դեմ:

խիստ կարևորեցին գերմանական Երրորդ ռեյխի առաջնորդները (տես *2.7* ենթագլուխ)։

Վերոնշյալի համատեքստում անհրաժեշտ է ընդունել այն փաստը, որ պատերազմի մյուս մասնակիցների՝ Մեծ Բրիտանիայի և Միացյալ Նահանգների (չնայած վերջինն Անտանտին միացավ միայն 1917թ.) վարած տեղեկատվական քաղաքականությունն ամենաարդյունավետն էր։ Այդ երկրները հետևողականորեն զարգացնում էին (և այսօր էլ զարգացնում են) իրենց տեղեկատվական ենթակառուցվածքները և գործողություններ վարելու հմտությունը։ Նման համակարգային մոտեցումն իր արդյունքները տվեց ինչպես Առաջին և Երկրորդ համաշխարհային պատերազմներում, այնպես էլ հետագա ժամանակաշրջանում։ Համառոտ ներկայացնենք նշված տերությունների տեղեկատվական գործողությունների պատմությունն այդ պատերազմներում։

2.6 Անգլո-ամերիկյան տեղեկատվական գործողությունները համաշխարհային պատերազմներում

Առաջին համաշխարհային պատերազմի ընթացքում, ինչպես արդեն նշել ենք վերը, ստեղծվեցին հատուկ պետական կառույցներ, որոնց խնդիրն էր մշակել և իրականացնել տեղեկատվա–հոգեբանական գործողություններ։ Այս ոլորտում առաջատարը Մեծ Բրիտանիան էր, որտեղ ստեղծվեցին երկու նման կառույցներ։ Առաջինը ձևավորվեց «Պատերազմի նպատակներին հասնելու աջակցության Ազգային կոմիտեն», որի գործառույթները հիմնականում ուղղված էին ներքին լսարանին և որի նպատակն էր վարել ագիտացիոն-պրոպագանդիստական աշխատանքներ սեփական բնակչության հետ։ Դրան զուգահեռ՝ հիմնվեց նաև «Տեղեկատվության նախարարություն»՝ լորդ Բիվերբրուքի ղեկավարությամբ, որի խնդիրն էր ակտիվ տեղեկատվական գործողություններ վարել Գերմանիայի, Ավստրո-Հունգարիայի և նրանց դաշնակից պետությունների դեմ։ Այս նախարարության գործունեությունում խիստ կարևորվում էին հետախուզական բաժնի կողմից մատակարարվող տվյալների վերլուծումը և դրանց մտածված կիրառումը։ Այսինքն, ինչպես Ռդիսևսի կամ Նապոլեոնի ժամանակաշրջաններում, այնպես էլ XX դարում, հատուկ և տեղեկատվական ծառայությունները գործել են համատեղ, և այդ

համագործակցությունը ժամանակի հետ ինստիտուցիոնալ բնույթ է ստացել:

Հատկանշական է, որ չնայած պատերազմական տարիներին բնորոշ կարգապահական խստություններին, բրիտանական տեղեկատվական հաղորդումների պատասխանատուները մասնագիտական և բյուրոկրատական տեսանկյունից բավական ազատ էին: Դա նաև պայմանավորված էր այն հանգամանքով, որ այդ գործողություններում ներգրավվել էին հանրահայտ գրողներ Ռեդյարդ Քիփլինգը, Հերբերտ Ուելսը, Արթուր Կոնան Դոյլը և այլք, որոնց շնորհիվ պրոպագանդիստական կառույցներում ձևավորվեց ազատ ստեղծագործական մթնոլորտ: Նրանց կազմած տեքստերն անմիջապես հայտնվում էին մամուլում կամ ռադիոհաղորդումներում՝ խուսափելով երկար համաձայնություններ անցնելու գործառույթից: Այսինքն՝ բրիտանացիները լավագույնս ըմբռնել էին այն իրողությունը, որ տեղեկատվական գործողությունների մշակումը գիտելիքներ, ընդունակություններ և երևակայություն պահանջող ստեղծագործական աշխատանք է, իսկ նման գործունեությունն արդյունավետ է միայն այն դեպքում, երբ անձն ազատ գործելու հնարավորություն ունի:

Մասնավորապես, «Տեղեկատվության նախարարությունը» լայնորեն կիրառում էր ապատեղեկատվական գործողություններ, և այս հանգամանքի շնորհիվ գերատեսչությունը դարձավ անգլիացի հանճարեղ գրող Ջորջ Օրուելի «1984» հակաուտոպիական վեպի «Ճշմարտության նախարարության» նախատիպը: Ինչպես հիշում ենք, այդ նախարարությունը գործում էր «ճշմարտությունը՝ դա սուտն է» նշանաբանով: Հատկանշական է, որ Օրուելը կանխատեսել էր նաև համակարգիչների ի հայտ գալը. նրա գրքում նկարագրված են սարքեր, որոնց օգնությամբ «Ճշմարտության նախարարության» աշխատակիցները պարբերաբար խմբագրում էին պատմությունը՝ ելնելով քաղաքական նոր զարգացումների տրամաբանությունից: Այդ առիթով նշենք, որ պատմության (և՛ սեփական, և՛ այլոց) վերաշարադրման և խեղաթյուրման մեթոդը հատկապես կարևորվում է մեր ժամանակաշրջանում և առաջնային դիրք է գրավում որոշ երկրների կողմից վարվող տեղեկատվական պատերազմներում:

Բոլոր պարագաներում պետք է արձանագրել, որ բրիտանական տեղեկատվական ծառայությունները լայն գործունեություն

ծավալեցին: Բազմացվում և տարածվում էին տարաբնույթ բովանդակություն ունեցող պաստառներ, թռուցիկներ ու անգամ կանոնավոր կերպով տպվող թերթեր (դրանցից մեկը կոչվում էր «Օդային սուրհանդակ» և նախատեսված էր Եվրոպայի օկուպացված տարածքներում գտնվող բնակչությանը համապատասխանորեն իրազեկելու և ոգեպնդելու համար) և այլ տպագիր արտադրանք: Դրանք հիմնականում հետապնդում էին հետևյալ նպատակները.

- ամրապնդել սեփական բնակչության հոգեբանական վիճակը և բարձրացնել ժողովրդի ռազմական ոգին *(տե՛ս Նկ. 2.5);*
- հորդորել հակառակորդին հանձնվել. այս ուղղվածությունն ունեցող թռուցիկներում (որոնք միաժամանակ հանդիսանում էին անցաթուղթ հանձնվելու մտադրություն ունեցող զինծառայողների համար) պատկերվում էին, օրինակ, թե որքան լավ են վերաբերվում ռազմագերիներին Անգլիայում;
- բարոյալքել հակառակորդի զինվորներին. մասնավորապես տարածվում էին բացիկներ, որոնցում պատկերազարդ ներկայացվում էին թիկունքում տիրող ցոփ բարքերն այն ժամանակ, երբ զինվորները կռվում են ռազմաճակատում *(տե՛ս Նկ. 2.6);*
- տեղեկացնում էին հակառակորդի զինծառայողներին այն քաղաքական և ռազմական իրողությունների ու փաստերի մասին, որոնց վերաբերյալ լռում էին հակառակորդների իշխանությունները:

Բրիտանացիները շարունակաբար կատարելագործում էին իրենց տեղեկատվական գործողությունները և կիրառում նոր մեթոդներ: 1918-ից նրանք սկսեցին հրատարակել թերթեր, որոնք առաջին հայացքից դժվար էր տարբերել գերմանական մամուլից: Օրինակ, առաջին էջում տեղակայված էր լինում կայսր Վիլհելմի դիմանկարը, և անգամ նշված էր գինը՝ 10 փֆենինգ: Սակայն, անշուշտ, նման «գերմանական թերթերը» փոքր-ինչ այլ բովանդակություն և ուղղվածություն ունեին, քան նրանք, որոնք իրոք հրատարակվում էին Գերմանիայում:

Համաձայն որոշ գնահատականների, պատերազմական գործողությունների ընթացքում բրիտանացիները տպագրել և տարածել են շուրջ 30 միլիոն ագիտացիոն նյութեր: Նման զանգ-

Նկ. 2.5
Այս թռուցիկում պատկերված է պատերազմի տարիներին Անգլիայում լայն տարածում գտած պաստառ, որի վրա գրված է՝ «Բրիտանացիներ, դուք պետք եք Բրիտանիային, միացեք ձեր երկրի բանակին, Աստված պահպանի թագավորին»:

Նկ. 2.6
Առաջին համաշխարհայինի ռազմաճակատից վերադարձած վիրավոր գերմանացի զինվորը, որը վրդովված նայում է, թե ինչպես են թիկունքում զվարճանում և ուրախ ժամանակ անցկացնում իր մեծահարուստ հայրենակիցները:

վածային տեղեկատվական հարձակումը բավական արդյունավետ էր և, բնականաբար, խիստ անհանգստացնում էր գերմանացիներին: Վերջիններն անգամ սպառնում էին գնդակահարել այն օդաչուներին, որոնք թռուցիկներ էին սփռում ինքնաթիռներից (եթե, իհարկե, հաջողեին խոցել նրանց ինքնաթիռը, իսկ օդաչուն կենդանի մնար): Դա, իր հերթին, դրդեց անգլիացիներին ստեղծել հատուկ անօդաչու օդապարիկներ, որոնք ավտոմատ կերպով բաց էին թողնում թռուցիկները որոշակի բնակավայրերի և տարածքների վրա: Համաձայն անգլիական աղբյուրների, պատերազմի ընթացքում ընդհանուր առմամբ արտադրվել էր մոտ 33 հազար նման օդապարիկ:

Մեծ Բրիտանիայի և նրա դաշնակից ԱՄՆ-ի տեղեկատվական քաղաքականությունը որակական վերելք ապրեց Երկրորդ

համաշխարհային պատերազմի տարիներին: Հատուկ ծառայություններում ստեղծվեցին բաժիններ, որոնք մասնագիտացել էին տեղեկատվական գործողություններ կազմակերպելու մեջ ամենատարբեր բնագավառներում: Այսօր դասական են համարվում անգլո-ամերիկյան դաշնակիցների լայնածավալ ապատեղեկատվական գործողությունները, որոնց նպատակն էր մոլորեցնել գերմանական զինված ուժերի հրամանատարությանը՝ կապված դաշնակիցների ուժերի ափհանման հետ Սիցիլիայում և հետագայում նաև Նորմանդիայում՝ 1944թ. ամռանը:

Հաջողությունները նման լայնամասշտաբ, ռազմավարական նշանակություն ունեցող գործողություններում գրեթե անհնարին կլինեին, եթե դաշնակիցները չունենային ստույգ տեղեկություններ հակառակորդի պլանների և մտադրությունների վերաբերյալ: Այս խնդրում խիստ կարևոր էր այն հանգամանքը, որ բրիտանացիներն ունեին մեծ առավելություն տեղեկատվա-տեխնիկական ոլորտում, քանի որ կարողացել էին բացահայտել գերմանական հրամանատարության հրամանների և հրահանգների գաղտնագրերի բանալին, որոնք ծածկագրվում էին «Էնիգմա» (հունարեն՝ *հանելուկ*) կոչվող հատուկ էլեկտրամեխանիկական սարքերի միջոցով:

Գերմանական հաղորդումների ռադիոորսումը և գաղտնազերծումը, ստացված տեղեկատվությունը համապատասխան կառույցներին և պատասխանատու անձանց հասցնելը անգլիացիներն իրականացնում էին մանրակրկիտ մշակված սխեմայի համաձայն: Այդ համակարգում խիստ կարևորվում էր այն հանգամանքը, որ ստացված տեղեկատվությունը պետք է օգտագործվեր այնպես, որպեսզի գերմանացիները ոչ մի դեպքում չհասկանային, որ իրենց գաղտնագրումները կարդացվում են: Այլ պարագայում նրանք կփոխեին իրենց ծածկագրման մեթոդները, ինչն էապես կդժվարացներ և գուցե անգամ անհնարին կդարձներ դրանց ծածկագրման բանալու բացահայտումը: Գաղտնազերծված տեղեկատվություն ստանալու այդ համակարգը բրիտանացիներն անվանեցին «Ուլտրա»: Այս ամենի համատեքստում ամենևին էլ չափազանցություն չի կարելի համարել Ուինսթոն Չերչիլի խոսքերն այն մասին, թե «հաղթանակը պատերազմում ձեռք բերվեց «Ուլտրա»-ի շնորհիվ»:

Երկրորդ հաշխարհայինում դաշնակիցները բավական նուրբ էին կազմակերպում իրենց աշխատանքը նաև ագիտացիոն-

պրոպագանդիստական ոլորտում: Այս հարցում դաշնակիցները հենվում էին այն սկզբունքի վրա, որ հաղթանակի գրավականը հակառակորդի վերաբերյալ հնարավորինս շատ տեղեկատվություն ունենալն է, այլ խոսքով՝ նրան «ճանաչելը» (հիշենք Սուն Ցզիի ասույթները): Ելնելով իրենց կատարած ուսումնասիրությունների արդյունքներից՝ անգլո-ամերիկյան դաշնակիցները մշակել էին մի շատ հնարամիտ ձև հակահիտլերյան գրականությունը Գերմանիայում տարածելու համար, որի հենքում դրված էր գերմանացիների հոգեկերտվածքի իմացությունը:

Երբ դաշնակիցների ինքնաթիռները ռմբակոծում էին գերմանական գնացքները, նրանք ռումբերի հետ միասին նետում էին հակահիտլերյան բովանդակությամբ թերթերով լի ծրարներ: Ծրարների վրա դրված էին լինում համապատասխան գերմանական ծառայությունների կնիքները և գրված էին լինում հասցեներ, որոնք հետախուզական ծառայությունները ձեռք էին բերում հեռախոսային տեղեկատուներից և գործակալական ցանցերից ստացված տվյալների միջոցով: Ռմբակոծություններից հետո բծախնդիր և հետևողական գերմանացիները հավաքում էին այդ ծրարներն ու ուղարկում հասցեատերերին: Ազդեցությունը կրկնակի էր: Թիկունքում գտնվող գերմանացիների վրա ազդում էին և՛ թերթերի հակահիտլերյան բովանդակությունը, և՛ հատկապես այն փաստը, որ այդ թերթերը նրանք ստանում էին իրենց լավ ծանոթ փոստատարների միջոցով:

Հոգեբանական-տեղեկատվական ազդեցության մեթոդները, որոնցում լայնորեն օգտագործվում էին նաև վերոնշյալ «Ուլտրա» համակարգից ստացված տվյալները, կիրառվում էին գերմանական սուզանավերի դեմ պայքարում: Օրինակ, անգլիացիները ցուցակով հրապարակեցին *բոլոր* սուզանավերի հրամանատարների անուն-ազգանունները՝ դրանց կցելով տեղեկություններ նրանց ընտանիքների անդամների և անգամ վերջինների բնավորության գծերի ու թուլությունների մասին: Արդյունավետ էր նաև անհատական ազդեցության մեթոդը, երբ ռադիոյով դիմում էին կոնկրետ սուզանավի հրամանատարին՝ տեղեկացնելով, որ նրա կինը դավաճանում է նրան իր իսկ ընկերոջ հետ, և դա կարող է հաստատել անգամ նրանց հարևանուհին, նշելով վերջինների անունները: Նման լուրը պետք է որ նվազեցներ ծովային սպայի՝ պարտականությունները կատարելու արդյունավետությունը:

Բրիտանական տեղեկատվական գործողություններում առանձնահատուկ տեղ էին գրավում ռադիոհաղորդումները, հատկապես *BBC*-ի (Բրիտանական հեռահաղորդման կորպորացիա), որը պատերազմի տարիներին վարում էր հաղորդումներ 7 լեզուներով: Այդ հաղորդումները լսում և պատերազմական գործողությունների մասին իրական պատկերացում էին կազմում ինչպես օկուպացված երկրներում, այնպես էլ Գերմանիայի տարածքում: Նկատենք, որ Գերմանիայում, ելնելով որոշակի նկատառումներից (տե՛ս հաջորդ ենթագլուխը) իշխանությունները չէին բռնագրավել բնակչության ռադիոընդունիչները, ինչպես արվել էր պատերազմի տարիներին ԽՍՀՄ-ում: Սակայն գերմանական ծառայությունները տեխնիկական միջոցներով մասամբ «խլացնում» էին այդ հաղորդումները, իսկ «թշնամական ձայն» լսողներին բացահայտելիս ձերբակալում, որոշ դեպքերում էլ անգամ գնդակահարում էին:

BBC-ի հաղորդումները կարևոր էին ոչ միայն ագիտացիոն-պրոպագանդիստական տեսանկյունից: Այդ հաղորդումներում տեղ էին գտնում թվում է թե սովորական դարձվածքներ և տեքստեր, որոնց իրական նշանակությունը և բովանդակությունը կարող էին հասկանալ և գաղտնազերծել միայն եվրոպական երկրներում նացիստների դեմ պայքարող ընդհատակյա պարտիզանական շարժման մասնակիցները և անգլո-ամերիկյան հատուկ գործակալները: Թերևս, արժանի է հիշատակման նաև այն փաստը, որ *BBC*-ի հաղորդումները հաճախ վարում էր վերը նշված «1984» գրքի հեղինակ Ջորջ Օրուելը:

Մեծ Բրիտանիայից ավելի ուշ Երկրորդ համաշխարհայինում վարվող տեղեկատվական–հոգեբանական պատերազմին միացավ նաև Միացյալ Նահանգները[8]: Ամերիկացիները չունեին հատուկ գործողությունների կատարման այն փորձը և ավանդույթները, որ ձեռք էին բերել բրիտանացիները նախորդ հինգ դարերում: Սակայն ունեին զգալի մարդկային և տեխնոլոգիական ռեսուրսներ, ինչը նրանց թույլ տվեց արագ տիրապետել անհրաժեշտ մասնագիտական և կազմակերպչական հմտություններին: Որպես խոշոր հաջողություն պետք է արձանագրել 1943թ. նրանց իրագործած

[8] ԱՄՆ-ը պատերազմի մեջ մտավ 1941թ. դեկտեմբերի 7-ին, երբ ճապոնացիներն օդային հարձակում գործեցին Հավայան կղզիների Փըրլ Հարբոր նավահանգստում տեղակայված ամերիկյան ռազմածովային ուժերի վրա:

բազմաքայլ և բազմաշերտ տեղեկատվական գործողությունը, երբ հաջողվեց Իտալիայի ռազմական հրամանատարությանը դրդել, որպեսզի նրանք չաջակցեն իրենց դաշնակից գերմանացիներին Միջերկրական ծովում, երբ անհրաժեշտություն էր ծագել տարհանելու գերմանական էքսպեդիցիոն կորպուսը Հյուսիսային Աֆրիկայից: Ամերիկացիները կարողացել էին համոզել իտալացիներին, թե իբր գերմանացիները պատրաստվում են Էվակուացիայից հետո ոչնչացնել իտալական ռազմածովային ուժերը:

Ամերիկացիներն արդյունավետ էին գործում նաև Ճապոնիայի դեմ պատերազմում: Այդ ուղղությամբ տեղեկատվական գործողությունները ղեկավարող սպան նախկինում աշխատել էր Ճապոնիայում և գիտեր այդ երկրում կարևոր դիրքեր գրավող անձանցից շատերին: Նա նաև ծանոթ էր ճապոնացիներին բնորոշ կենսակերպին և բարքերին, մասնավորապես՝ նրանց աշխատանքային բարձր կարգապահությանը և ստացած հրամանները բծախնդրորեն կատարելու սովորությանը: Այդ պատճառով նա իր ռադիոհաղորդումներում «պահանջում» էր, որպեսզի ուղերձի բովանդակությունն անպայման զեկուցվի այս կամ այն կարևոր ճապոնացի պաշտոնյային (նշելով վերջինների ազգանունները), ինչն էլ պետական կամ զինվորական ծառայողները կատարում էին: Նման գործողությունները հոգեբանորեն ներազդում էին հաղորդագրություններում նշված պաշտոնյաների վրա և բարոյալքում նրանց, ինչն էլ հենց հանդիսանում էր ամերիկյան ագիտացիայի նպատակը:

Բնորոշ է նաև, որ եթե Գերմանիայում և ԽՍՀՄ-ում, պրոպագանդայի հիմքում ընկած էին սեփական կարգերի գովերգումն ու հակառակորդի ուժի և հնարավորությունների նսեմացումը՝ հաճախ նրանց որպես խեղկատակներ ներկայացնելու միջոցով, ապա անգլո-ամերիկացիները վարում էին միանգամայն այլ քաղաքականություն: Նրանք լուրջ էին մոտենում հակառակորդին, իրենց քաղաքացիներին ներշնչում էին ավելի շուտ գերագնահատել թշնամուն, քան թերագնահատել նրան: Դա, անշուշտ, չէր խանգարում բրիտանացիներին երբեմն մամուլում սպանիչ սարկազմով ներկայացնել գերմանական ֆյուրերին և նրա աջակիցներին:

Նշենք, որ ամերիկացիները և անգլիացիներն իրենց բնորոշ մտավոր կապիտալի և ավանդույթների հանդեպ հոգատար վերաբերմունքից ելնելով՝ ոչ միայն պահպանեցին համաշխար-

հային պատերազմներում ձեռք բերված ավանդույթները, այլև էապես զարգացրին տեղեկատվա-հոգեբանական ներգործության մեթոդները: Արդյունքում՝ նրանք այսօր էլ առաջատար դիրքեր են զբաղեցնում աշխարհում. պատահական չէ, որ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի տվյալների համաձայն՝ ԱՄՆ բաժինը XXI դարի սկզբում համաշխարհային տեղեկատվական հաղորդակցման հոսքերում կազմում է մինչև 65%:

2.7 «Երրորդ ռեյխի» տեղեկատվական քաղաքականությունը. խզում իրականության և քարոզչության բովանդակության միջև

Ինչպես արդեն նշել ենք, գերմանացիները գրեթե մինչև Առաջին համաշխարհային պատերազմի ավարտը՝ 1918թ., ագիտացիոն-պրոպագանդիստական գործողություններ չէին վարում, քանի որ դա, ըստ իրենց պատկերացումների, հակասում էր պատերազմ վարելու օրենքներին: Նման մոտեցումը առավել սուր քննադատել էր Գերմանիայի ապագա առաջնորդ Ադոլֆ Հիտլերը իր 1925-1926թթ. հրապարակած *«Mein Kampf»* («Իմ պայքարը») ծրագրային գրքում, որտեղ իրեն բնորոշ անառարկելի ոճով գրել էր, որ եթե «Անգլիայում պրոպագանդան դարձել էր առաջնակարգ զենք, իսկ մեզ մոտ այն գործազուրկ քաղաքական գործիչներին նետված ողորմություն էր»:

Հիտլերը և նրա համախոհներն ավելի քան կարևորեցին տեղեկատվական գործոնը: Այն կարևորագույն տեղ գրավեց նացիստների ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին քաղաքականությունում: Նրանց հիմնած Նացիոնալ-սոցիալիստական գերմանական բանվորական կուսակցությունում արդեն 1930թ. ստեղծվում է ագիտացիոն-պրոպագանդիստական ոլորտի պատասխանատուի (այսպես կոչված *ռեյխսլայթերի*) պաշտոն, որի ղեկավար է նշանակվում Յոզեֆ Գեբելսը: Նկատենք, որ 1933-ին սոցիալ-տնտեսական ծանր իրավիճակում գտնվող Գերմանիայում Հիտլերի իշխանության գալը մեծ չափով պայմանավորված էր նրա ագիտատորական ունակություններով: Ազգի ապագա *ֆյուրերը* կարողանում էր գտնել կոնկրետ լսարանի համար հրատապ թեմաները և մեծ եռանդով ներկայացնում էր ընկալման համար պարզ «լուծումներ»: Այդ համատեքստում զարմանալի չէ, որ 1936թ. Նյուրնբերգում կայացած նացիոնալ-սոցիալիստների համագումարի դահլիճում փակցված էր մի մեծ պաստառ, որի վրա գրված էր. *«Պրոպագանդան օգնեց մեզ գալ*

իշխանության: Պրոպագանդան մեզ կօգնի պահել իշխանությունը: Պրոպագանդան մեզ կօգնի նվաճել ողջ աշխարհը»: Նյուրնբերգի համագումարում, կարելի է ասել, վերջնականորեն ձևավորվեց նացիստական գաղափարախոսությունը, և այդ առումով բնորոշ էր մասնակիցներից մեկի ելույթը, ըստ որի՝ գոյություն պետք է ունենար ընդամենը մեկ հասկացություն՝ «բացարձակ գերմանացին, որը միշտ և ամենուր մնում է գերմանացի և միայն գերմանացի, ինչն էլ իրեն դարձնում է նացիստ»: Հատկանշական է, որ նույն քաղաքում ընդամենը 9 տարի հետո կայացավ Երրորդ ռեյխի ղեկավարության միջազգային դատավարությունը:

Վերը հիշատակված Յոզեֆ Գեբելսը նացիստների իշխանության գալուց հետո ստանում է Ժողովրդական լուսավորության և պրոպագանդայի նախարարի *(ռեյխսմինիստրի)* պաշտոնը: Սահմանելով տոտալ վերահսկողություն բոլոր լրատվամիջոցների վրա՝ սկզբնական շրջանում այդ կառույցին հաջողվում է մոբիլիզացնել Գերմանիայի բնակչությանը նացիոնալ-սոցիալիզմի գաղափարների շուրջ: Դա պայմանավորված էր նրանով, որ Առաջին համաշխարհային պատերազմում կրած պարտությունը բարդույթներ էր առաջացրել գերմանական հանրությունում, քանի որ այդ երկիրը (համաձայն 1919թ. կնքված Վերսալյան պայմանագրի) զրկվել էր իր տարածքների մի զգալի մասից՝ Էլզաս-Լոթարինգիան վերադարձվել էր Ֆրանսիային, Լեհաստանին էր տրվել Արևմտյան Պրուսիայի մի մասը և այլն): Այդ համատեքստում հիտլերյան կոչերը գերմանացիների արտակարգ ազգ լինելու և ռազմական ռևանշի վերաբերյալ դրական էին ընկալվում հասարակությունում: Պատահական չէ, որ նացիստները 1933թ. վերջին իշխանությունը ոչ թե հեղափոխության, այլ պառլամենտական ընտրությունների արդյունքում: Ինչպես տեսնում ենք, ժողովրդավարական ինստիտուտների առկայությունը, համապատասխան տեղեկատվական-հոգեբանական մթնոլորտ ստեղծելու պարագայում, չի կարող երաշխավորել այս կամ այն ծայրահեղական ուժի իշխանության գալը:

Կարևոր հանգամանք էր նաև այն, որ Հիտլերի իշխանության գալը հանգեցրեց տնտեսական վերելքի տնտեսապես կազմալուծված երկրում: Այդ համատեքստում ուշադրության արժանի են նաև սոցիալական ուղղվածության կոչերը՝ «Գերմանիան առանց կապիտալիստների և կոմունիստների»:

Այլ խոսքով՝ պետք է ընդունել, որ նացիոնալ-սոցիալիստական գաղափարախոսության տոտալ պրոպագանդան ինչ-որ չափով ադեկվատ էր հանրությունում իշխող տրամադրություններին և դրդում էր նրանց հետևել հիտլերյան սկզբունքներին և դրույթներին: Այդ ամենին նպաստում էին Հիտլերի կրքոտ ելույթները զանազան հանրահավաքներում և հանդիպումներում: Իր ճառերը նա պատրաստում էր օրերով՝ մշակելով շեշտադրումները, բաց չթողնելով ոչ մի մանրուք: Դրանք, մասնագետների կարծիքով, դասվում են հռետորական արվեստի լավագույն օրինակների շարքին: Համաձայն պահպանված վկայությունների, ֆյուրերի ելույթները հիպնոսող հատկություն ունեին: Կարևոր նշանակություն էին ձեռք բերել արարողական բնույթ կրող ժեստերը և ողջույնի բացականչությունները: Հայտնի «զիգ հայլը» (*«Sieg Heil»* նշանակում է *«կեցցե՛ հաղթանակը»)* շրջանառության մեջ է դրվել արդեն հիշատակված նյուրնբերգյան համագումարում: Նկատենք նաև, որ նացիստների ամենացայտուն ժեստը՝ աջ ձեռքն առաջ պարզելը, ֆյուրերը փոխ էր առել Հռոմի կեսարներից, բայց փոխել էր շարժման հետագիծը. կեսարները ողջունում էին Հելիոս աստծուն ափը վեր, Հիտլերն իր ժողովրդին ողջունում էր ափը ներքև, ինչը ճնշման նշանն է (ըստ արդեն հետպատերազմյան շրջանում կատարված հետազոտությունների, լսարանին ուղղված ցանկացած «ուղերձ» կազմված է ընդամենը 7% բառերից, 38% ինտոնացիայից, իսկ տեղեկատվության մնացած 55%-ը փոխանցվում է ժեստերի լեզվով):

Բնականորեն, նացիոնալ–սոցիալիստները մեծ ուշադրություն էին հատկացնում մամուլին: Արդեն 1933թ. ընդունվում է մամուլի մասին օրենքը, որը փաստորեն հանգեցրեց նրան, որ խմբագրություններից հեռացվեցին հրեական ծագում ունեցող աշխատակիցները: Բավական արագ տոտալ վերահսկողություն սահմանվեց թերթերի և ամսագրերի վրա, իսկ *«Ֆոլկիշե Բեոբախտեր»* («Ազգային դիտորդ») թերթը, որը նացիոնալ-սոցիալիստների գլխավոր խոսափողն էր, գլխավորում է կուսակցության գլխավոր տեսաբան Ալֆրեդ Ռոզենբերգը:

Մամուլին զուգահեռ՝ նացիոնալ-սոցիալիստները հատուկ ուշադրություն էին դարձնում նաև պրոպագանդայի տեխնիկական միջոցներին, որոնցից կարևորագույնն այդ ժամանակաշրջանում ռադիոն էր: Նրանց ջանքերով 1933թ. սկսվեց

Նկ. 2.7
Նացիոնալ-սոցիալիզմի համակիրների զանգվածայնությունը արտահայտող պաստառ:

Նկ. 2.8
Նման պատկերներով էին սկսվում Երրորդ ռեյխի հեռուստահաղորդումները:

այսպես կոչված «Ժողովրդական ռադիոընդունիչի» *(Ֆոլկս-Էմպֆենգեր, Volks-empfänger)* զանգվածային արտադրությունը, որի գինը շուրջ 5 անգամ ավելի էժան էր, քան այն ժամանակ շրջանառության մեջ գտնվող ռադիոընդունիչներինը: Դա պետք է մատչելի դարձներ ռադիոընդունիչի գնումը և այդպիսով ապահովեր ռադիոհաղորդումների ունկնդրումն ամեն մի գերմանական ընտանիքում: Այդ հաղորդումներում Գեբելսը տեսնում էր նաև անհատականության և ինտելեկտուալների դեմ պայքարի հնարավորություններ: Ի լրումն, «պրոպագանդայի նախարարն» ամեն օր կազմակերպում էր մամլո ասուլիսներ, որոնցում օգտագործում էր նոր բառակապակցություններ, որոնք պետք է կիրառեին լրագրողները և այդպիսով «լվային» իրենց լսարանի «ուղեղները»:

Սակայն այն պահից, երբ պատերազմի անբարենպաստ ընթացքն էապես նվազեցրեց գերմանացիների հավատը նացիոնալ-սոցիալիզմի հանդեպ, բնակչությունը սկսեց ունկնդրել ոչ միայն նացիստական առաջնորդների ճառերը, այլև, մասնավորապես, բրիտանական ռադիոհաղորդումները: Այսինքն՝ Ռեյխի «ներքին լսարանում» տեղի ունեցավ *խզում* նացիստական քարոզչության միջոցով ներշնչվող պատրանքների և իրականության միջև, ինչը ցանկացած բնույթի տեղեկատվական քաղաքականության համար տապալման կամ, նվազագույնը,

անհաջողության չափանիշ է հանդիսանում: Սակայն անգամ այդ իրավիճակում «Ժողովրդական ռադիոընդունիչների» վաճառքը շարունակվում էր, քանի որ մոլեռանդորեն տրամադրված նացիստական ղեկավարությունը համոզված էր, որ իրենց պրոպագանդան անհամեմատ ավելի գործուն է, քան հակառակորդինը, ինչը բնավ չէր համապատասխանում իրականությանը:

Գերմանիան առաջին երկրներից էր, որտեղ տարածում գտավ հեռուստատեսությունը: Բեռլինում 1935թ. սկսվեցին առաջին կանոնավոր հեռուստահաղորդումները, իսկ արդեն 1936-ին Գերմանիայում անցկացվող օլիմպիական խաղերը լիարժեք լուսաբանվում էին հեռուստատեսությամբ: Գեբելսը հեռուստատեսության մեջ տեսավ քարոզչական աշխատանքի նոր հնարավորություններ, նա ծրագրում էր այդ տեղեկատվական միջոցը դարձնել նույնքան զանգվածային, որքան ռադիոն: Սակայն պատերազմի ընթացքը խորտակեց նրա հույսերը:

Արտաքին լսարանին ուղղված տեղեկատվական գործողություններում գերմանական ծառայությունների ձեռքբերումները, չնայած առանձին հաջողություններին, շատ ավելի համեստ էին, թեև այդ ոլորտում նացիստները կարողացել էին կենտրոնացնել մարդկային և նյութական զգալի ռեսուրսներ: ԽՍՀՄ-ի դեմ պատերազմ սկսելու նախաշեմին Գեբելսի նախարարության կազմում ստեղծվեց խիստ գաղտնի «Վինետա» կազմակերպությունը, որի գլխավոր խնդիրն էր հակառակորդի դեմ տեղեկատվա–հոգեբանական գործողություններ կազմակերպելը: «Վինետայի» մոտեցումները, թերևս, լավագույնս ներկայացված են պատերազմից հետո բացահայտված գրավոր ցուցումներում: Ըստ դրանց, տեղեկատվական գործողությունների գլխավոր նպատակը հակառակորդի զինվորների վստահությունը գրավելն է, և այդ նպատակին հասնելու համար անհրաժեշտ է կիրառել ցանկացած մեթոդներ: Ինչպես գրված էր այդ փաստաթղթերում. «Քայքայման պրոպագանդան կեղտոտ գործ է, որն ընդհանուր ոչինչ չունի հավատի կամ աշխարհայացքի հետ: Այս գործում վճռականն ինքը՝ արդյունքն է: Եթե մեզ հաջողվի նվաճել հակառակորդի վստահությունը նրանով, որ մենք կեղտ լցնենք մեր ֆյուրերի և նրա զինակիցների, մեր մեթոդների և մեր աշխարհայացքի վրա, և եթե մեզ հաջողվի թափանցել հակառակորդի զինվորների՝ մեր առջև բացված հոգիները, նրանց մեջ քայքայիչ կարգախոսներ զցել (բնավ

Նկ. 2.9
Գերմանական թռուցիկ-անցաթուղթ հանձնվել ցանկացող խորհրդային զինծառայողների համար:

կապ չունի՝ կլինեն դրանք մարքսիստական, հրեական, թե մտավորականական կարգախոսներ, միայն թե գործուն լինեն), ապա դրանով անհամեմատ շատ ավելին ձեռք կբերվի, քան բոլշևիկյան վտանգի և պլուտոկրատական համակարգի մասին ամենահասկանալի քարոզով»:

Ինչպես և այլ երկրների տեղեկատվական պատերազմ վարող կառույցները, գեբելսյան գերատեսչությունը սերտորեն համագործակցում էր Ռեյխի հատուկ ծառայությունների հետ: Այդ համագործակցությունը լոկ տվյալներ ստանալով և փոխանակելով չէր սահմանափակվում: Օրինակ, գերմանական ռազմական հետախուզությունը՝ «Աբվերը»[9], ռուսների հոգեկերտվածքը հասկանալու համար բավական ծավալուն հետազոտություն էր կատարել, որտեղ ուսումնասիրել էին ռուսական «բիլինաները» (առասպելները) և ժողովրդական հեքիաթները: Այդ տվյալները մշակվում և ռեալ հարթությունում կիրառվում էին վերմախտի մի քանի մասնագիտացված վարչություններից կազմված Վարչական խմբում, որը կազմակերպում էր անմիջական պրոպագանդիստական աշխատանքը ռազմական գործողությունների թատերաբեմերում: Այդ խմբի աշխատանքների լայնածավալության

[9] Գերմաներեն *Abwehr*՝ պաշտպանություն: 1920-1944թթ. այդպես էին կոչվում գերմանական զինված ուժերի բոլոր այն կառույցները, որոնք իրագործում էին հետախուզության և հակահետախուզության գործառույթներ:

մասին է վկայում, մասնավորապես, այն փաստը, որ վերմախտի և էսէական զորամիավորումների կազմում գործում էին պրոպագանդա վարող 33 վաշտ և մի հատուկ խումբ՝ բաղկացած 250 նկարիչներից: Իսկ գերմանական ռադիոկայաններն արդեն 1940թ. ամռանն իրականացնում էին հաղորդումներ 30 լեզուներով: Նման լայն լսարանի ընդգրկումը հասկանալու համար բավական է վերհիշել նացիոնալ-սոցիալիստների կարգախոսը՝ *«Պրոպագանդան մեզ կօգնի նվաճել ողջ աշխարհը»:*

Նկ. 2.10
Գերմանական «գայթակղող» թռուցիկ, որի նպատակն էր համոզել խորհրդային զինծառայողներին, որ գերությունում նրանց սպասվում են «ջերմ ընդունելություն» և համեղ ուտելիքներ:

Պետք է նկատել, սակայն, որ տեղեկատվական գործողությունները պատերազմում չէին սահմանափակվում միայն քարոզչական աշխատանքով: Բավական արդյունավետ էր գործում գերմանական ռադիոռրսումների ծառայությունը: Օրինակ, նրանք սովորել էին նմանակել խորհրդային ղեկավարների ձայները և այդ եղանակով երբեմն համապատասխան «հրահանգներ էին տալիս» խորհրդային ռազմական ու վարչական ստորաբաժանումներին:

Բոլոր պարագաներում, չնայած բավական մեծ ջանքերին և առանձին հաջողություններին (միայն Արևելյան ճակատում գերմանացիները շուրջ 6 մլրդ թռուցիկ էին տարածել), Երրորդ ռեյխի պրոպագանդիստական–ագիտացիոն գործողությունները հակառակորդի դեմ արդյունավետ չեղան: Դա պայմանավորված էր այն փաստով, որ գերմանական հատուկ *ՍՍ* ստորաբաժանումները (որոնցում ծառայում էին միայն նացիոնալ-սոցիալիստական կուսակցության երաշխավորությունն ունեցողները), պատժիչ կառույցները, հատկապես քաղաքական ոստիկանությունը (*գեստապոն)* և ընդհանրապես օկուպացիոն զորքերն իրականացնում էին զանգվածային մահապատիժներ և դաժանություններ: Բավական է նշել, որ ԽՍՀՄ տարածքում ոչնչացվել է շուրջ 10 մլն

խաղաղ բնակիչ, իսկ միայն Օսվենցիմի և Մայդանեկի համակենտրոնացման ճամբարներում սպանվել է շուրջ 1 մլն մարդ, որոնց զգալի մասը հրեաներ էին: Այս իրողություններն, ինչպես արդեն նշել ենք, առաջացնում էին այսպես կոչված խզում ռեալ կյանքի և գերմանական տեղեկատվական միջոցներով հորինված պատկերացումների միջև: Ինչպես և ներքին լսարանի պարագայում, նման խզումն իմաստազրկում էր Երրորդ ռեյխի տեղեկատվա-հոգեբանական ջանքերը հակառակորդի և՛ խաղաղ բնակչության, և՛ զինվորականության միջավայրում: Այս իրողությունը հաստատում է Սուն Ցզիի այն ասույթը, որ «պատերազմում հարկ է խուսափել վայրագություններից, որովհետև դա դիմադրություն է առաջացնում և հակառակորդին հնարավորություն ընձեռում պատերազմը շրջել իր օգտին»:

Այսպիսով, նացիստների վարած ընդհանրական քաղաքականությունը, որի մեջ կարևորվում էր տեղեկատվական բաղադրիչը, ամենուր առաջացնում էր դիմադրություն, որը և հանգեցրեց Երրորդ ռեյխի տապալմանը:

Վերոնշյալից հետևում է, որ անգամ պրոֆեսիոնալ բարձր մակարդակով իրագործվող տեղեկատվա–հոգեբանական գործողություններն ունեն ազդեցության հստակ սահմանափակումներ: Եթե տեղեկատվական հորդորները և ներկայացվող «հրապույրները» հակասում են մարդկանց շրջապատող իրողություններին, ապա վաղ թե ուշ դրանք անխուսափելիորեն արժեզրկվում են և սկսում են աշխատել «հակառակ նշանով»: Նման պարագայում իրագործվող տեղեկատվական գործողությունները փաստացի վերածվում են *հակա*պրոպագանդայի և *հակա*ագիտացիայի՝ վարկաբեկելով և՛ ուղերձներում պարունակվող գաղափարները, և՛ դրանց հեղինակներին: Այս համատեքստում զարմանալի չէ, որ նացիստական գաղափարախոսությունը և Գեբելսի նախարարությունը՝ մասնավորապես, ավելի քան տխուր վախճան ունեցան:

2.8 Խորհրդային տեղեկատվական քաղաքականության առանձնահատկությունները

Եթե նրանք չհասկանան, որ մենք բերում ենք իրենց մաթեմատիկորեն անսխալ երջանկություն, մեր պարտականությունն է ստիպել նրանց լինել երջանիկ:
Եվգենի Զամյատին[10]

Ինչպես հայտնի է, գաղափարականացված հասարակություններում տեղեկատվական գործոնը առաջնային դերակատարում է ձեռք բերում: Այդ իրողության վկայությունն է ԽՍՀՄ տեղեկատվական քաղաքականությունը, որի հիմնական մոտեցումները ձևավորվել էին դեռևս նախահեղափոխական շրջանում: Եթե փորձենք համակարգել XX դարում բոլշևիկյան, իսկ հետո նաև խորհրդային ժամանակաշրջանի տեղեկատվական ոլորտում ընթացող զարգացումները, ապա դրանք խիստ ընդհանրական տեսքով կարելի է ներկայացնել հետևյալ չորս հիմնական փուլերով.

1. Բոլշևիկների ձեռնարկած ագիտացիոն-պրոպագանդիստական գործողություններն իշխանությունների դեմ (նախահեղափոխական և հեղափոխական շրջան), որոնք ավարտվեցին սոցիալիստական հեղափոխությունով, Ռուսական կայսրության փլուզումով և Խորհրդային Ռուսաստանի (հետագայում՝ ԽՍՀՄ-ի) ստեղծումով (պայմանականորեն՝ 1905–1917թթ.);
2. ԽՍՀՄ-ում գաղափարախոսական տոտալ վերահսկողության տակ գտնվող տեղեկատվական համակարգի վարչական հաստատում, որը որոշակի բարեփոխումների ենթարկվեց Հայրենական պատերազմի տարիներին (1917–1953թթ.);
3. Ստալինի մահվանից հետո տեղեկատվական համակարգի հարաբերական ազատականացում՝ «Ձնհալի ժամանակաշրջան» (1953–1964թթ.);
4. Միակուսակցական քաղաքական համակարգի դեմ ուղղված՝ արևմտյան տերությունների և այլախոհների ձեռնարկած տեղեկատվական գործողություններ, որոնք ավարտվեցին այսպես կոչված «վերակառուցումով» և «ազատական հեղափոխության» արդյունքում՝ ԽՍՀՄ փլուզումով1991թ.:

---

[10] Ռուս ականավոր գրող (1884-1937թթ.), որը, տարված լինելով հեղափոխական գաղափարներով, միևնույն ժամանակ ընդդիմանում էր բոլշևիկյան մոտեցումներին մի շարք սկզբունքային հարցերում:

Տեղեկատվական գործոնը հեղափոխական գործընթացներում. Տեղեկատվական գործընթացների տեսանկյունից շրջադարձային կարելի է համարել 1914թ. Գերմանիայի և Ավստրո-Հունգարիայի դեմ Ռուսաստանի պատերազմի մեջ մտնելն Անտանտի կազմում: Պետք է արձանագրել, որ ցարական իշխանությունների տեղեկատվական քաղաքականությունը պատերազմական տարիներին դժվար է անվանել արդյունավետ, և այդ հանգամանքից օգտվեցին ոչ այնքան նրանց արտաքին թշնամիները, որքան ներքին ընդդիմադիրները: Վերջիններից հատկապես ակտիվ էր Ռուսաստանի սոցիալ-դեմոկրատական աշխատավորական (բոլշևիկյան) կուսակցությունը[11]:

Բոլշևիկները մեծ ուշադրություն էին հատկացնում մամուլին և ագիտացիոն-պրոպագանդիստական գործոնին: Արդեն 1900թ. ապագա «համաշխարհային պրոլետարիատի առաջնորդ» Վ.Լենինի նախաձեռնությամբ հիմնադրվեցին «Իսկրա», իսկ հետո նաև «Սոցիալ-դեմոկրատ» և «Պրավդա» թերթերը, որոնք սկզբնական փուլում տպագրվում էին արտասահմանում և ոչ լեգալ ճանապարհներով տարածվում Ռուսաստանում: Բոլշևիկները կարողացան Ռուսաստանում ստեղծել լավ կազմակերպված պրոպագանդիստական խմբակների ցանց, որոնց անդամներն «արգելված գրականություն» էին տարածում, սովորում և սովորեցնում էին քարոզչություն վարելու հմտություններն ու կիրառում դրանք բանվորների և այլ սոցիալական խմբերի հետ հանդիպումների ժամանակ: Ձեռք բերված կազմակերպչական փորձը թույլ տվեց բոլշևիկներին «իմպերիալիստական պատերազմի» սկսվելու առաջին իսկ օրերից ակտիվ տեղեկատվական գործունեություն ծավալել ցարական իշխանությունների դեմ: Իրենց թռուցիկներում նրանք կոչ էին անում «վերջացնել պատերազմը գերմանացիների դեմ և սկսել պայքարել իրական թշնամու՝ ցարի և կառավարության դեմ»: Ագիտացիոն հնարամտության օրինակ է *Նկ. 2.11*-ում պատկերված թռուցիկը, որում աթեիստ բոլշևիկները, մեղադրելով «կաշառված» ցարական իշխանությանը պատերազմի հարցում, դիմում են ոչ միայն զինվորներին, այլև բոլոր ուղղափառ քրիստոնյաներին:

[11] Российская социал-демократическая рабочая партия (большевиков)- РСДРП (б):

Солдаты! Православные!

Правительство, которое всегда и всюду объманывало васъ, оно объмануло васъ и теперь. Въ угоду Англіи, которая подкупила правительство, царь погналъ васъ на войну противъ Германіи и Австріи.

Чтобы не дать вамъ необходимыхъ внутреннихъ реформъ и главнымъ образомъ чтобы не надѣлить крестьянъ землею-царь и правительство затѣяли эту войну.

Какъ во время Японской войны, такъ и теперь въ Россіи происходитъ истребленіе народа:

Въ то время когда вы сражаетесь, въ городахъ козаки бьютъ рабочихъ, въ селахъ стражники избиваютъ крестьянъ! Опять тысячи невинныхъ ссылаютъ въ Сибирь.

Вспомните 1905 годъ!

Նկ. 2.11
Նախահեղափոխական շրջանի հակակառավարական-հակապատերազմական բովանդակության թռուցիկ:

Նկ. 2.12
Քաղաքացիական պատերազմում ծովակալ Կոլչակի դեմ պայքարի կոչող թռուցիկ:

Սակայն հարկ է ամրագրել, որ բոլշևիկների տեղեկատվական հաջողությունները հիմնականում պայմանավորված էին իրենց գաղափարախոսության գրավչությամբ, որը, մասնավորապես, խոստանում էր՝ հավասարություն, ազատել աշխատավորներին կապիտալիստական շահագործումից, հողը հանձնել գյուղացիներին, իսկ գործարանները՝ բանվորներին:

Նման գաղափարների տարածման խնդրում, թերևս, առավել գործուն էր բանավոր քարոզչությունը, որը հատկապես արդյունավետ էր, երբ համատեղվում էր պատերազմի դեմ այսպես կոչված «խրամատային ագիտացիայի» հետ: Այդ գործողությունների արդյունքում, մասնավորապես, դասալքությունը ճակատից ընդունեց զանգվածային բնույթ: Պատերազմական իրավիճակում գտնվող Ռուսաստանում կուտակվել էին բազմաթիվ տնտեսական, սոցիալական և այլ խնդիրներ, աճում էր բնակչության դժգոհությունը, և այդ պատճառով բոլշևիկյան տեղեկատվա-հոգեբանական գործողություններն էապես ներազդում էին հանրային տրամադրությունների և կողմնո-

րոշումների վրա: Պետք է հաշվի առնել նաև այն, որ բոլշևիկների գործունեությունն իր հերթին ավելի էր վատթարացնում իրավիճակը: Այս ամենին զուգահեռ՝ բոլշևիկներն իրենց պայքարում ունեին նաև դաշնակիցներ՝ ի դեմս օտարերկրյա հատուկ ծառայությունների: Օրինակ՝ հեղափոխական գործընթացների առանցքային դեմքերից էր գերմանական գլխավոր շտաբի գործակալ Ալեքսանդր Պարվուսը: Զուգահեռ գործում էին նաև Ռուսաստանի որոշ դաշնակիցների ծառայությունները, քանի որ կայսրության կազմալուծումը ցանկալի էր նաև նրանց համար:

Ի վերջո, վերոնշյալ, ինչպես նաև մի շարք այլ գործոնների համախումբը թույլ տվեց բոլշևիկներին 1917թ. հոկտեմբերին հեղաշրջում կատարել և երկարատև (1917-1922թթ.) քաղաքացիական պատերազմից հետո, որում տեղեկատվական գործողությունները նույնպես կարևոր դերակատարում ունեին, հաստատել իրենց իշխանությունը նախկին կայսրության մի զգալի հատվածում:

Տեղեկատվական համակարգի ձևավորումը հետհեղափոխական ժամանակաշրջանում. Խորհրդային պետությունն իր ստեղծման առաջին տարիներից տեղեկատվական խնդիրները բարձրացրեց ինստիտուցիոնալ մակարդակի: Արդեն 1920թ. կուսակցության Կենտրոնական կոմիտեի կազմում ստեղծվեց Ագիտացիոն-պրոպագանդիստական բաժինը՝ «Ագիտպրոպը», և այս բառակապակցությունը հետագայում ընկալվում էր որպես կոմունիստական քարոզչամեքենայի ընդհանրական անվանում: Շատ չանցած՝ 1922թ., Նիժնի Նովգորոդ քաղաքում սկսեց գործել այն ժամանակ ամենահզոր *Կոմինտերնի*[12] անվան ռադիոկայանը, որի նպատակն էր կոմունիստական գաղափարների տարածումն այլ երկրներում և ստեղծել «միացյալ ճակատ» կապիտալիզմի դեմ: Այս հայեցակարգն իր արտահայտությունն էր գտնում նաև պաստառներում (տե՛ս *Նկ. 2.13):* Սակայն հարկ է շեշտել, որ սոցիալիստական գաղափարախոսությունը ներկայացվող ժամանակաշրջանում իրոք շատ գրավիչ էր, և ոչ միայն Ռուսաստանում. դրա ապացույցն էին, մասնավորապես, սոցիալիստական հեղափոխությունների փորձերը եվրոպական երկրներում՝ Գերմանիայում և Հունգարիայում 1918-1919թթ.:

[12] Կոմինտերն *(коминтерн)* – կոմունիստական ինտերնացիոնալ:

Նկ. 2.13
Պաստառ, որում կոչ է արվում «միացյալ ճակատ» ստեղծել կապիտալիզմի դեմ պայքարելու համար:

Նկ. 2.14
Սովորելու կոչ անող պաստառ:

Նոր թափ ստացավ նաև կոմունիստական գաղափարախոսության և սկզբունքների ներքին քարոզչությունը: Բանակի բոլոր ստորաբաժանումներում և քաղաքացիական հիմնարկներում պարտադիր ներդրվեց լայն իրավասություններ ունեցող զինվորական կոմիսարների և կուսակցական կոմիտեների քարտուղարների ինստիտուտը, որոնց գործառույթների մեջ էր մտնում ժողովների, քաղպարապմունքների և այլ միջոցառումների կազմակերպումը, որոնցում, ի թիվս այլ հարցերի, քննարկվում էին նաև տվյալ կոլեկտիվի անդամների քաղաքական կողմնորոշումները և անգամ նրանց «բարոյական կերպարը»: Այդ միջոցառումներում հաճախ ներկայացվում էին կուսակցության գլխավոր թերթի՝ *«Պրավդայի» («Правда»)* առաջնորդող հոդվածները, որոնք փաստացի հրահանգներ էին տեղային կուսակցական կազմակերպությունների համար:

Կուսակցական բջիջներին զուգահեռ՝ ձևավորվեց նմանատիպ կոմերիտական և արհմիութենական համակարգ, որոնք նույնպես ունեին իրենց պաշտոնական տեղեկատվական մարմին-

ները՝ «Կոմսոմոլսկայա պրավդա» *(«Комсомольская правда»)* և *«Տրուդ» («Труд»)* թերթերը: Անգամ մանկապատանեկան պիոներական կազմակերպությունն ուներ իր գլխավոր թերթը՝ *«Պիոներսկայա պրավդա» («Пионерская правда»):* Բացի նշված համամիութենական նշանակության թերթերից, բոլոր խորհրդային հանրապետություններում և մարզերում լույս էին տեսնում դրանց տեղայնացված տարբերակները: Հայաստանում, օրինակ, հրատարակվում էր «Պիոներ կանչ» թերթը:

Այսպիսով, ձևավորվեց կենտրոնացված հիերարխիկ համակարգ, որում ներգրավված էին ինչպես կուսակցության գերագույն մարմինները՝ Քաղբյուրոն և Կենտրոնական կոմիտեն, այնպես էլ հանրապետությունների, մարզերի, քաղաքների, գյուղերի և առանձին հիմնարկների, կուսակցական, կոմերիտական և արհմիութենական կազմակերպությունները: Ստեղծված համակարգում առանձնահատուկ ուշադրություն էր դարձվում ցանկացած տեղեկատվական արտադրանքի բովանդակությանը: Նման հարցերով զբաղվում էր դեռևս 1922թ. հիմնված Գրականության և հրատարակչությունների գործերով գլխավոր վարչությունը, որը հայտնի էր *«Գլավլիտ»*[13] անվամբ: Այս մարմնի խնդիրն էր գրաքննության ենթարկել բոլոր հրատարակվող (մամուլի հոդվածներից մինչև բանաստեղծությունները), հեռարձակվող նյութերը, կինոֆիլմերը, բեմականացումները և գեղանկարչական, քանդակագործական ստեղծագործությունները:

Վերոնշյալ խստություններին զուգահեռ, որոնք արգելակում էին տեղեկատվական ոլորտի զարգացումը, Խորհրդային Միության ղեկավարությունը ընդհարվեց մի հիմնախնդրի, որին տրված լուծումները՝ գուցե և միջնորդավորված, զգալիորեն նպաստեցին հասարակությունում տիրող տեղեկատվական միջավայրի բարելավմանը: Այդ խնդրի էությունը հետևյալն էր:

Շրջափակման մեջ գտնվող խորհրդային պետությունն ուներ հեղափոխական շրջանում քայքայված տնտեսության վերա-

---

[13] «Գլավլիտ» - ռուս.՝ *Главное управление по делам литературы и издательств, Главлит.* Նշենք, որ գրաքննության ավանդույթն այս կամ այն ձևով բնորոշ է բոլոր հասարակարգերին, սակայն ինստիտուցիոնալ կառույցի տեսքով ձևավորվել է 1559թ., երբ կաթոլիկ եկեղեցին պաշտոնապես սկսեց հրատարակել այսպես կոչված «արգելված գրքերի ցուցիչը», որում ներկայացված էին արգելված գրականության ցուցակները: Այդ գործառույթից Վատիկանը պաշտոնապես հրաժարվեց 1966թ.:

կանգնման խնդիր և այն լուծելու համար անհրաժեշտ էին ամենատարբեր բնագավառների բարձրակարգ մասնագետներ, որակյալ տեխնիկական անձնակազմ և բանվորներ: Նման կադրեր պատրաստելու նպատակով ստեղծվեց գիտակրթական բավական մտածված համակարգ, որը և տվեց տպավորիչ արդյունքներ:

Լուծվեց բնակչության համընդհանուր գրագիտության խնդիրը (ամենահեռավոր գյուղերում գործում էր այսպես կոչված *«լիկբեզ»*[14] նախագիծը), հիմնվեցին բազմաթիվ ուսումնական և գիտական հաստատություններ, ձևավորվեց միութենական գրադարանային համակարգ (ամենափոքր իսկ բնակավայրերում հիմնադրվեցին գրադարաններ): Ստեղծվել էր (դեռևս 1920թ.) հատուկ մարմին՝ Գլխավոր քաղաքական-լուսավորչական կոմիտե[15], որը զբաղվում էր այդ խնդիրներով, և որը տարբեր անվանումներով ու ձևաչափերով գործում էր մինչև ԽՍՀՄ փլուզումը: Դրանցից առավել հայտնին «Գիտելիք» կազմակերպությունն էր, որն, ի դեպ, վերականգնվեց Ռուսաստանում 2016թ.՝ փոքր-ինչ այլ կառուցվածքով և նպատակներով: Սովորելու և գիտելիքներ ստանալու անհրաժեշտության հարցերն այդ մարմնի շնորհիվ լայնորեն քննարկվում և շրջանառվում էին մամուլում, ռադիոհաղորդումներում, կուսակցական, կոմերիտական և պիոներական հավաքներում: Այդ քարոզչությունն իր արտահայտությունն էր գտնում բազմաթիվ կարգախոսներում ու պաստառներում (տե՛ս *Նկ. 2.14):*

Վերոնշյալի համատեքստում ուշադրության արժանի է նաև հետևյալ հանգամանքը: Ռուսաստանյան մտավորականության մի զգալի մասը, չընդունելով բոլշևիկյան տոտալիտար համակարգը, տարբեր ճանապարհներով և զանազան հնարքներ կիրառելով, լքեց հայրենիքը: Մինչդեռ մտավորականության ներուժը խիստ անհրաժեշտ էր խորհրդային պետությանը: Այս հարցերը լուծելու նպատակով խորհրդային իշխանությունները դիմեցին մի շարք քայլերի: Առաջինն այն էր, որ գրավիչ աշխատանքային և կենցաղային պայմաններ առաջարկելով՝ փորձում էին հետ կանչել այլ երկրներում գտնվող գիտնականներին, արվեստագետներին և

[14] Լիկբեզ – ռուս.՝ *ликвидация безграмотности* (անգրագիտության վերացում) բառակապակցության հապավում:
[15] Ավելի հայտնի է *Գլավպոլիտպրոսվետ* (ռուս.՝ *Главполитпросвет*) անվամբ:

ընդհանրապես մտավորականությանը: Դա հետագայում կիրառվող այն մոտեցման նախադեպը հանդիսացավ, երբ իշխանություններն առավել կարևորում էին ոչ թե տվյալ անձի հավատարմությունը խորհրդային կարգերի հանդեպ, այլ նրա պրոֆեսիոնալ կարողությունները (բնականաբար, այս սկզբունքը գործում էր որոշակի սահմաններում, և «կարգազանցները» պատժվում էին ստալինյան ռեժիմի ամբողջ խստությամբ): Զուգահեռ՝ արտոնյալ պայմաններ էին ստեղծվում երկրում մնացած մասնագետների համար, որոնց մի զգալի մասը նույնպես թերահավատորեն էր տրամադրված տիրող կարգերի նկատմամբ: Նկատենք, որ Հայաստանում գիտության և կրթության հետ կապված հիմնախնդիրներին մեծ կարևորություն էր տալիս Ժողովրդական կոմիսարների խորհրդի նախագահ Ալ.Մյասնիկյանը (1886-1925թթ.): Նրա ծավալած գործունեությունը հենք հանդիսացավ Երկրորդ հանրապետության կայացման և հետագա զարգացման համար:

Վերը ներկայացվածի համատեքստում հարկ է վերհիշել, որ գիտակրթական խնդիրներին ուղղված քաղաքականությունը տեղեկատվական ռազմավարության մասն է կազմում: Այս համատեքստում կարելի է ամրագրել, որ գիտելիքների վրա խարսխված խորհրդային հանրության և ծայրահեղականացված գաղափարախոսական քարոզչության միջև գոյացած հակասությունները շարունակաբար խորացան և հետագայում դարձան խորհրդային համակարգի փլուզման հիմնական պատճառներից մեկը:

Սակայն նկարագրվող ժամանակաշրջանում խորհրդային տեղեկատվական ոլորտին բնորոշ վերոնշյալ հակասությունները չհանգեցրին որևէ քաղաքական փոփոխության կամ սոցիալական շարժման, և դա պայմանավորված էր ոչ միայն կառավարման ստալինյան ոճով: Սկսվեց Հայրենական պատերազմը, և ներքին խնդիրները նահանջեցին հետին պլան:

Տեղեկատվական քաղաքականությունը Հայրենական պատերազմում. Տեղեկատվական քաղաքականությունը Հայրենական պատերազմի տարիներին (1941-1945թթ.) Խորհրդային Միությունում զգալի փոփոխություններ կրեց: Արդեն պատերազմի առաջին օրերին՝ 1941թ. հունիսի 24-ին, ստեղծվեց *Սով-*

ինֆորմբյուրոն[16], որի պարտականությունների շրջանակում էր գտնվում ռազմական գործողությունների վերաբերյալ բնակչությանն իրազեկելը, ինչպես նաև ռադիոհաղորդումների և մամուլի միջոցով տարվող ագիտացիան: Այդ կառույցի աշխատանքների ծավալը բավական պատկառելի էր՝ 1171 թերթերի, 523 ամսագրերի և 23 երկրում տեղակայված ռադիոկայանների միջոցով ԽՍՀՄ-ում և նրա սահմաններից դուրս մարդիկ տեղեկացվում էին ֆաշիզմի դեմ խորհրդային բանակի պայքարի մասին: Բնորոշ է, որ Սովինֆորմբյուրոյի աշխատանքներին մասնակցում էին ԽՍՀՄ անվանի գրողները և մտավորականները, իսկ ռադիոհաղորդումները վարող Յուրի Լևիտանի ձայնի յուրահատուկ տեմբրը դարձավ պատերազմական ժամանակաշրջանի խորհրդանիշներից մեկը:

1941թ. հունիսի 25-ին հիմնադրվեց նաև Ռազմական-քաղաքական պրոպագանդայի բյուրոն, որի պարտականություններն էին՝ մշակել պատերազմական իրավիճակում վարվող հատուկ պրոպագանդայի բովանդակությունը, ձևերն ու մեթոդները և վերահսկել տեղեկատվական քաղաքականությունը: Այդ բյուրոյի աշխատանքային մարմինը դարձավ Գլխավոր քաղաքական վարչության 7-րդ բաժինը, իսկ ընդհանուր ղեկավարությունն իրականացնում էր Լև Մեխլիսը, որը Կուսակցական վերահսկման ժողովրդական կոմիսարիատի նախարարն էր և միաժամանակ՝ ԽՍՀՄ պաշտպանության նախարարի տեղակալը: Վերջինս ստալինյան վարչակարգի ամենաանողոք ներկայացուցիչներից մեկն էր և հայտնի էր իր կամայական հրամաններով, որոնց զոհ էին գնացել խորհրդային բանակի բազմաթիվ հրամանատարներ: Սակայն պետք է ընդունել, որ այդ կառույցը պատերազմի ընթացքում մեծ ծավալի աշխատանք կատարեց:

Մասնավորապես, 20 օտար լեզուներով տպագրվեց և տարածվեց շուրջ 20 հազար անուն պրոպագանդիստական նյութ (թռուցիկներ, թերթեր, ամսագրեր և գրքույկներ), որոնց ընդհանուր տպաքանակը հասնում էր 3 մլրդ-ի: Այս գործունեության շրջանակներում չէր անտեսվում կինոյի դերը, հաղորդումներն ուղեկցվում էին հայրենասիրական երգերով: Օրինակ, հայտնի

[16] *Սովինֆորմբյուրո* – ռուս.՝ *Советское информационное бюро* (Սովետական տեղեկատվական բյուրո) բառակապակցության հապավում:

Նկ. 2.15
Հայրենական պատերազմի տարիներին պայքարի և զգոնության կոչող՝ մեծ տարածում գտած պաստառներ։

«Вставай, страна огромная» («Կանգնի՛ր ոտքի, անծայրածիր երկիր») ազդու երգի կատարումը դարձել էր բազմաթիվ քարոզչական հաղորդումների լեյթմոտիվը։ Ռազմական-քաղաքական բյուրոն կազմակերպում էր նաև պաստառների և թռուցիկների զանգվածային տպագրումը (տե՛ս *Նկ. 2.15),* որոնք լայնորեն տարածվում և տեղադրվում էին հասարակական վայրերում անգամ նախորդ դարի 60-ական թվականներին։

Ուշադրության արժանի է այդ բյուրոյում մշակված բազմաթիվ տեղեկատվա-հոգեբանական գործողություններից հետևյալը։ Ստալինգրադյան ճակատամարտի ժամանակ առաջին գծում տեղադրված բարձրախոսներից սփռվում էին գերմանացիների սիրած մեղեդիները, որոնք ընդհատվում էին Ստալինգրադում գերմանացիների կրած պարտությունների վերաբերյալ հաղորդումներով։ Տպավորիչ էր նաև մյուս հնարքը. բարձրախոսներից լսվում էին վայրկյանները հաշվող թակոցներ, որոնք ընդհատվում էին յոթերորդ հարվածից հետո։ Դրան հետևում էր գերմաներեն հայտարարություն այն մասին, որ ամեն 7 վայրկյանը մեկ ճակատում զոհվում է մեկ գերմանացի զինվոր։ Այս գործողությունը կրկնվում էր մի քանի անգամ, որից հետո հաղորդվում էր ուրախ պարային երաժշտություն։

Պատերազմի տարիներին տեղեկատվական քաղաքակա-նությունում կատարվեցին նաև գաղափարախոսական բնույթի փոփոխություններ։ Եթե հետհեղափոխական շրջանում այն ամենը, ինչ վերաբերում էր Ռուսաստանի պատմությանը, «դասակարգային» տեսակետից կամ պախարակվում էր, կամ էլ լռության մատնվում, ապա պատերազմի ընթացքում սկսեցին հաճախ հիշատակվել լեգենդար զորավարներ Ալեքսանդր Նևսկու, Ալեքսանդր Սուվորովի, Միխայիլ Կուտուզովի և այլոց անունները։ Հիմնվեցին այդ զորավարների անունները կրող շքանշաններ։ Ի լրումն, բանակում վերականգնվեցին որոշ զինվորական կոչումներ և անգամ ուսադիրները, որոնք նախկինում համարվում էին ցարական սպայության խորհրդանիշը։ Մեկ այլ հրամանագրով 1942թ. վերացվեց զինվորական կոմիսարների ինստիտուտը (որոնք ունեին նույնքան իրավունքներ, որքան և հրամանա-տարները), հաստատվեց միահրամանատարություն, այսինքն՝ սահմանափակվեցին կուսակցական ինստիտուտների իրավա-սությունները։

Որպես ռազմավարական քայլ պետք է ընդունել նաև եկեղեցու նկատմամբ դիրքորոշման փոփոխությունը։ Մեծ ընդմիջումից հետո՝ 1943թ., տեղի ունեցան Ամենայն Ռուսիո պատրիարքի ընտրությունները, իսկ հավատացյալների հայրենասիրական արտահայտումները լայնորեն լուսաբանվում էին մամուլում։ 1945թ. տեղի ունեցան ընտրություններ նաև Էջմիածնում, Ամենայն Հայոց կաթողիկոս ընտրվեց Գևորգ VI-ը, ով, ի դեպ, պատերազմի տարիներին ակտիվ մասնակցություն էր ունեցել «Սասունցի Դավիթ» և «Գեներալ Բաղրամյան» տանկային շարասյուների ստեղծման համար համահայկական հանգանակություն հավա-քելու գործում։

Համառոտ ներկայացված այս գործընթացները և, ընդհան-րապես, 1941-1945թթ. տեղեկատվական քաղաքականությունը կարևոր դեր կատարեցին Հայրենական պատերազմում հաղթանակի կերտման գործում։ Խորհրդային ժողովուրդը 1945թ. մայիսի 15-ին լսեց *Սովինֆորմբյուրի* վերջին պատերազմական հաղորդագրությունն այն մասին, որ «բոլոր ճակատներում գերմանացի ռազմագերիների ընդունումն ավարտված է»։ Սակայն մայիսի 9-ին ավարտվեց պատերազմի «տաք փուլը», մինչդեռ տեղեկատվական ոլորտում պատերազմը շարունակվեց։

Դա պայմանավորված էր այսպես կոչված «Սառը պատերազմով»[17], որում միմյանց դեմ պայքարում էին արդեն նախկին դաշնակիցները:

Տեղեկատվական քաղաքականությունը հետպատերազմյան փուլում. Պատերազմում տարած հաղթանակն աննախադեպ բարձրացրել էր ԽՍՀՄ հեղինակությունն աշխարհում, և այդպիսով բարենպաստ պայմաններ էին ստեղծվել կոմունիստական գաղափարախոսության տարածման համար: Այս խնդրում մեծ նշանակություն ձեռք բերեցին տարբեր երկրների կոմունիստական կուսակցությունները և նրանց տեղեկատվական միջոցները: Օրինակ, Ֆրանսիայում ժողովրդականություն էին վայելում *«Յումանիտե»* (*«L'Humanité»* - «Մարդկություն»), իսկ Իտալիայում՝ *«Ունիտա»* (*«L'Unità»* - «Միասնություն») կոմունիստական թերթերը, որոնք հիմնադրվել էին դեռևս նախապատերազմյան ժամանակաշրջանում: «Սառը պատերազմի» պայմաններում ընթացող տեղեկատվական հակամարտությունում «ձախ մամուլը» հանդիսանում էր կապիտալիստական համակարգի հիմնական ընդդիմախոսը:

Այլ օրինաչափություններ էին գործում ԽՍՀՄ ներսում, որտեղ պատերազմի ավարտից հետո տեղեկատվական ոլորտում հաստատվում է փոքր-ինչ անորոշ և երկիմաստ շրջան: Ակնհայտ էր, որ ռազմական իրավիճակին հարիր տեղեկատվական քաղաքականությունը խաղաղության պայմաններում արդյունավետ չէր կարող լինել: Ժամանակավրեպ կլիներ նաև երեսնական թվականների մեթոդներին վերադառնալը. այդ փուլում դեռևս նոր էին «կերտվում» խորհրդային մարդը և հասարակությունը, մինչդեռ հետպատերազմյան շրջանում իշխանությունները գործ ունեին հսկայական կորուստների գնով պատերազմում հաղթած և այդպիսով նույն խորհրդային կարգերը պաշտպանած հանրության հետ:

Այս ամենի համատեքստում պետք է նորից փաստել, որ տեղեկատվական քարոզչությունը ԽՍՀՄ-ում վերածվել էր

[17] Սառը պատերազմ՝ աշխարհաքաղաքական և աշխարհատնտեսական սուր դիմակայություն երկու գաղափարախոսական բևեռների՝ ԽՍՀՄ-ի և ԱՄՆ-ի միջև 1946-1989թթ., որում ներգրավված էին այդ տերությունների դաշնակիցները և գործընկերները: Այս եզրի հեղինակն է համարվում *Ջորջ Օրուելը:*

կառավարման գործուն միջոցի, որն անհրաժեշտության դեպքում ուղեկցվում էր նաև ռեալ գործողություններով՝ քաղաքական և վարչական բռնաճնշումներով *(ռեպրեսիաներով)*: Ըստ ամենայնի, խորհրդային իշխանությունները, ի դեմս գեներալիսիմուս[18] դարձած Ի.Ստալինի, հետպատերազմյան շրջանում չէին պատրաստվում ձեռնարկել որևիցե նոր սկզբունքային մոտեցում տեղեկատվական և ընդհանրապես քաղաքական ոլորտում: Իսկ նրանք, ովքեր համարձակվում էին ինքնուրույն քայլեր կատարել, հայտնվում էին անվտանգության ծառայությունների նկուղներում կամ *«արխիպելագ ԳՈՒԼԱԳ»*-ի[19] ճամբարներում:

Միևնույն ժամանակ, սոցիալիստական գաղափարախոսության մենատիրությունը հասարակությունում առաջացրել էր բազմաթիվ խնդիրներ, որոնք վանում էին մարդկանց այդ ոգով տարվող քարոզչությունից: Նման պարագայում սկսում է գործել քարոզչության և իրականության միջև խզման արդեն հիշատակված մեխանիզմը, երբ անգամ բարձր մակարդակով կատարվող ագիտացիոն-պրոպագանդիստական աշխատանքը կորցնում է արդյունավետությունը: Միակուսակցական պրոպագանդան դեռևս նախապատերազմյան շրջանում ձևավորված զարգացած հասարակության համար, ինչպես նշել ենք վերը, անհամոզիչ էր: Արդյունքում՝ հանրությունում ձևավորվել էր սոցիալական մի ստվար շերտ, որի ներկայացուցիչների գիտելիքները և վերլուծաբանական կարողությունները թույլ էին տալիս ադեկվատ ընկալել իրականությունը և գալ համապատասխան եզրակացությունների:

Ստեղծված իրավիճակով մտահոգ էր նաև կուսակցական վերնախավի մի մասը: Դրանց թվին էր պատկանում Նիկիտա Խրուշչովը (1894–1971թթ.), որը Ստալինի մահվանից հետո (1953թ.) կարողացավ իր ձեռքը վերցնել իշխանությունը: Առաջնորդի մահը, համաձայն այդ շրջանի գիտակների, ուղեկցվեց յուրովի տեղեկատվական գործողությամբ: Համաձայն այդ վարկածի, առաջ-

---

[18] Մինչ Ստալինը նման բարձրագույն զինվորական կոչում Ռուսաստանում ստացել էր զորավար Ալեքսանդր Սուվորովը (1730–1800թթ.):

[19] *ԳՈՒԼԱԳ* – ռուս.՝ *Главное управление лагерей* բառակապակցության հապավումն է՝ *ГУЛАГ:* Այս արտահայտությունը տեղեկատվական շրջանառության մեջ է մտել Ալեքսանդր Սոլժենիցինի *«Արխիպելագ ԳՈՒԼԱԳ»* գրքի շնորհիվ, որտեղ նա փաստագրական վկայությունների հիման վրա նկարագրել էր ստալինյան ճամբարներում տիրող անողոք բարքերը և քաղաքական ճնշումների համակարգը:

նորդը մահացել էր մարտի 1-ին, սակայն հանրությունում անսպասելի լուրից շփոթ չառաջացնելու, ինչպես նաև ղեկավար պաշտոնների հետ կապված խնդիրները կարգավորելու նպատակով մարտի 1-5-ը բոլոր լրատվամիջոցները հատուկ հաղորդագրություններ էին արձակում առաջնորդի առողջական վատ վիճակի մասին, իսկ մահվան լուրը հայտարարվեց միայն մարտի 5-ին:

Տեղեկատվական ոլորտը հետստալինյան ժամանակաշրջանում. Խորհրդային նոր ղեկավարությունը Ն.Խրուշչովի նախաձեռնությամբ դատապարտեց Ստալինի պաշտամունքը (այսպես կոչված «անհատի կուլտը»), *ԳՈՒԼԱԳ-ից* ազատագրվեց քաղաքական բանտարկյալների մի զգալի մասը, տեղի ունեցավ քաղաքական, հասարակական և տեղեկատվական համակարգի որոշակի ազատականացում[20]: Այդ տարիներին մեծ տարածում էր գտել ականավոր գրող Իլյա Էրենբուրգի «Ձնհալ» *(«Оттепель»)* վեպը, որի անունով էլ հետագայում սկսեցին անվանել այդ ողջ ժամանակաշրջանը:

ԽՍՀՄ հասարակական-քաղաքական կյանքում տեղի ունեցան որակական փոփոխություններ. մամուլում, ռադիո- և հեռուստատեսային հաղորդումներում հայտնվեցին տեղեկություններ, անկեղծ քննարկումներ ու վերլուծություններ երկրում տեղ գտած բազմաթիվ հիմնախնդիրների մասին, բացահայտվում և նկարագրվում էին ստալինյան բռնաճնշումները և այլն: Ավելի անկողմնակալ, քան նախկինում, սկսեց լուսաբանվել նաև «երկաթե վարագույրից» այն կողմ գտնվող երկրների հասարակական և քաղաքական կյանքը: Ձևավորվեց արձակագիրների, պոետների և հրապարակախոսների մի մեծ խումբ (Ալ.Սոլժենիցին, Վ.Շալամով, Վ.Ակսյոնով, Վ.Նեկրասով, Եվ.Եվտուշենկո, Ա.Վոզնեսենսկի և շատ ուրիշներ), որոնց ստեղծագործությունները տպագրվում էին *«Новый мир», «Юность», «Москва»* և հեղինակություն ու ժողովրդականություն վայելող այլ ամսագրերում: Զգալի առաջընթաց գրանցվեց նաև կինոյի, բեմարվեստի և ընդհանրապես արվեստի բոլոր ոլորտներում: Ըստ արդի հասարակագետների գնահատականների, Ստալինից հետո

[20] Ավելորդ չէ հիշատակել, որ ազատականացման գործընթացում Ն.Խրուշչովի ակտիվ աջակիցներից էր Քաղբյուրոյի անդամ Անաստաս Միկոյանը (1895-1978թթ.):

ԽՍՀՄ կառավարման տոտալիտար համակարգը վերածվեց անհամեմատ ավելի մեղմ *ավտորիտար*[21] վարչակարգի:

«Ձնհալի» ժամանակաշրջանում ազատամիտ ստեղծագործությունների տարածումը պետք է դասել տեղեկատվական գործողությունների շարքին, քանի որ դրանք, իրենց գեղարվեստական նշանակությունից բացի, էական ազդեցություն ունեցան հասարակության աշխարհայացքային և գաղափարական կողմնորոշումների վրա: Այս հանգամանքը, ի թիվս մի շարք այլ գործոնների, խիստ անհանգստացնում էին կուսակցական վերնախավի մի մասին և արդյունքում՝ Խրուշչովը 1964թ. պաշտոնանկ արվեց:

Հետխրուշչովյան ժամանակահատվածում, որը ստացավ «լճացում» կամ, ինչպես ընդունված էր այդ տարիներին՝ *«զաստոյ»* անվանումը[22], տեղի ունեցան նկատելի խստացումներ: Սակայն դրանք հեռու էին ստալինյան դարաշրջանում կիրառվողներից: Դա պայմանավորված էր նրանով, որ «ձնհալի» արդյունքում խորհրդային հանրության մի զգալի հատվածի աշխարհընկալումներն արդեն անդառնալիորեն փոխվել էին, ինչն ընկալում էին նաև իշխանությունները: Տեղեկատվական նոր միջավայրն ազդել էր նաև *«նոմենկլատուրայի»*[23] հոգեկերտվածքի վրա, և նրանք ավելի հանդուրժողական էին դարձել: Ստեղծված իրավիճակում ուղղակի անհնար էր կիրառել բռնաճնշումների նախկին մեթոդները: Սակայն տեղեկատվական ոլորտի ազատականացման գործընթացը նկատելի արգելակվեց, մասնավորապես՝ գրեթե անհետացան ստալինյան դարաշրջանի բռնաճնշումներին վերաբերող հրապարակումները:

Բայց հասարակության ոչ բոլոր անդամներն էին համաձայն նման քաղաքականության հետ, և հենց այդ տարիներին ԽՍՀՄ-ում սկիզբ առավ այլախոհական՝ *«դիսիդենտական»* շարժումը:

---

[21] Ավտորիտարիզմ (լատ. *auctoritas* — իշխանություն, ազդեցություն) - քաղաքական ռեժիմ, վարչակարգ, որում իշխանություն կրողը հայտարարում է իշխանություն ունենալու իր իրավունքը:

[22] *«Застой»* - այսպես է բնութագրվում խորհրդային պատմության 1964-1986թթ. ժամանակահատվածը, երբ ԽՍՀՄ ղեկավարն էր կուսակցության գլխավոր քարտուղար Լեոնիդ Բրեժնևը:

[23] *«Նոմենկլատուրա»* (ռուս.՝ *номенклатура)* – վերադաս կուսակցական մարմինների կողմից նշանակվող պատասխանատու աշխատողների սոցիալական շերտը ԽՍՀՄ-ում:

Այլախոհական շարժման և օտարերկրյա կառույցների տեղեկատվական գործողությունները ԽՍՀՄ-ում. Հայտնի է, որ առանձին այլախոհներ և այլախոհական շարժումներ եղել են համաշխարհային պատմության գրեթե բոլոր փուլերում, և այդ երևույթը հասարակության զարգացման տեսանկյունից հաճախ կարևոր նախապայման է հանդիսանում: Օրինակ, աշխարհիկ մոտեցումներ ցուցաբերելու դեպքում այլախոհական կարելի է անվանել դեռևս մեր թվարկության առաջին դարում սկիզբ առած քրիստոնեական շարժումը: Միևնույն ժամանակ, այլախոհների դեմ պայքարի դասական օրինակ են նաև միջնադարյան ինկվիզիցիայի գործողությունները հերետիկոսների դեմ և այլն: Արդեն նոր ժամանակաշրջանում այլախոհական շարժումներ էին ձևավորվում ոչ միայն խորհրդային, այլև այլ երկրների հասարակություններում: Սակայն տարբեր երկրներում ինչպես այլախոհների գործունեությունը, այնպես էլ նրանց դեմ պայքարը յուրովի էր իրականանում: Օրինակ, Վիետնամում 1965-1974թթ. պատերազմին ԱՄՆ մասնակցության դեմ շարժման 65 հազ. մասնակից, ի նշան բողոքի, դասալքեց ամերիկյան բանակը: Սակայն ամերիկյան լրատվամիջոցները կարողացան այդ շարժումը ներկայացնել որպես խաղաղության համար պայքար և ամերիկյան ժողովրդավարության հաղթանակ: Հատկանշական է, որ այսօր նույնպես ձևավորվում են այլախոհական շարժումներ՝ ուղղված, օրինակ, տոտալիտար հատկանիշներ ձեռք բերած ազատական գաղափարախոսության դեմ, և այդ հարցերին մենք հետագայում կանդրադառնանք: Սակայն վերադառնանք ԽՍՀՄ:

Հակախորհրդային այլախոհական շարժման կորիզը կազմում էին այն մտավորականները, որոնք ոչ միայն քննադատաբար էին գնահատում «կուսակցության և կառավարության» գործունեությունը, այլև իրենց մտքերը և մոտեցումներն արտահայտում էին նամակների, հոդվածների ձևով, իսկ 1960-ականների վերջից՝ անգամ բողոքի ցույցեր կազմակերպելով: Նման չարտոնված խոշոր ցույց տեղի ունեցավ 1965թ. ապրիլի 24-ին Երևանում, Ցեղասպանության 50-րդ տարելիցի կապակցությամբ: Հատկանշական է, որ այդ տարիներին այլախոհական և ազգային շարժումները գրեթե սերտաճել էին:

Չարտոնված ցույցի օրինակ է նաև 1968թ. օգոստոսի 25-ին Մոսկվայի Կարմիր հրապարակում կազմակերպված բողոքի

ակցիան ընդդեմ խորհրդային զորքերի Չեխոսլովակիա մտնելուն: Ինչպես հայտնի է, ԽՍՀՄ դաշնակից այդ սոցիալիստական երկրում սկիզբ էր առել հասարակական-քաղաքական շարժում (որը հետագայում ստացավ «Պրահայի գարուն» անվանումը)՝ համակարգային բարեփոխումներ, այդ թվում՝ տեղեկատվական ոլորտում (մասնավորապես, ենթադրվում էր վերացնել գրաքննությունը) կատարելու նպատակով: Այդ գործընթացները կասեցվեցին 1968թ. օգոստոսի 21-ին իրականացված ԽՍՀՄ և նրա դաշնակիցների ռազմական միջամտության արդյունքում:

Այլախոհական պայքարը հիմնականում տեղեկատվական բնույթ էր կրում: Խորհրդային հանրությունում սկսեցին տարածվել ինչպես *«Գլավլիտի»* կողմից արգելված գեղարվեստական գրքերը, այնպես էլ զուտ տեղեկատվական բնույթի նյութեր: Այդ գրքերը և նյութերը, որոնք գլխավորապես բազմացվում էին տպագրական մեքենաների և բավական պարզունակ այլ տեխնիկական սարքերի միջոցով[24], ստացան *«Սամիզդատ»* անվանումը: Հայտնի է, որ այդ անվանումն առաջին անգամ գործածության մեջ է դրել բանաստեղծ Ն.Գլազգովը, որին գրաքննությունն արգելում էր հրատարակվել պաշտոնական ամսագրերում: Սակայն դա չվհատեցրեց պոետին, և նա, իր մեքենագիր բանաստեղծությունների տիտղոսաթերթին տպագրելով *«Самсебеиздат»* (*ինքս ինձ հրատարակող*), սկսեց տարածել դրանք մտերիմների շրջապատում: 1960-ականների կեսերին այդ արտահայտությունը փոխարինվեց ավելի համառոտ *«սամիզդատ» (самиздат)* տերմինով:

«Լճացման» տարիներին մտավորական շրջանակներում մեծ պահանջարկ ունեին Ալ.Սոլժենիցինի *(տե՛ս Նկ. 2.16)*, Մ.Բուլգակովի, Ալ.Զինովևի և այլ հեղինակների՝ *«սամիզդատի»* միջոցով տարածվող գրքերը: *«Սամիզդատին»* զուգահեռ՝ տարածվում էր նաև ամենազանազան խողովակներով ԽՍՀՄ ներթափանցած *«տամիզդատը» («тамиздат»,* այսինքն՝ այնտեղ, նկատի ունենալով արտասահմանը, հրատարակված): Վերջինիս միջոցով կարելի էր ծանոթանալ արևմտյան երկրներում տպագրված խորհրդային և օտարերկրյա հեղինակների գեղարվեստական (ինչպես, օրինակ, Բ.Պաստերնակի «Դոկտոր Ժիվագոն»), այնպես էլ հասարա-

[24] Տպագրության համար հաճախ օգտագործվում էր ծխախոտի գլանակների համար նախատեսված թուղթը (*«папиросная бумага»),* որը բարակ էր և թույլ էր տալիս պատճենող թղթերի միջոցով միանգամից տպագրել մինչև 6-7 օրինակ:

Նկ. 2.16
Ալ.Սոլժենիցինի հանրահայտ գրքի «սամիզդատ» օրինակը:

կական-քաղաքական ուղղվածության (օրինակ՝ Ռ.Կոնկվեստի «Մեծ ահաբեկչություն. 30-ականների ստալինյան բռնաճնշումները», Ա.Ավտորխանովի «Ստալինի մահվան գաղտնիքը. Բերիայի դավադրությունը») գրքերին կամ դրանց կրկնօրինակներին:

Բացի այդ, տարբեր եղանակներով տարածվում էին տեղեկատվական բնույթի նյութեր, որոնցում ներկայացվում էին պաշտոնական մամուլում տեղ չգտած փաստերն այլախոհների գործունեության և այլ իրադարձությունների վերաբերյալ: Որպես առաջին նման տեղեկագիր համարվում է Ռ.Պիմենովի՝ 1959թ. լույս տեսած *«Ինֆորմացիան»,* իսկ առավել հայտնի էր *«Хроника текущих событий»* («Ընթացիկ իրադարձությունների քրոնիկոնը»), որը լույս էր տեսնում 1968–1983թթ.: Այդ քրոնիկոնի *Նկ. 2.17-ում* պատկերված թերթիկում, մասնավորապես, տեղեկություն է տրվում այլախոհ Հենրիխ Ալթունյանի դատավարության մասին:

Միևնույն ժամանակ, խորհրդային համակարգի առանձնահատկություններից մեկն այն էր, որ բացի խիստ գաղափարականացված տարաբնույթ պաշտոնական հրապարակումներից և նույն *«սամիզդատից»* ու *«տամիզդատից»,* երբեմն ստեղծվում և մեծ տպաքանակով հրատարակվում կամ նկարահանվում էին արժեքավոր ստեղծագործություններ, որոնք զգալի ազդեցություն էին գործում հասարակական տրամադրությունների վրա:

Օտարերկրյա ռադիոհաղորդումների դերակատարումը. Հարկ է փաստել, որ, չնայած այլախոհների և նրանց «տեղեկատվական արտադրանքը» տարածողների ջանքերին, *«սամիզդատը»* և *«տամիզդատը»* մատչելի էին հանրության սահմանափակ շրջանակին: Այլընտրանքային տեղեկատվության հիմնական աղբյուրն օտարերկրյա ռադիոհաղորդումներն էին, որոնք բավական մանրակրկիտ լուսաբանում էին ինչպես այլախոհների գործունեությունը, այնպես էլ բանավոր ընթերցում էին վերոնշյալ «հրատարակչությունների» «արտադրանքը»:

ГОД ПРАВ ЧЕЛОВЕКА В СОВЕТСКОМ СОЮЗЕ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

ХРОНИКА ТЕКУЩИХ СОБЫТИЙ

Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ.

Всеобщая Декларация Прав Человека, ст. 19

Выпуск 6/11/

31 декабря 1969г.

СОДЕРЖАНИЕ: Исключение А.И.Солженицына из Союза писателей.- П.Г.Григоренко. О специальных психиатрических больницах.- Политзаключенные Владимирской тюрьмы.- Голодовки в политлагерях.- Следствие по делу офицера флота Гаврилова Г.В. и др. продолжается. - Арест Владимира Гержуни.- Аресты московских студентов.- Задержание, арест и суд над Виктором Красиным.- Арест Натальи Горбаневской.- Суд над Владимиром Борисовым /Ленинград/. - Суд над Генрихом Алтуняном.- Репрессии против членов инициативной группы. - Внесудебные политические преследования.- Новости Самиздата. - Краткие сообщения.- Дополнения и исправления. - Репрессии 1969г.

Նկ. 2.17
«Սամիզդատի» կողմից տարածվող «Ընթացիկ դեպքերի քրոնիկոն» տեղեկագրի համարներից մեկի առաջին էջը:

Այստեղ կարևոր է հաշվի առնել, որ այլախոհական շարժումը զարգանում էր այսպես կոչված «Սառը պատերազմի» համատեքստում, որի կարևորագույն բաղադրիչն էր ագիտացիոն-պրոպագանդիստական հակամարտությունը: Տեղեկատվական գործողությունների ոլորտում առավել ակտիվ էին ԽՍՀՄ մրցակիցները, որոնք, մասնավորապես, կարողացան կազմակերպել տպավորիչ և արդյունավետ հակասովետական քարոզչություն

«Ամերիկայի ձայն», «Ազատություն», *BBC*, «Գերմանական ալիք» և այլ ռադիոկայանների միջոցով: Տեղեկատվական այդ գործողություններում (ինչպես և այն ամենում, ինչը կապ ուներ այլախոհական շարժման հետ) կարևոր դերակատարում ունեին նաև հատուկ ծառայությունները:

Ռադիոպրոպագանդան ավելի քան ինտենսիվ էր. օրինակ, «Ամերիկայի ձայնի» ամենօրյա հաղորդումները ԽՍՀՄ ժողովուրդների տարբեր լեզուներով (այդ թվում՝ հայերենով) տևում էին մինչև 16.5 ժամ: Համաձայն որոշ գնահատականների, չնայած ռադիոհաղորդումների նկատմամբ կիրառվող տեխնիկական խլացումներին[25]՝ օտարերկրյա կայանների ծրագրերն ամեն օր ունկնդրում էր մինչև մի քանի միլիոն մարդ:

Ռադիոլսողների շրջանակը լայն էր, «թշնամական ձայնը»[26] լսում էին ոչ միայն այլախոհները կամ տիրող կարգերի հանդեպ քննադատական տրամադրություններ ունեցողները, այլև սոցիալական գրեթե բոլոր շերտերի, որոնց թվում՝ *«նոմենկլատուրայի»* ներկայացուցիչները: Այս հանգամանքը հաշվի էր առնվում հաղորդումների պատասխանատուների կողմից, և ծրագրերի ստեղծման գործում ներգրավում էին ամենատարբեր ոլորտի մասնագետների՝ սոցիալ-հոգեբանների, գովազդի գիտակների և այլն: Բացի քաղաքական-տեղեկատվական թեմաներից, ռադիոծրագրերում հատուկ տեղ էին գրավում արևմտյան մշակույթի և արժեհամակարգի վերաբերյալ հաղորդումները: Մասնավորապես, խորհրդային երիտասարդության մի հատվածը տարված էր ջազային երաժշտությամբ և առանձնակի ուշադրությամբ ունկնդրում և ձայնագրում էր այն հաղորդումները, որոնք վարում էր ջազի խոշոր գիտակ Ուիլիս Կոնովերը:

---

[25] Ռադիոխլացման նպատակով կառուցվել էր մոտ 1400 հատուկ կայան:

[26] ԽՍՀՄ-ում օտարերկրյա հաղորդումները կատակով անվանում էին *«вражеский голос»*.

***

Խորհրդային Միության տեղեկատվական ոլորտում ստեղծված ավելի քան երկիմաստ իրավիճակը, երբ պաշտոնական քարոզչությունը հետևողականորեն զիջում էր դիրքերը, բնականաբար, անհանգստացնում էր ոլորտի պատասխանատու խորհրդային «նոմենկլատուրային»: Այս և մի շարք այլ կարևոր իրողությունները հիմք հանդիսացան, որպեսզի *«նոմենկլատուրան»* հերթական քաղաքական շրջադարձը կատարի:

2.9 Խորհրդային համակարգի փլուզումը և հետխորհրդային տեղեկատվական ոլորտի առանձնահատկությունները

«Սառը պատերազմի» ժամանակաշրջանում խորհրդային գաղափարախոսական համակարգը ենթարկվեց լուրջ փորձությունների: Հետագա զարգացումները ցույց տվեցին, որ այդ համակարգը չկարողացավ արժանավայել դիմակայել ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին տեղեկատվական մարտահրավերներին: Գաղափարախոսական այլընտրանք առաջացնող տեղեկատվական գործողությունները, ի թիվս քաղաքական, տնտեսական և այլ գործոնների, թելադրեցին ԽՍՀՄ ղեկավարությանը, սկսած 1986-ից, իրագործել սկզբունքային բարեփոխումներ: Դրանց նպատակն էր խորհրդային համակարգն ավելի ադեկվատ և մրցունակ դարձնել աշխարհում ընթացող զարգացումների նկատմամբ: Նման շրջադարձն իր տրամաբանությամբ հիշեցնում էր «ձնհալի» փուլում կատարվածը: Սակայն այդ նոր ժամանակաշրջանը՝ *«պերեստրոյկան»*[27] (ԽՍՀՄ նորանշանակ ղեկավար Մ.Գորբաչովի կարգախոսն էր), ի տարբերություն խրուշչովյան «ձնհալի», հանգեցրեց ԽՍՀՄ փլուզմանը 1991թ.:

«Պերեստրոյկայի» ընթացքում շեշտակի ազատականացվեցին խորհրդային կյանքի գրեթե բոլոր ոլորտները: Նախկին այլախոհներն ընտրվում էին համամիութենական համագումարների և հանրապետական Գերագույն խորհուրդների պատգամավորներ, տեղեկատվական տարածքը լի էր ազատամիտ հոդվածներով և հաղորդումներով, հայտնվում էին նոր թերթեր ու ամսագրեր: Այս գործընթացներին ակտիվորեն միացան նաև օտարերկրյա տեղեկատվական կառույցները և այլ ծառայություններ, որոնք

[27] *«Պերեստրոյկա», «перестройка»* - վերակառուցում:

«պերեստրոյկա» երևույթի մեջ տեսան փայլուն հնարավորություններ սեփական աշխարհաքաղաքական նպատակներն իրագործելու առումով:

Եթե այդ բուռն շրջանը և ԽՍՀՄ փլուզումը դիտարկենք տեղեկատվական խնդիրների տեսանկյունից, ապա պետք է հաշվի առնել ոչ միայն այն, որ խորհրդային *«ագիտպրոպը»* կորցրել էր նախկին հեղափոխական ավյունը և դարձել դոգմատիկ ու կազմալուծված համակարգ: Կատարվածի օրինաչափությունը պայմանավորված էր (ի թիվս տարաբնույթ օբյեկտիվ և ոչ օբյեկտիվ այլ գործոնների) նաև նրանով, որ աշխարհը թևակոխել էր չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխությունների դարաշրջան, իսկ խորհրդային հանրությունն իր մի շարք հատկանիշներով ավելի քան մոտ էր «տեղեկատվական հասարակությունների» վերաբերյալ Յու.Հայաշիի և Դ.Բելի պատկերացումներին (տե՛ս գլուխ 1-ի *1.6 ենթագլուխը*): «Պերեստրոյկայի» բարդ գործընթացների տրամաբանությունն ըմբռնելու համար նպատակահարմար է վերստին անդրադառնալ խորհրդային տեղեկատվական ընդհանրական ռազմավարությունում գիտակրթական ոլորտին վերաբերվող առանձնահատկություններին:

Հեղափոխությունից գրեթե անմիջապես հետո խորհրդային իշխանությունները մշակում և հետևողականորեն սկսում են իրագործել երկրի գիտատեխնոլոգիական զարգացմանն ուղղված քաղաքականություն: Բավական է նշել, որ անգամ քաղաքացիական պատերազմի տարիներին՝ 1918-1919թթ., հիմնվել էր 33 խոշոր գիտական ինստիտուտ, իսկ 1927թ. երկրում արդեն գործում էր շուրջ 90 հետազոտական հաստատություն:

Գիտատեխնիկական ոլորտի զարգացումն առավել մեծ թափ առավ հետպատերազմյան փուլում: Օրինակ, 1975թ. ԽՍՀՄ-ում գիտական կառույցների աշխատակիցների թիվը շուրջ 1 մլն էր, ինչը կազմում էր աշխարհի գիտաշխատողների թվի մոտ մեկ քառորդը, իսկ աշխատունակ բնակչության 80%-ն ուներ բարձրագույն կամ թերի բարձրագույն կրթություն: Եթե հաշվի առնենք ոչ միայն ակադեմիական, այլև գերատեսչական ենթակայության հետազոտական հաստատությունները, ապա, համաձայն գնահատականների, դրանց թիվն անցնում էր 5-6 հազարից:

Հարկ է նաև փաստել այն կարևոր իրողությունը, որ գիտելիքային-տեղեկատվական ոլորտի զարգացմանն էապես նպաս-

տում էր նաև սոցիալ-տնտեսական քաղաքականությունը: ԽՍՀՄ-ում կրթությունն անվճար էր (ավելին՝ ուսանողները և ասպիրանտները ստանում էին կրթաթոշակներ), իսկ գիտաշխատողների, ինժեներների և տեխնիկական ոլորտի մասնագետների աշխատավարձերը համեմատաբար ավելի բարձր էին, քան անգամ կուսակցական «նոմենկլատուրայի» աշխատողներինը: Սակայն ներկայացված իրողություններն ունեին նաև այլ համատեքստ:

Կրթությանը և գիտությանն ուղղված զանգվածային շարժումը և այդ ոլորտները կարևորելու ռազմավարությունը ձևավորում էին գիտելիքներին տիրապետող և գիտելիքներ ստեղծող հասարակություն: Նման հասարակության անդամներին, բնականաբար, չէր կարող բավարարել և համոզել կուսակցական պարզունակ պրոպագանդան: Այդ պատճառով հանրությունում առաջանում էին թերահավատություն և յուրովի արտահայտվող դիմադրողականություն պաշտոնական գաղափարախոսության նկատմամբ: Ավելին, վարվող ագիտացիան, որը հաշվի չէր առնում միութենական և ինքնավար հանրապետությունների (որոնց թվում՝ նաև Ռուսաստանի Դաշնության) բնակչության ազգային առանձնահատկությունները, նպաստում էր ազգայնական և անջատողական տրամադրությունների առաջացմանը: Արդյունքում՝ հանրապետություններում ամրապնդվում էր այն համոզմունքը, որ ինքնուրույն գործելակերպն ավելի է համապատասխանում իրենց ազգային շահերին, քան Կենտրոնի հրահանգներին հնազանդ հետևելը:

Պետք է ամրագրել, որ գիտելիքների վրա խարսխված խորհրդային հանրության աշխարհընկալման և պետական քարոզչության դրույթների միջև գոյացած հակասությունը շարունակաբար խորացավ և դարձավ խորհրդային համակարգի փլուզման հիմնական պատճառներից մեկը: Հատկանշական է, որ զարգացած հասարակություններից սպասվող «վտանգները» քաջ գիտակցել էին 3-րդ ռեյխի առաջնորդները, և, ըստ նրանց ցուցումների, գրավված երկրների բնակչությունը պետք է ստանար առավելագույնը տարրական կրթություն, ո՛չ ավելին: Նրանք համոզված էին, որ գիտելիքներին տիրապետող հասարակություններում անխուսափելիորեն ծագելու է դիմադրություն նացիոնալ-սոցիալիզմի գաղափարախոսությանը և կառավարման մեթոդներին:

Վերադառնալով խորհրդային իրողություններին՝ կարելի է փաստել նաև հետևյալը: Խորհրդային «նոմենկլատուրայի» գիտելիքային-վերլուծաբանական հավաքական կարողությունները սկսել էին զիջել ինչպես իրենց աշխարհաքաղաքական մրցակիցների քաղաքական ընտրանու, այնպես էլ սեփական երկրի հասարակության ներկայացուցիչների համապատասխան հնարավորություններին: *«Պերեստրոյկայի»* շրջանում այս յուրատեսակ «խզումն» առաջացրեց մի իրադրություն, երբ *«նոմենկլատուրան»* կորցրեց հասարակությունը կառավարելու գրեթե բոլոր քարոզչական լծակները: Տեղեկատվական բնույթի խնդիրների տեսանկյունից այս, ինչպես և մի շարք այլ գործոնների համախումբը, ի վերջո, հանգեցրեց նրան, որ 1991թ. խորհրդային համակարգը փլուզվեց: Այդ փլուզմամբ ավարտվեց նաև «Սառը պատերազմը» (որն ավելի մեծ թափով, բայց արդեն բազմաբևեռ ձևաչափով վերսկսվեց մոտ 20 տարի հետո): ԽՍՀՄ աշխարհաքաղաքական մրցակիցները տոնում էին իրենց հաղթանակը խորհրդային կարգերը տապալած հասարակության հետ մեկտեղ: Այդ առիթով նկատենք, որ եթե 1917թ. «սոցիալիստական հեղափոխությունում» արձանագրվել էր «օտարերկրյա հետքը», ապա 1991թ. «ազատական հեղափոխությունում» օտարերկրյա զանազան ծառայությունների (որոնց թվում՝ տեղեկատվական ոլորտի) դերակատարումը ակներև էր և մասշտաբային: Արդեն XXI դարում նմանատիպ հեղափոխություններ կատարելը (այսպես կոչված «գունավոր» տարբերակով) վերածվեց լավ մշակված քաղաքական-տեղեկատվական տեխնոլոգիայի, որոնք կդիտարկվեն հաջորդ գլխում:

«Ազատական հեղափոխությունից» որոշ ժամանակ անց կոմունիստական վարչակազմը տապալած հետխորհրդային հանրապետությունների տեղեկատվական ոլորտներում առաջացան լուրջ հիմնախնդիրներ գիտելիքների ձեռքբերման և «արտադրման» բնագավառում: Խորհրդային կարգերի հետ միասին կազմալուծվեց շուրջ 70-ամյա աշխատանքի արդյունքում կայացած գիտակրթական և արդյունաբերական-տեխնոլոգիական համակարգը: Այս երևույթի հետևանքով արդեն ազատական հետխորհրդային հասարակությունները հետընթաց ապրեցին և հայտնվեցին *դեինդուստրիալիզացված* հասարակությունների կարգավիճակում, որի սահմանումները տրված են *1.6* ենթագլխում: Դրամատիկ ընթացք ստացավ նաև

ազատական գաղափարներ կրողների և այլախոհների մի զգալի մասի հետագա ճակատագիրը, որոնցից շատերը ձևավորվել էին նույն գիտակրթական և արդյունաբերական-տեխնոլոգիական միջավայրում: Համակարգի փլուզման արդյունքում նրանք կորցրին նախկինում իրենց ունեցած բարձր սոցիալական կարգավիճակը և հեղինակությունը հասարակությունում: Այդ ամենի առիթով մի հայտնի այլախոհ բավական դիպուկ գնահատական է տվել տեղի ունեցածին. «Մեր թիրախը կոմունիստական կուսակցությունն էր, սակայն կրակեցինք հայրենիքի վրա»: Մեկ այլ այլախոհ՝ ականավոր գրող և մեր հայրենակից Սերգեյ Դովլաթովը, նույնպես պատկերավոր արտահայտվեց ձևավորվող «նոր բարքերի» կապակցությամբ. «Կոմունիստներից հետո ամենից շատ ատում եմ հակակոմունիստներին»:

Հետխորհրդային զարգացումները հետևանք էին նաև մեկ այլ օրինաչափության: ԽՍՀՄ փլուզման արդյունքում խորհրդային համակարգի ընդդիմախոսների աշխարհայացքային–գաղափարական պատկերացումները հայտնվեցին բավական երկիմաստ վիճակում: Մոտ 70 տարի տևած կոմունիստական քարոզչությունը նրանց մեջ առաջացրել էր կայուն հակակրանք «համակարգի» հանդեպ: Զուգահեռ, «երկաթե վարագույրի» շնորհիվ, ընդդիմախոսների պատկերացումներն «ազատ աշխարհի» մասին, որոնք հիմնականում ձևավորվում էին օտարերկրյա ռադիոհաղորդումների ազդեցության տակ, նույնպես ավելի քան պարզունակ էին և իդեալականացված: Այլ խոսքով՝ «պերեստրոյկայի», ինչպես և հետագա զարգացումների շրջանում իրականության և սեփական պատկերացումների միջև «խզումը» բնորոշ էր ոչ միայն «նոմենկլատուրային», այլև այլախոհներին, ազգայնականներին և առհասարակ խորհրդային համակարգից դժգոհ բոլոր սոցիալական շերտերին:

Սթափեցման կամ, այլ խոսքով՝ իդեալականացված պատկերացումների և իրողությունների միջև խզումը վերացավ «փլուզումից» շատ չանցած, երբ սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը կտրուկ վատացավ: Այնուամենայնիվ, կատարվածի համար պատասխանատվության գերակշիռ մասն ընկնում է ղեկավար «նոմենկլատուրայի» վրա, որը, համաձայն որոշ հետազոտողների, «փլուզելով ԽՍՀՄ-ը, կատարեց իր վերջին հանցագործությունը»: Այդ համատեքստում օգտակար է անդրադառնալ Չինաստանի փորձին:

Այդ երկրում ստեղծվեց փորձագետների հատուկ հանձնաժողով, որն, ուսումնասիրելով խորհրդային համակարգի փլուզման պատճառները, առայսօր խորհրդատվություն է տրամադրում ղեկավարությանը, թե ինչպես խուսափել այն սխալներից, որոնք կատարվել էին ԽՍՀՄ-ում: Արդյունքում՝ մշակվեցին խելամիտ մոտեցումներ, որոնք թույլ տվեցին Չինաստանին խուսափել հայտնի «վատ սցենարներից» և հսկայական առաջընթաց կատարել:

Հետխորհրդային ժամանակաշրջանում խնդիրներ առաջացան նաև քարոզչական ոլորտում: «Ագիտպրոպին» փոխարինելու եկած լրատվամիջոցները հաճախ իրենց նյութերը մատուցում էին այսպես կոչված «վուլգար ազատականության» դիրքերից, որոնք հաճախ համեմվում էին նաև, հատկապես Չեչենական առաջին պատերազմի (1994-1996թթ.) ընթացքում, հակապետական և հակառուսական գաղափարներով: Դա հիմք ծառայեց, որպեսզի տեղեկատվական ոլորտի փորձագետները նման տեղեկատվական քաղաքականությունը որակեն որպես «պատերազմ սեփական ժողովրդի դեմ»:

Վերոնշյալ իրողությունների վերաբերյալ ըմբռնումները հնարավորինս հստակեցվեցին «փլուզումից» բավական հետո: Հատկանշական է, որ սկսած 2014 թվականից՝ ռուսաստանյան հեռուստաալիքներում հայտնվեց *«Ագիտպրոպ»* հաղորդումը, որի հեռուստավարը (Կ.Սյոմին) կարողանում է համատեղել նախկին *«Ագիտպրոպ»-ի* հեղափոխական եռանդը և արդի իրողությունների տրամաբանությունը: Հարկ է նաև շեշտել, որ «Երկրորդ Սառը պատերազմի» պայմաններում այդ երկրի որոշ տեղեկատվական միջոցներ կատարում են գրեթե նույն դերն արևմտյան հանրության համար, ինչ «Ամերիկայի ձայնը», «Ազատությունը» և *BBC-ն* նախորդ դարի 60-80-ական թվականներին: Օրինակ, *RT* միջազգային բազմալեզու հեռուստակայանը (տնօրեն՝ Մարգարիտա Սիմոնյան) 2013թ. օրական դիտել է շուրջ 700 մլն հեռուստադիտող, իսկ *«YouTube»*-ում *RT*-ն նորություններ հաղորդող առաջին հեռուստակայանն էր, որն անցավ 1 մլրդ դիտարկման նիշը: Նման ձեռքբերումները պայմանավորված են նրանով, որ *RT*-ն տեղեկատվության իր օբյեկտիվ լուսաբանումներով այլընտրանք է ստեղծում արևմտյան հանրության համար, որտեղ նկատվում են «տեղեկատվական տոտալիտարիզմի» բոլոր նախանշանները՝ ինչ-որ տեղ հիշեցնելով *ԽՍՀՄ* նմանատիպ բարքերը:

2.10 Տեղեկատվական ոլորտը Հայաստանի Երկրորդ հանրապետությունում

Խորհրդային Հայաստանի տեղեկատվական ոլորտը, բնականորեն, հիմնականում ենթարկվում էր խորհրդային տեղեկատվական համակարգի տրամաբանությանը: Այս համատեքստում հարկ է ևս մեկ անգամ շեշտել, որ այդ համակարգը, չնայած ավելորդ գաղափարականացմանը, ուներ նաև դրական հատկանիշներ: Դրանցից ամենակարևորը մտավոր ոլորտի զարգացման և «գիտելիքների արտադրման» գործընթացին առաջնային տեղ հատկացնելն էր, և այս խնդրում հանրապետությունը հասավ տպավորիչ արդյունքների: Արդեն նախորդ դարի 50-ականներից սկսած՝ Հայաստանը ԽՍՀՄ-ում առաջատար տեղ էր զբաղեցնում գիտատեխնոլոգիական և գիտատար արդյունաբերության բնագավառում: Ակնհայտորեն, այս ամենը ենթադրում էր զարգացած հասարակություն. բավական է նշել, որ համաձայն որոշ գնահատականների՝ 80-ականների կեսերին հանրապետությունում տարբեր ոլորտներում բարձր որակավորում պահանջող աշխատանք կատարողների թիվը կազմում էր շուրջ 1 մլն: Իսկ բարձրագույն կրթություն և գիտական կոչում ունեցողների տեսակարար կշիռը ԽՍՀՄ-ում ամենաբարձրներից էր: «Զնհալի» ժամանակաշրջանում վերելք ապրեց նաև մշակութային ոլորտը, ինչը խիստ կարևոր էր հասարակության հոգևոր կողմնորոշումների տեսանկյունից:

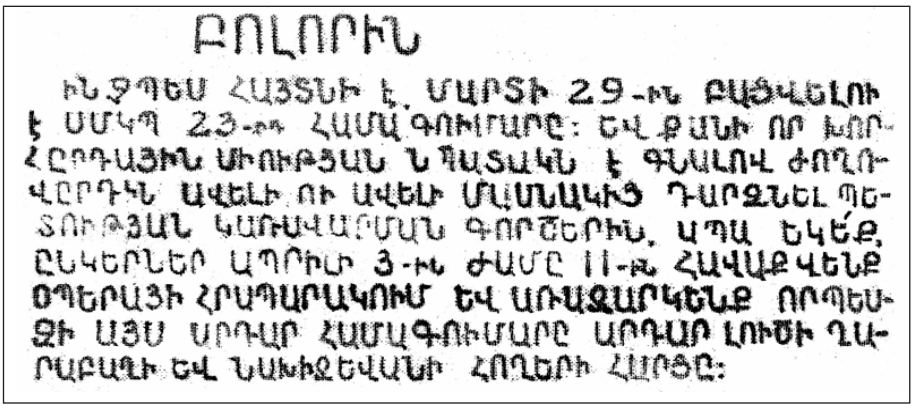
Ինչ վերաբերում է հանրապետությունում մամուլի, ռադիոյի և հեռուստատեսության միջոցով ձևավորվող տեղեկատվական տարածքի բովանդակությանը, ապա այստեղ, անշուշտ, գերակայում էին գաղափարականացված հասկացությունները և պատկերացումները: Սակայն նման իրադրությունը նկատելիորեն մեղմվում էր ինչպես վերոնշյալ մշակութային գործոնով, այնպես էլ լայն տարածում գտած գեղարվեստական, պատմագրական, փիլիսոփայական և հումանիտար այլ ոլորտներին առնչվող գրականության ընթերցանությամբ: Այս իրողությունը լայնացնում էր ընթերցողների մտահորիզոնը, խորացնում նրանց աշխարհընկալումը, ինչն իր հերթին նպաստում էր պաշտոնական քարոզչությունն ավելի սթափ ընկալելուն և գնահատելուն:

Հարկ է նաև նկատել, որ տեղեկատվության լայն տարածման գործում կային նաև որոշակի ձեռքբերումներ: Հանրա-

պետությունում (ինչպես և ողջ Խորհրդային Միությունում) բավական արդյունավետ էր գործում բոլոր վարչական շրջաններում և քաղաքներում տեղակայված հատուկ թղթակիցների ինստիտուտը: Այդ թղթակիցների ռեպորտաժները, չնայած հաճախ չափազանցված լավատեսական բնույթ էին կրում, բնակչությանը տեղեկացնում էին երկրի տարբեր շրջաններում տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին:

Միևնույն ժամանակ, հանրապետության տեղեկատվական համակարգի պատասխանատուները միշտ չէ, որ կուրորեն կատարում էին «կենտրոնից» ստացած հրահանգները: Նման իրավիճակն առավել ցայտուն արտահայտվեց 1965թ., երբ ինչպես Հայաստանում, այնպես էլ Սփյուռքում պատրաստվում էին նշել Ցեղասպանության 50-րդ տարելիցը: Ամենատարբեր լրատվամիջոցներում, մասնավորապես՝ Գրողների միության «Գրական թերթում», հայտնվում էին նյութեր, որոնք առնչվում էին Ցեղասպանության և Արևմտյան Հայաստանի խնդիրներին: Այդ ժամանակ ի հայտ եկան նաև արձակագիրների, բանաստեղծների և նկարիչների՝ այդ թեմաներին նվիրված ստեղծագործությունները, որոնք մեծ արձագանք առաջացրին հասարակության բոլոր շերտերում: Եթե կիրառենք արդի եզրաբանությունը, ապա նման «տեղեկատվական ուղեկցությունը» զգալիորեն նպաստեց ազգային շարժման ձևավորմանը, որի շրջադարձային իրադարձություններից էր 1965թ. ապրիլի 24-ին Երևանում չարտոնված զանգվածային ցույցը: Արդյունքում՝ ազգային հիշողության մեջ վերամրագրվեցին 1915-ը և ապրիլի 24-ը՝ որպես Ցեղասպանության անջնջելի տարեթվային խորհրդանիշներ և նյութականացվեցին Երևանում կառուցված Ցեղասպանության հուշահամալիրի տեսքով: Ինչպես արդեն նշել ենք, պատմական հիշողությունը տեղեկատվական անվտանգության կարևորագույն բաղադրիչն է, կրիտիկական ենթակառուցվածք, և այդ համատեքստում 60-ականների ազգային շարժումը կարևոր է նաև ազգային տեղեկատվական անվտանգության տեսանկյունից:

Վաթսունական թվականներին ակտուալացվեց նաև Հայաստանին Լեռնային Ղարաբաղի և Նախիջևանի վերամիավորելու հարցը: Պատահական չէ, որ այդ ժամանակահատվածում հայտնվեցին նաև առաջին՝ ընդհատակյա պայմաններում պատ-



ԲՈԼՈՐԻՆ

ԻՆՉՊԵՍ ՀԱՅՏՆԻ Է, ՄԱՐՏԻ 29-ՈՒ ԲԱՑՎԵԼՈՒ Է ՍՄԿՊ 23-ՐԴ ՀԱՄԱԳՈՒՄԱՐԸ: ԵՎ ՔԱՆԻ ՈՐ ԽՈՐՀԸՐԴԱՅԻՆ ՄԻՈՒԹՅԱՆ ՆՊԱՏԱԿՆ Է ԳՆԱԼՈՎ ԺՈՂՈՎԸՐԴԻՆ ԱՎԵԼԻ ՈՒ ԱՎԵԼԻ ՄԱՍՆԱԿԻՑ ԴԱՐՁՆԵԼ ՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԳՈՐԾԵՐԻՆ, ԱՊԱ ԵԿԵՔ, ԸՆԿԵՐՆԵՐ ԱՊՐԻԼԻ 3-ՈՒ ԺԱՄԸ 11-ՌԴ ՀԱՎԱՔԵՆՔ ՕՊԵՐԱՅԻ ՀՐԱՊԱՐԱԿՈՒՄ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿԵՆՔ ՈՐՊԵՍԶԻ ԱՅՍ ՍՐԴԱՐ ՀԱՄԱԳՈՒՄԱՐԸ ԱՐԴԱՐ ԼՈՒԾԻ ՂԱՐԱԲԱՂԻ ԵՎ ՆԱԽԻՋԵՎԱՆԻ ՀՈՂԵՐԻ ՀԱՐՑԸ:

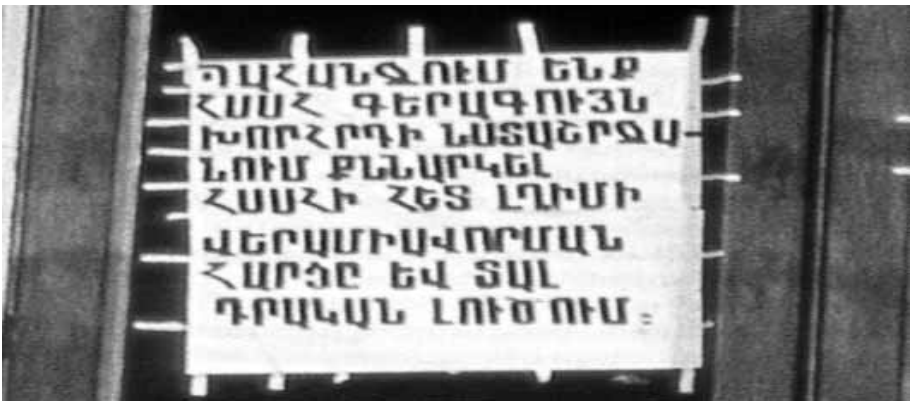
Նկ. 2.18

Թռուցիկ, որում կոչ էր արվում հավաքվել Օպերայի (այժմ՝ Ազատության) հրապարակում և դիմել կուսակցության համագումարին Ղարաբաղի և Նախիջևանի խնդրի վերաբերյալ (1966թ.):

բաստված թռուցիկները *(տե՛ս Նկ. 2.18)*, որոնք հենք հանդիսացան հայկական *«սամիզդատի»* երևան գալու համար:

Համարվում է, որ հայկական առաջին *«սամիզդատ»* թերթը՝ «Փարոսը», հրատարակել են 1967թ. ընդհատակյա Ազգային միացյալ կուսակցության անդամներ Հայկազն Խաչատրյանը, Շահեն Հարությունյանը և այլք: Մեքենագիր 4 էջանոց այդ թերթն ուներ 5 հազար տպաքանակ: «Փարոսի» վերջին՝ չորրորդ համարը հրատարակվեց 1981թ. նախկինում քաղբանտարկյալներ Աշոտ Նավասարդյանի և Ազատ Արշակյանի կողմից: 1968թ. փորձ է արվել տպագրել նաև «Հանուն Հայրենիքի» ամսագիրը, որի նախաձեռնողն էր «Հայ դատ» կազմակերպությունը, սակայն վերջինի ղեկավար Հովիկ Վասիլյանն ու նրա համախոհները բացահայտվեցին և ձերբակալվեցին:

Վերոնշյալին զուգահեռ, հանրապետություն էր ներմուծվում նաև արգելված գրականություն, որը բովանդակային առումով կարելի է բաժանել երկու տեսակի: Առաջինը սփյուռքյան հրատարակություններն էին՝ գրքեր, ամսագրեր և թերթեր, որոնք սահմանափակ քանակությամբ Հայաստան էին բերում Սփյուռքի մեր հայրենակիցները կամ արտասահման մեկնած քաղաքացիները: Վաթսունական թվականներին, ինչպես արդեն նշել ենք, հասարակությունում մեծ էր հետաքրքրությունն Առաջին հանրապետության և Ցեղասպանության խնդիրներին նվիրված գրականության հանդեպ: Այդ թեմաների համատեքստում



Նկ. 2.19

Երևանի Օպերայի (այժմ՝ Ազատության) հրապարակում կայացած նստացույցի ժամանակ փակցված հայտարարություն, որում պահանջվում է լուծում տալ ՀՍՍՀ-ի հետ ԼՂԻՄ վերամիավորման խնդրին (1988թ.):

հանրության որոշակի շրջանակներում մեծ պահանջարկ էին վայելում Սիմոն Վրացյանի, Հովհաննես Քաջազնունու և այլոց, ինչպես նաև նկարագրվող ժամանակաշրջանում գործող ազգային գործիչների, օրինակ՝ «Զարթոնք» թերթի խմբագիր Գերսամ Ահարոնյանի հեղինակած և Սփյուռքի տարբեր հատվածներում հրապարակված գրքերը և հոդվածները:

Երկրորդ տեսակը խորհրդային այլախոհների կողմից տարածվող գրականությունն էր՝ «սամիզդատը» և «տամիզդատը», որոնցում գլխավորապես արծարծվում էին այն ժամանակահատվածում խորհրդային համակարգի հետ կապված հարցերը: Դրանք հիմնականում հանրապետություն էին բերում այլախոհական շրջանակների հետ կապված հայ մտավորականները և ուսանողները:

Տեղեկատվական ոլորտում (ինչպես պաշտոնական, այնպես էլ ոչ պաշտոնական) իրողությունները շեշտակի փոխվեցին «պերեստրոյկայի» և դրա արդյունքում ձևավորված «Ղարաբաղյան շարժման» ժամանակահատվածում (1985-1991թթ.): Տեղեկատվական-հոգեբանական խնդիրների (և ոչ միայն) տեսանկյունից այդ շարժումը նախնական փուլում որոշակի ընդհանրություններ ուներ 60-ականներին ծագած ազգային շարժման հետ (տե՛ս *Նկ. 2.19)*: Հետագա զարգացումներում, որոնք ավարտվեցին Հայաստանի և Լեռնային Ղարաբաղի հանրապետությունների առաջացմամբ ու Արցախյան պատերազմում հաղթանակով, տեղեկատվական – գիտելիքային գործոնը նույնպես կարևորա-

գույն դերակատարում ունեցավ: Պատահական չէ, որ օտարերկրյա որոշ վերլուծաբաններ հաղթանակն Արցախյան պատերազմում պայմանավորում են հայկական կողմի «տեխնոլոգիական գերազանցությամբ»՝ տեխնոլոգիա ընդհանրական եզրի տակ ենթադրելով ոչ միայն գիտատեխնիկական, այլև հանրության ընդհանրական մտավոր ներուժը:

***

Այս գլխում ներկայացված համառոտ դիտարկումներից հետևում է, որ անցյալի ռազմաքաղաքական զարգացումներում տեղեկատվական գործոնը կարևոր, իսկ հաճախ նաև որոշիչ դերակատարում է ունեցել: Այդ գործոնի նշանակությունը սկզբունքորեն աճեց արդի չորրորդ և հինգերորդ տեղեկատվական հեղափոխությունների դարաշրջանում: Միանգամայն օրինաչափ է, որ հենց այդ ժամանակահատվածում ձևավորվեցին տեղեկատվական անվտանգության տեսական հիմնադրույթները և մշակվեցին գործնական հարթությունում դրանց կիրառման մեթոդները: Այս և հարակից խնդիրները կդիտարկվեն հաջորդ գլխում:

Օգտագործված գրականություն

1. *Հոմերոս*, Իլիական [Վիպերգ], հին հուն. բնագր. թարգմ.՝ Հ.Համբարձումյան, խմբ.՝ Ս.Վահունի, Երևան, Հայպետհրատ, 1955, 512 էջ:
2. *Фронтин С.,* «Стратегеммы. Военные хитрости», Издательство Библиотека расовой мысли, 2003.
3. *Зенгер Х. фон,* «Стратегемы», т. 1-2, М., Изд-во Эксмо, 2004.
4. Китайская военная стратегия (составитель - В.В. Малявина), М., Изд-во АСТ, 2002.
5. *Малявин В.,* Империя ученых, М., «Европа», 2007.
6. *Манфред А.,* «Наполеон Бонапарт», Издательский дом «Алашара», 1986.
7. *Тарле Е.,* «Наполеон», М., «Азбука», «Азбука-Аттикус», 2012.
8. *Кан Д.,* «Взломщики кодов», М., Издательский дом Центрполиграф, 2000:
9. *Օրուել Ջ.* «1984», «Անտարես», Երևան, թարգմ.՝ Ա.Աթաբեկյանի, 2012:
10. *Лайнбарджер П.,* «Психологическая война», М., Центрполиграф, 2013.
11. *Черчиль У.,* Вторая мировая война (в трех томах), М., Военное издательство, 1991.
12. *Фуллер Дж. С.,* «Вторая мировая войня 1939-1945гг. Стратегический и тактический анализ», М., Изд-во Иностранной литературы, 1956.
13. *Эллис М. Захариас,* «Секретные миссии», М., Военное изд-во Министерства обороны СССР, 1959.
14. *Шпеер А.,* «Третий Рейх изнутри: воспоминания рейхминистра военной промышленности 1930-1945», М., ЗАО Центрполиграф, 2005.
15. *Пикер Г.,* «Застольные беседы Гитлера», Смоленск, Русич, Изд-во группы «Прогресс», «Литтера», 1993.
16. *Геббельс Й.*, «Последние записи», Смоленск, Русич, Изд-во группы «Прогресс», 1993.
17. *Геллер М., Некрич А.,* «Утопия у власти: история Советского Союза с 1917 года до наших дней» (в 2-х томах), Printed in Gemany by Poliglott – Druck GmbH, 1982 *(Տամիզդատ).*

18. *Земан З., Шархау У.,* «Кредит на революцию. План Парвуса» /Пер. с англ. Л.А. Игоревского, М., ЗАО Центрполиграф, 2007, 319 с.
19. *Бунич И.,* «Лабиринты безумия», СПб «Облик, Золотой век», 1995.
20. *Кагарлицкий Б.,* «Политология революции», М., «Алгоритм», 2007.
21. *Конквест Р.*, «Большой террор» (в 2-х томах), Рига, Изд-во «Ракстниекс», 1991.
22. *Мельгунов С.,* «Красный террор в России 1918-1923», М., СП «PUICO» «P.S.», 1990.
23. *Авторханов А.,* «Загадка смерти Сталина», Изд–во «ПОСЕВ», 2007.
24. *Алексеева Л.,* «История инакомыслия в СССР», М., 1992.
25. *Арутюнян Г.,* «Распад «системы» и формирование будущего», Ереван, НОФ «Нораванк», 2011.
26. *Красильников Р.С.,* «Новые крестоносцы: ЦРУ и перестройка», М., Олма - Пресс, 2004.
27. *Печуров С.,* Американская контрразведка в годы холодной войны, Независимое военное обозрение, #11(894), 2016.
28. *Швейцер П.,* «Победа: Роль тайной стратегии администрации США в распаде Советского Союза и социалистического лагеря», Изд-во СП «Авест», 1995.
29. *Шубин А.В.,* «Тайны советской эпохи: диссиденты, неформалы и свобода в СССР», М., Вече, 2008.
30. *Գալոյան Ա.,* Հայ «Սամիզդատ» մամուլի դերը Հայաստանի անկախացման գործընթացում, *«Գլոբուս» վերլուծական հանդես, թիվ 7, 2012:*
31. *Հարությունյան Գ.,* ՀՀ տեղեկատվական համակարգի զարգացման հիմնախնդիրները ազգային անվտանգության համատեքստում, Եր., «Նորավանք» ԳԿՀ, 2003:
32. Հայաստանի Հանրապետության ժողովրդագրական իրավիճակի վրա ազդող գործոնների ուսումնասիրություն (հետազոտական ծրագիր), «Նորավանք» ԳԿՀ, 2015, http://www.noravank.am/arm/books/details.php?ELEMENT_ID=13260.
33. *Հարությունյան Ա.,* Հայոց ցեղասպանության 50-րդ տարելիցը և Երկրորդ հանրապետությունը, Եր., «Նորավանք» ԳԿՀ, 2015, 164 էջ:
34. *Մարության Հ.,* Հայ ինքնության պատկերագրությունը, հ. 1. Ցեղասպանության հիշողությունը և Ղարաբաղյան շարժումը, Երևան, ՀՀ ԳԱԱ «Գիտություն» հրատ., 2009, 172 էջ:

ԳԼՈՒԽ 3

ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄՆԵՐ

Տեղեկատվական հինգերորդ հեղափոխության արդի ժամանակաշրջանում տեղեկատվական ոլորտում ընթացող զարգացումները և դրանց ուղեկցող տեղեկատվական պատերազմները համակել են ողջ գլոբալ հարթությունը: Տեսական և գործնական հարթություններում դա հանգեցրել է նոր հասկացությունների և հայեցակարգերի ձևավորմանը, որոնք և համառոտ կլուսաբանվեն այս գլխում:

Վերոնշյալի համատեքստում առանցքային նշանակություն է ձեռք բերել տեղեկատվական անվտանգություն *(ՏԱ)* հասկացությունը, որն ազգային անվտանգության *(ԱԱ)* կարևորագույն բաղադրամասն է հանդիսանում:

3.1 Անվտանգություն. մարտահրավերների և պատասխանների համակարգը

Անվտանգություն հասկացությունը, թվացյալ պարզության հետ մեկտեղ, խիստ ընդգրկուն է և գործնականորեն ներառում է հասարակության ու առանձին անհատների կենսագործունեության բոլոր ոլորտները: Ամենևին պատահական չէ, որ գրականության մեջ կարելի է հանդիպել այդ եզրի ամենատարբեր մեկնությունների և սահմանումների: Օրինակ, հաճախ կարելի է հանդիպել հետևյալ ձևակերպմանը. «Ազգային անվտանգությունն ազգի ընդունակությունն է՝ պահպանելով իր հիմնարար արժեքները հնարավորինս նվազագույն կորուստներով՝ բավարարել այն պահանջները, որոնք անհրաժեշտ են ինքնապաշտպանության, ինքնավերարտադրման և ինքնակատարելագործման համար»: Լինելով բավական ընդգրկուն՝ միևնույն ժամանակ այս սահմանումը փոքր-ինչ ստատիկ բնույթ է կրում և լիարժեք չի արտահայտում հարափոփոխ միջավայրի ազդեցությունները: Այդ իսկ պատճառով անդրադառնանք նաև անվտանգության փիլիսոփայության ստեղծման գործում մեծ ավանդ ունեցող Առնոլդ Թոյնբիի (1889-1975թթ.) ձևակերպումներին:

Նկ. 3.1
Առնոլդ Ջոզեֆ Թոյնբի (1889-1975թթ.):

Եթե փորձենք փոքր-ինչ ընդհանրացնել Թոյնբիի դասական մոտեցումները, ապա քաղաքակրթությունների, պետությունների, հասարակությունների և անգամ անհատների անվտանգությունն ապահովվում է նրանց՝ մարտահրավերների և դրանց տրվող պատասխանների բարդ համակարգում գործելու ունակությամբ: Հայտնի է Թոյնբիի ասույթը, թե քաղաքակրթությունների կործանման պատճառը եղել է նրանց անկարողությունը՝ ադեկվատ արձագանքելու իրենց նետված մարտահրավերներին: Նկատենք, սակայն, որ մարտահրավերները որոշ իրադրություններում կարող են ընկալվել նաև որպես դրական հանգամանք, քանի որ դրանք ստուգում, փորձաքննում են անվտանգության համակարգի հուսալիությունը և, մարտահրավերներին արժանիորեն դիմագրավելու նպատակով, մոբիլիզացնում են հանրության հոգևոր, մտավոր, ռազմաքաղաքական ու նյութական ռեսուրսները:

Թոյնբիի վերոնշյալ դատողությունները կիրառելի են նաև *ՏԱ* ոլորտում: Վերջինիս շրջանակները երբեմն նեղացվում են, մինչդեռ այն ծավալուն հասկացություն է և առաջին մոտավորությամբ ներառում է այն ամենը, ինչ վերաբերում է.

- ազգի, պետության, հասարակության և անհատի հոգևոր-հոգեբանական, մտավոր, գիտելիքային և կրթական ոլորտների արդյունավետ զարգացման, կառավարման ու ապահովության խնդիրներին;
- պետության, հասարակության և անհատի տեղեկատվական-տեխնոլոգիական համակարգերի արդյունավետ զարգացման ու ապահովության խնդիրներին[1]:

Այս և նման մոտեցումների հիման վրա մասնագիտական գրականությունում առաջարկվել են ՏԱ բազմաթիվ սահմանումներ: Օրինակ՝ «Տեղեկատվության և այն ապահովող ենթա-

[1] Այս դրույթը հատկապես ակտուալացել է հաղորդակցության նոր մշակույթի ձևավորման արդի ժամանակաշրջանում: Դրա հետ կապված հարցերը կդիտարկվեն 5-րդ գլխում:

կառուցվածքների պաշտպանվածությունը պատահական կամ միտումնավոր ազդեցություններից»: *ՏԱ*-ն սահմանվում է նաև որպես «Ներազդող սպառնալիքների և դրանց արդյունավետ հակազդելու գործընթացների միջև հավասարակշռության պահպանման գործընթաց»: Ելնելով Թոյնբիի անվտանգության փիլիսոփայության դրույթներից և շեշտելով անվտանգության խնդիրներում գիտակրթական-տեխնոլոգիական ռեսուրսների ու հանրության ընդհանրական հմտությունների որոշիչ կարևորությունը՝ *ՏԱ*-ը կարելի է սահմանել նաև հետևյալ կերպ.

«Տեղեկատվական անվտանգությունը պետության և հասարակության գիտելիքային-տեխնոլոգիական անհրաժեշտ ռեսուրսների ստեղծման միջոցով հանրության անվտանգությունը և զարգացումն ապահովելու ունակությունն է տեղեկատվական մարտահրավերներ-պատասխաններ գործընթացում»:

Հայկական հանրության տեղեկատվական անվտանգության առանձնահատկությունները. *ՏԱ* ոլորտին վերաբերող մոտեցումներում և սահմանումներում պետք է հաշվի առնել, որ դրանք միշտ չէ, որ ունիվերսալ բնույթ են կրում, քանի որ հաճախ վճռորոշ նշանակություն ունեն այն քաղաքակրթական և աշխարհաքաղաքական միջավայրերը, որոնցում կիրառվում են *ՏԱ* այս կամ այն դրույթները: Օրինակ, Հայկական հանրությանը վերաբերող *ՏԱ* խնդիրներում անհրաժեշտ է հաշվի առնել հետևյալ իրողությունները.

- Հայաստանը ներկայացնում են երկու պետություններ՝ Հայաստանի Հանրապետությունը և Լեռնային Ղարաբաղի (Արցախի) Հանրապետությունը:
- Հայկական Սփյուռքի մեծ մասը, սփռված լինելով տարբեր երկրներում, գտնվում է իր բնակության վայրի (օրինակ՝ Ռուսաստանի կամ Միացյալ Նահանգների) քաղաքական, մշակութային և տեղեկատվական ազդեցության տակ:
- Հայկական հանրությունը ներառում է տարադավան (Հայ Առաքելական եկեղեցու հետևորդներից բացի առկա են նաև կաթոլիկություն, ուղղափառություն և բողոքականություն դավանող հայկական համայնքներ) և տարակրոն (Արևմտյան Հայաստանում և Մերձավոր Արևելքի որոշ երկրներում բնակվում են իսլամացված հայեր) հատվածներ: Հայկական

հանրության այս հատվածներին բնորոշ են հոգեկերտվածքային բնույթի առանձնահատկություններ, որոնք անհրաժեշտ է հաշվի առնել տեղեկատվական քաղաքականություն վարելիս:

- Պատմական Հայաստանի որոշ հատվածներում բնակվում են հայեր, որոնք ավանդաբար համարում են, որ ապրում են իրենց հայրենիքում (օրինակ՝ Ջավախքում, Արևմտյան Հայաստանի ու Մերձավոր Արևելքի որոշ շրջաններում), և այս գործոնը նույնպես պետք է ուշադրության արժանանա:

Ինչպես տեսնում ենք, *ՏԱ* տեսանկյունից Հայկական հանրությունն ունի բավական լուրջ հիմնախնդիրներ: Բնակության տարաբնույթ միջավայրերն առանձին հայկական համայնքներին և կազմակերպություններին երբեմն թելադրում են այս կամ այն ազգային խնդրի վերաբերյալ կիրառել տեղեկատվական մարտավարություն, որը միշտ չէ, որ համընկնում է հայկական հանրության այլ հատվածների մոտեցումների հետ: Միևնույն ժամանակ, նման մարտավարական տարաձայնությունները նույնպես կարելի է ընդունել և օգտագործել որպես տեղեկատվական ռեսուրս: Ընդհանրական գաղափարա–տեղեկատվական դաշտի առկայության, ինչպես նաև արդի համակարգչային-ցանցային համագործակցության հնարավորությունների լիարժեք օգտագործման պարագայում այդ բազմակարծությունը կարելի է և անհրաժեշտ է ծառայեցնել հայկական պետությունների ու հանրության շահերին: Ավելին, տեղեկատվական ռեսուրսների նման «սփռվածությունը» և «ցանցային» բնույթը որոշակի առավելություններ են ընձեռում հայկական հանրությանը, որին չեն տիրապետում մեր որոշ մրցակիցները:

Բոլոր պարագաներում ակնհայտ է, որ տեղեկատվական անվտանգության մշակվող կամ առաջարկվող «հայկական» հայեցակարգերը պետք է հաշվի առնեն վերոնշյալ կարևոր հանգամանքները, այլապես չեն կարող լիարժեք համարվել: Մինչդեռ Սփյուռքի տեղեկատվական ռեսուրսների հաշվառումը և համապատասխան օգտագործումը կնպաստեն, որպեսզի ողջ Հայկական հանրությունն արժանավայել պատասխանի անվտանգության բազում մարտահրավերներին, որոնցից շատերը տեղեկատվական բնույթի են:

3.2. Ինֆոգեն քաղաքականության դերակատարները և մարտահրավերները

Ինչպես հիշում ենք, Տրոյան գրավելու համար բավական էր, որ Ոդիսևսն ունենար ընդամենը մեկ ազդեցության գործակալ և ագիտատոր՝ Սինոնին, որը կարողացավ համոզել տրոյացիներին «փայտե նժույգը» մտցնել քաղաք: Տեղեկատվական հինգերորդ հեղափոխության դարաշրջանում իրավիճակը կտրուկ փոխվել է: Համացանցի և մոբիլ կապի համակարգում այսօր ընդգրկված է գրեթե ողջ մարդկությունը (որի մի զգալի մասը ներգրավված է սոցիալական ցանցերում), իսկ կայքերի թիվը մոտենում է 2 մլրդ-ի: Զուգահեռ՝ զարգանում են նաև ավանդական լրատվամիջոցները՝ մամուլը, ռադիոն և հեռուստատեսությունը, որոնք հաճախ խաչաձևվում և միասնություն են կազմում հաղորդակցման ինտերնետային միջոցների հետ: Ստեղծված իրավիճակն առաջին հերթին նպաստում է մարդկության տեղեկատվայնացման (ինֆորմատիզացիայի) աննախադեպ բարձրացմանը և գիտելիքների ազատ շրջանառությանը, ինչն, իհարկե, խիստ դրական երևույթ է:

Միևնույն ժամանակ, ռազմաքաղաքական գործընթացների տեսանկյունից տեղեկատվության նման լայնածավալ շրջանառությունը նոր հնարավորություններ է ստեղծում քաղաքական դերակատարների համար: Ավանդաբար ընդունված էր համարել, որ գլոբալ տեղեկատվական տարածքն արտացոլում է առաջատար պետությունների տեղեկատվական հնարավորությունները: Սակայն այդ տարածքում, հաշվի առնելով արդի աշխարհակարգի բազմակենտրոն լինելը, տեղ են գտել ինչպես մեծ ներուժ չունեցող պետությունները, այնպես էլ ոչ պետական կառույցները *(ՈՊԿ):* Վերջիններս չունեն պետություններին բնորոշ կառավարման ինստիտուտներ, սակայն տիրապետում են անհրաժեշտ մտավոր, նյութական, կազմակերպչական ռեսուրսների և մասնավորապես՝ տեղեկատվական ոլորտում արդյունավետ գործելու կարողությունների: Այդպիսի հնարավորություններ կարող են ունենալ հետևյալ տիպի կառույցները և կազմակերպությունները.

1. Խոշոր անդրազգային տնտեսական-ֆինանսական կառույցները[2];
2. Զանգվածային լրատվամիջոցների տիրապետող կառույցները՝ այսպես կոչված «մեդիա-հոլդինգները»[3];
3. Հասարակական[4], քաղաքական և կրոնական բնույթի կազմակերպությունները;
4. Ահաբեկչական և հանցավոր կազմակերպությունները;
5. Այս կամ այն հատկանիշներով միավորված ոչ պաշտոնական խմբերը (համաձայն որոշ հետազոտողների, այդպիսի խմբեր կարող են համարվել, օրինակ, միջազգային բյուրոկրատիայի որոշ հատվածները, որոնք երբեմն մեծ եռանդով պաշտպանում են սեփական կորպորատիվ շահերը)։

Ներկայացված ցուցակը կարելի է ընդլայնել և հատուկ հավելել, որ սոցցանցերի միջոցով ձևավորված «վիրտուալ հանրությունում» զգալի բարձրացել է անգամ առանձին անհատների դերակատարումը գլոբալ տեղեկատվական տարածքում։ Սակայն վերադառնանք *ՈՊԿ*-ներին։

Վերջինների դերակատարումը գնահատելու համար անհրաժեշտ է հաշվի առնել, որ նրանց մի մասը համագործակցում է պետական համակարգերի հետ հետևյալ երկու հիմնական մեխանիզմներով.

1. *ՈՊԿ*-ներն ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն ֆինանսավորվում և ուղղորդվում են պետության կողմից և այդպիսով համատեղ իրագործում են տարաբնույթ ծրագրեր պետական շահերի համատեքստում։ Միջնորդված տեղեկատվական-քաղաքական տեխնոլոգիաները երբեմն ավելի արդյունավետ են, քանի որ *ՈՊԿ*-ները կաշկանդված չեն իրենց գործառույթներում պետական պարտավորություններով, իսկ նրանց «անկախ դիրքորոշումները» լրացուցիչ հիմնավորում են

[2] Ըստ 2011թ. շվեյցարացի հետազոտողների կատարած ուսումնասիրության, նման *ՈՊԿ-ների* միջուկն են կազմում հիմնականում ֆինանսական 147 կորպորացիաներ, որոնք իրենց գործընկերների և մասնաճյուղերի հետ միասին վերահսկում են համաշխարհային ՀՆԱ 60%-ը *(http://www.newscientist.com/article/mg21228354.500-revealed—the-capitalist-network-that-runs-theworld. html#.UfALvsCGiJd).*

[3] *Media holding* – զանգվածային լրատվամիջոցների տիրապետող կառույց, որն ունի նաև իրեն ենթարկվող կառույցների ցանց։

[4] Նման կառույցները հայերենում ընդունված է անվանել *ՀԿ*, ռուսերենում՝ «*ՕՕ*» (общественная организация), անգլերենում՝ «*NGO*» (non-governmental organization – ոչ կառավարական կազմակերպություն)։

հանդիսանում այս կամ այն հարցի շուրջ ընթացող քննարկումներում և գործընթացներում: Առավել հաճախ նման եղանակով են գործում *ՀԿ-ները:* Այս խնդրում պետք է նաև հաշվի առնել, որ որոշ կայացած *ՀԿ*-ներ, ժամանակի ընթացքում ձեռք բերելով անհրաժեշտ ռեսուրսներ, փորձում են վարել, մասնավորապես՝ տեղեկատվական ոլորտում, ավելի ինքնուրույն, պետական համակարգի հետ չհամաձայնեցված քաղաքականություն:

2. *ՈՊԿ-ներն* ունեն ինքնուրույն գործելու բավարար ռեսուրսներ, սակայն նրանց շահերը որոշակի ուղղություններում համընկնում են պետական շահերի հետ, և սա հատկապես վերաբերում է խոշոր անդրազգային տնտեսական-ֆինանսական կառույցներին և մեդիա-հոլդինգներին: Նման *ՈՊԿ-ների* գործունեությունը հաճախ փոխհամաձայնեցվում է պետական ինստիտուտների հետ:

Միևնույն ժամանակ, խոշոր անդրազգային ֆինանսական ընկերությունների որոշակի մասը գործում է միանգամայն ինքնուրույն, և այստեղ պետք է կարևորել հետևյալ իրողությունը:

Ինքնուրույն դերակատարում ստանձնած հզոր կառույցներն ունեն իրենց սեփական՝ կորպորատիվ պատկերացումներն աշխարհակարգի, քաղաքականության, կառավարման մեթոդների և այլնի վերաբերյալ: Դրանք բովանդակային այս հարթությունում ոչ միայն մրցակցում են ազգային պետությունների հետ, այլև, համաձայն որոշ հետազոտողների, կարող են ստանձնել անգամ խոշոր պետությունների ուղղորդումը՝ իրականացնելով այսպես կոչված արտաքին կառավարում: Նման *ՈՊԿ-ներին* բնորոշ է նաև այն, որ գտնվելով պետական համակարգից դուրս՝ նրանք չեն կրում որևէ պատասխանատվություն որևիցե երկրի բնակչության հանդեպ: Արդի ժամանակաշրջանում, որը որոշ հեղինակներ բնութագրում են որպես *հետժողովրդավարական* կամ *«պոստդեմոկրատական»,* նման խոշոր *ՈՊԿ-ները* գլոբալ դերակատարում են ձեռք բերել ինչպես տեղեկատվական դաշտում, այնպես էլ քաղաքական և տնտեսական հարթություններում:

Բոլոր պարագաներում և՛ պետական, և՛ ոչ պետական դերակատարները, ելնելով իրենց ազգային–պետական կամ կորպորատիվ շահերի վերաբերյալ պատկերացումներից և դոկտրիններից,

ձգտում են հասնել իրենց գաղափարախոսական, քաղաքական, ռազմական և տնտեսական նպատակներին՝ օգտագործելով տեղեկատվության հսկայական շրջանառության ընձեռած հնարավորությունները: Այդ համատեքստում, բնականաբար, *ՈՊԿ*-ները կատարում են որոշակի գործողություններ, որոնք ուղղված են իրենց պայմանական հակառակորդների և մրցակիցների դեմ: Տեղեկատվական բնույթի նման գործողությունները և սպառնալիքները, որոնք իրագործվում և ուղղորդվում են պետական և ոչ պետական կառույցների, ինչպես նաև առանձին անհատների կողմից, ընդունված է անվանել *ինֆոգեն* կամ տեղեկատվածին: Երբ *ինֆոգեն* գործողություններն ուղղված են մրցակիցների կամ պայմանական հակառակորդների շահերի դեմ, դրանք պետք է ընդունել որպես մարտահրավերներ: Ինֆոգեն մարտահրավերները հիմնականում լինում են երկու տիպի.

1. Հոգևոր-գաղափարախոսական բնույթի ինֆոգեն սպառնալիքներ, որոնք ուղղված են ազգի, հասարակության ու անհատի դեմ, և որոնք ներազդողի շահերի համատեքստում ենթադրում են.

- խաթարել հանրության գիտակցությունը (երբեմն՝ անգամ ենթագիտակցության մակարդակով), հոգևոր և ազգային արժեհամակարգը,
- փոխել հասարակության և առանձին անհատների (այդպիսով՝ պետության) քաղաքական ու քաղաքակրթական կողմնորոշումները (այսպես կոչված «քաղաքակրթական կոդը»),
- նվազեցնել հասարակության և պետության ընդհանրական մտավոր-գիտելիքային ռեսուրսները և այդպիսով սահմանափակել տվյալ հանրության զարգացման հնարավորությունները:

2. Տեխնոգեն բնույթի ինֆոգեն սպառնալիքներ, որոնք ուղղված են անհատի, հասարակության, ազգի և պետության գործունեությունը կազմակերպող և համակարգող տեղեկատվական տեխնոլոգիական համակարգերի դեմ:

Ինֆոգեն սպառնալիքների աղբյուրները կարող են լինել ինչպես արտաքին, այնպես էլ ներքին:

Արտաքին ինֆոգեն սպառնալիքների աղբյուր Հայկական հանրության պարագայում կարող են հանդիսանալ.

- Հայկական պետությունների և հանրության մրցակից կամ հակառակորդ երկրներն ու կազմակերպությունները;
- Իրենց շահերը հետապնդող, սակայն Հայկական պետությունների և հանրության շահերն անտեսող երկրները և կազմակերպությունները, որոնց թվում կարող են լինել նաև քաղաքական և տնտեսական գործընկերները;
- Գլոբալ տեղեկատվական դաշտում շրջանառվող, բայց ոչ հատուկ Հայկական հանրության դեմ ուղղված քաոտիկ տեղեկատվական հոսքերը, որոնք բացասական ներգործություն են ունենում հանրային և անհատական գիտակցության վրա:

Ինֆոգեն ներքին սպառնալիքների աղբյուր կարող են հանդիսանալ.

- Հայաստանում տեղակայված, սակայն օտարերկրյա աղբյուրներից սնվող քաղաքական, հասարակական, տնտեսական կազմակերպությունները և զանգվածային լրատվամիջոցները *(ԶԼՄ),* որոնց գործունեությունը չի համապատասխանում Հայկական հանրության շահերին;
- Ներքին մասնավոր և պետական ռեսուրսների վրա հիմնված քաղաքական, հասարակական, տնտեսական կազմակերպությունները, ընկերությունները, պետական մարմինները և ԶԼՄ-ն, որոնց պատկերացումները Հայկական հանրության ազգային շահերի վերաբերյալ հստակեցված չեն: Որպես հետևանք՝ նման կառույցները կարող են ակամա կամ քաղաքական-գաղափարախոսական սխալ կողմնորոշումների հետևանքով ինֆոգեն վտանգի աղբյուր հանդիսանալ Հայկական հանրության համար: Նման գործողությունների որոշ արտահայտումները երբեմն որակվում են որպես «տեղեկատվական պատերազմ սեփական ժողովրդի դեմ»:

Ինչպես տեսնում ենք, ինֆոգեն սպառնալիքների բացահայտումը և դասակարգումը զգալի չափով պայմանավորված են ազգային շահի *(ԱՇ)* վերաբերյալ բովանդակային պատկերացումներով: *ԱՇ-ի* վերաբերյալ չհստակեցված պատկերացումների պարագայում ինֆոգեն սպառնալիքների բացահայտումը, հետևաբար՝ նաև տեղեկատվական անվտանգության ապահովումը, վերածվում են բավական վիճահարույց խնդրի:

Իրենց հերթին ինֆոգեն մարտահրավերների բացահայտումը, համապատասխան համակարգումը և վերլուծությունը թույլ են տալիս հասկանալ պայմանական հակառակորդի կամ մրցակցի ռազմավարությունը և դրա իրագործման մեթոդաբանությունը: Ի լրումն, ինֆոգեն սպառնալիքները համապատասխան մեկնություններով և «տեղեկատվական ուղեկցությամբ» հանրությանը ներկայացնելը մոբիլիզացնում է հասարակությունն ու պետությունը, ինչը նպաստում է, որպեսզի նետված մարտահրավերներին տրվի ադեկվատ պատասխան:

3.3 Տեղեկատվական գործողություններ և պատերազմներ

Համարվում է, որ «տեղեկատվական պատերազմ» և «տեղեկատվական զենք» եզրերն առաջին անգամ 1976թ. օգտագործել է ամերիկյան «Բոինգ» ընկերության աշխատակից Թոմաս Ռոնան «Զենքերի համակարգերը և տեղեկատվական պատերազմը» հետազոտությունում: «Տեղեկատվական գործողություններ և պատերազմ» եզրերն առավել ինտենսիվ սկսեցին շրջանառվել 1991թ. Իրաքյան առաջին պատերազմի ընթացքում և 1992թ. տեղ գտան արդեն պաշտոնական փաստաթղթերում: Իսկ 1995թ. *ՌԵՆԴ*[5] «ուղեղային կենտրոնի» *(ՈՒԿ)* հետ համագործակցող Մարտին Լիբիցկին հրապարակեց «Ինչ է տեղեկատվական պատերազմը» աշխատությունը, որում ներկայացված էին տեղեկատվական պատերազմի հետևյալ յոթ տարատեսակները.

1. *Հրամանատարա-հսկողական պատերազմը* որպես ներգործության հիմնական օբյեկտ դիտարկում է կապի միջոցները հակառակորդի հրամանատարության և կատարողների միջև: «Պարանոցը» (կապի ուղիները) կտրելով՝ հարձակվողը մեկուսացնում է «գլուխը» «մարմնից»:
2. *Հետախուզական պատերազմի* նպատակն է հավաքել ռազմական առումով կարևոր տեղեկատվություն և պաշտպանել սեփականը:
3. *Էլեկտրոնային պատերազմն* իր ներգործության օբյեկտ է համարում էլեկտրոնային հաղորդակցության միջոցները՝ ռադիո-

[5] *ՌԵՆԴ* – ամենահեղինակավոր *ՈՒԿ*-ներից մեկն ԱՄՆ-ում, անգլերեն *Research and Development - REND* («հետազոտություն և մշակում») բառակապակցության հապավումն է:

կապ, ռադարներ, համակարգչային ցանցեր և այլն: Դրա կարևոր բաղադրիչն է *կրիպտոգրաֆիան* (գաղտնագրությունը), որը թույլ է տալիս իրականացնել էլեկտրոնային տեղեկատվության ինչպես պահպանումը և որսումը, այնպես էլ գաղտնազերծումը:

4. *Հոգեբանական պատերազմն* իրականացվում է պրոպագանդայի, «ուղեղները լվանալու», բնակչության տեղեկատվական մշակման այլ մեթոդների միջոցով: Լիբիցկին առանձնացնում է հոգեբանական պատերազմի 4 բաղադրիչ.
   - քաղաքացիական ոգու ընկճում,
   - զինված ուժերի բարոյալքում,
   - հրամանատարության ապակողմնորոշում,
   - մշակույթի դեմ ուղղված պատերազմ:
5. *Հաքերային պատերազմի* նպատակն է կաթվածահար անել համակարգչային ցանցերը, խափանել կապը, սխալներ մտցնել տվյալների առաքման մեջ, հափշտակել տեղեկատվությունը, միանալ ցանցերին և իրականացնել դրանց գաղտնի մոնիթորինգը: Այս նպատակներին հասնելու համար օգտագործվում են տարբեր ծրագրային միջոցներ՝ տարատեսակ համակարգչային վիրուսներ և այլն:
6. *Տնտեսական-տեղեկատվական պատերազմն* իրականացվում է տեղեկատվական շրջափակումով, խեղաթյուրված տեղեկատվություն «մատակարարելով» պայմանական հակառակորդին և դրանով իսկ վնաս պատճառելով նրա տնտեսությանը[6]:

Լիբիցկու աշխատությունը հիմք հանդիսացավ 1998թ. հրապարակված ԱՄՆ պաշտպանության նախարարության «Տեղեկատվական գործողությունների միացյալ դոկտրին» փաստաթղթի համար, որում տրվել են «տեղեկատվական գործողություն» և «տեղեկատվական պատերազմ» հասկացությունների հետևյալ սահմանումները.

- *Տեղեկատվական գործողությունը* ձեռնարկվում է հակառակորդի տեղեկատվական համակարգերի կողմից տեղեկատվության

[6] Տնտեսական ոլորտում տեղեկատվական պատերազմի օրինակ կարող են հանդիսանալ նաև չհիմնավորված վարկանիշների և «կանխատեսումների» հրապարակումները, որոնք երբեմն էապես ազդում են բորսաներում ձևավորվող արժեթղթերի, բաժնետոմսերի (ակցիաների) և ռազմավարական նշանակություն ունեցող ապրանքների ու հումքի գների վրա:

հավաքման, մշակման, փոխանցման և պահպանման գործընթացը խաթարելու նպատակով՝ միևնույն ժամանակ պահպանելով սեփական տեղեկատվությունը և տեղեկատվական համակարգերը:

- *Տեղեկատվական պատերազմը* համալիր ներգործություն է (տեղեկատվական գործողությունների համախմբի միջոցով) հակառակորդի պետական համակարգի և նրա ռազմական, քաղաքական ղեկավարության վրա, որն արդեն խաղաղ ժամանակ կարող է հանգեցնել տեղեկատվական պատերազմ իրագործողի համար հակառակորդի կողմից նպաստավոր որոշումներ ընդունելուն, իսկ հակամարտության ընթացքում լիովին կարող է կաթվածահար անել հակառակորդի կառավարման ենթակառուցվածքների գործունեությունը:

Սահմանումից հետևում է, որ տեղեկատվական պատերազմն ինֆոգեն սպառնալիքների գործնական իրագործումն է, որում որպես թիրախ հատկապես կարևորվում է քաղաքական որոշումների ընդունման համակարգը: Նման պատերազմների առաջնային նպատակներից է նաև ***տեղեկատվական գերազանցության*** հասնելը: Այս եզրը մեկնաբանվում է որպես իրադրության վերաբերյալ տեղեկատվական հոսքերի հավաքման, մշակման, վերլուծման և ըստ հասցեատերերի բաշխման ընդունակություն՝ զուգահեռաբար խոչընդոտելով հակառակորդին կատարել նույնը: Տեղեկատվական գերազանցությունը թույլ է տալիս ունենալ իրատեսական պատկերացում իրավիճակի և հակառակորդի գործողությունների մասին և այդպիսով հնարավորինս արդյունավետ կառավարել սեփական ուժերը:

Ներկայում խիստ կարևորվում է նաև ժամանակի գործոնը. անհրաժեշտ գործողությունները պետք է կատարվեն ավելի արագ, քան դա կարողանում է անել հակառակորդը: Դա թույլ է տալիս մնալ անկանխատեսելի վերջինիս համար և այդպիսով կանխել նրա հնարավոր պատասխանները:

Տեղեկատվական և հոգեբանական զենք. Հայտնի է, որ տեղեկատվական ներգործությունը հաճախ ենթադրում է նաև հոգեբանական ազդեցություն, և այդ պատճառով գրականության մեջ հաճախ շրջանառվում է «տեղեկատվական-հոգեբանական

զենք» եզրը: Սակայն որոշ պարագաներում նպատակահարմար է դրանք դիտարկել տարանջատված:

Տեղեկատվական զենք. Լայն իմաստով այս եզրի տակ հասկացվում են հակառակորդին ուղղված տեղեկատվական ներգործության և այդպիսով՝ նրան կառավարելու միջոցները, որոնց նպատակն է հակառակորդի ռազմավարական և մարտավարական մտահղացումները ներգործողի համար բարենպաստ ուղղությամբ փոխելը:

Ավելի նեղ իմաստով տեղեկատվական զենք ասելով հասկացվում է մեթոդների, տեխնիկական և տեխնոլոգիական միջոցների այն համալիրը, որը նախատեսված է պոտենցիալ հակառակորդի տեղեկատվական ռեսուրսների հանդեպ վերահսկողություն սահմանելու և նրա տեղեկատվական համակարգերի աշխատանքին միջամտելու համար՝ դրանք շարքից դուրս բերելու, դրանցում պարունակվող տվյալները ստանալու կամ փոխելու, ինչպես նաև ներազդողի համար շահավետ տեղեկատվությունը (կամ ապատեղեկատվությունը) նպատակաուղղված ներմուծելու նպատակով:

Տեղեկատվական զենք ստեղծելու և այն կիրառելու համար պահանջվում են համեմատաբար ոչ մեծ ֆինանսական ռեսուրսներ, ինչը տեղեկատվական պատերազմը դարձնում է տնտեսապես ձեռնտու և այդպիսով՝ մատչելի միջոց: Նշենք, որ տեղեկատվական զենքի կիրառումը միշտ չէ, որ հնարավոր է արձանագրել և ճշգրիտ որոշել, թե ով է կիրառում այդ զենքը: Վերջինիս կիրառումը կարող է չզուգակցվել ավանդական «տաք պատերազմական» գործողություններով, դրա նախապատրաստումը հաճախ տեսանելի չէ, իսկ հարձակման օբյեկտը կարող է նույնիսկ չըմբռնել, որ ենթարկվում է տեղեկատվական ներգործության:

Տեղեկատվական ենթակառուցվածքի վրա գրոհի փաստն արձանագրող չափանիշների մշակումը և «վաղ իրազեկման համակարգի» ստեղծումը, ինչպիսին են, օրինակ, ավիացիոն-հրթիռային հարձակման մասին նախազգուշացնող համակարգերը, յուրատեսակ խնդիր է: Այս հարցում, ինչպես արդեն նշել ենք, առաջնահերթ նշանակություն ունի հասարակության գիտելիքային-վերլուծաբանական ներուժի և այն արդյունավետ կազմակերպելու գործոնը, որն էլ թույլ է տալիս կանխատեսել և ամրագրել

հակառակորդի մտադրությունները և «ակտիվ» տեղեկատվական գործողություններ սկսելու հնարավոր ժամանակը (հիշենք Սուն Ցզիի «հակառակորդին իմանալու» կարևորության մասին դրույթը): Այս համատեքստում որոշ հետազոտողներ շրջանառության մեջ են մտցրել «մտավոր պարիտետ» (հավասարություն) հասկացությունը, որն արդի դարաշրջանում նույնքան կարևոր է, որքան և «միջուկային», «ռազմական» կամ «տնտեսական» պարիտետները: Պատահական չէ նաև, որ առաջին հերթին հենց մտավոր անհրաժեշտ ռեսուրսներ չունեցող երկրներն են հանդիսանում «տեղեկատվական ագրեսիայի» թիրախ: Որպես հետևանք՝ նման «անպաշտպան» երկրները կարող են, նվազագույնը, կորցնել իրենց «տեղեկատվական անկախությունը»: Փորձագետները երբեմն այդ իրավիճակն անվանում են «տեղեկատվական գաղութատիրություն»:

Միևնույն ժամանակ, տեղեկատվական զենքի կիրառումը ռազմական և քաղաքացիական որոշ օբյեկտների նկատմամբ կարող է հանգեցնել նաև մարդկային ու նյութական կորուստների ավանդական պատերազմների ձևերով: Օրինակ, ատոմային էլեկտրակայաններում տեխնոլոգիական որոշ պրոցեսներ կառավարվում են համակարգչային համապատասխան ծրագրերի միջոցով, և դրանց աշխատանքի նպատակաուղղված խափանումն աղետալի հետևանքներ կունենա հումանիտար ոլորտում (*տե՛ս 5-րդ գլուխը):*

Ռազմաքաղաքական ոլորտում տեղեկատվական զենք են համարվում, մասնավորապես, հետևյալ միջոցները.

- Հակառակորդի կառավարման համակարգերի դեմ պայքարի միջոցները;
- Ռադիոէլեկտրոնային պայքարի միջոցները;
- Տեղեկատվական համակարգի վրա ծրագրային-տեխնիկական ներգործության միջոցները;
- Հետախուզական տեխնոլոգիաների վրա հիմնված պայքարի միջոցները;
- Զանգվածային և անհատական գիտակցության վրա հոգեբանական ներգործության միջոցները:

Տեղեկատվական զենքի կիրառումը ենթադրում է ոչ միայն հնարավորինս լավ իմանալ հակառակորդի տեխնիկական միջոցների բնութագրերը: Խիստ կարևոր է նաև խոր իմացություն

ունենալ թիրախ հանդիսացող անձի և զանգվածների էթնոհոգեբանության, մշակութային առանձնահատկությունների վերաբերյալ, քանի որ դրանք են պայմանավորում մարդու՝ տեղեկատվությունն ընկալելու և վերծանելու ու ըստ այդմ որոշում ընդունելու, այն իրականացնելու պրոցեսը:

Միևնույն ժամանակ, վերը բերված կետերից վերջինն իրագործելու համար ներկայում հնարավոր է կիրառել ոչ միայն ավանդական տեղեկատվա-քարոզչական, այլ նաև, ինչպես նշել ենք վերը, որոշ հատուկ ֆիզիկական, քիմիական և կենսաբանական միջոցներ: Գրականության մեջ որպես այդօրինակ հոգեբանական զենք դիտարկվում են, մասնավորապես, այսպես կոչված *փսիխոտրոն* գեներատորները և *փսիխոտրոպ* դեղամիջոցները:

Հոգեբանական զենք՝ փսիխոտրոն գեներատորներ. Զենքի այս տեսակն են հանդիսանում այն սարքերը, որոնք կարող են ներազդել մարդու վրա՝ հաղորդելով որոշակի տեղեկատվություն, որը գտնվում է մարդու զգայական ընկալումից դուրս, և որը նա չի գիտակցում, սակայն այդ տեղեկատվությունն ազդում է մարդու գիտակցության և վարքագծի վրա: Այս զենքը հիմնված է այն փաստի վրա, որ մարդու տարբեր օրգաններ ունեն սեփական ռեզոնանսային հաճախականություններ, որոնք օգտագործելով՝ կարելի է ֆիզիկական միջոցներով ներազդել անհատի կամ մարդկային խմբի հոգեկան-ֆիզիոլոգիական վիճակի վրա՝ նրանց մեջ առաջացնելով վախի, ճնշվածության կամ ագրեսիվության և այլ զգացումներ: Մարդկային օրգանիզմի այս առանձնահատկություններն օգտագործվում են փսիխոտրոն գեներատորներ ստեղծելու ժամանակ:

Պետք է արձանագրել, որ փսիխոտրոն զենք ունենալու վերաբերյալ առայժմ որևէ երկիր պաշտոնապես չի հայտարարել: Սակայն առկա են ամերիկյան, ռուսաստանյան և այլ երկրների բազմաթիվ հեղինակավոր անձանց ու փորձագետների վկայություններ նման զենքի մշակման և պատրաստման վերաբերյալ: Համարվում է, որ այդ զենքի թիրախներ կարող են հանդիսանալ զինվորական ստորաբաժանումները, նավերի, օդանավերի, տանկերի անձնակազմերը, ինչպես նաև խաղաղ բնակչությունը:

Հոգեբանական զենք՝ փսիխոտրոպ դեղամիջոցներ. Այս դասին են պատկանում այն դեղամիջոցները (հիմնականում՝ հոգեմետ նյութեր պարունակող), որոնք, ազդելով մարդու կամ մարդկային խմբի օրգանիզմի վրա, առաջացնում են վիատության կամ ագրեսիվության զգացում, հալյուցինացիաներ և այլ ոչ բնականոն երևույթներ:

Փսիխոտրոպ միջոցների կիրառումը, ի տարբերություն փսիխոտրոն զենքի, որը կարող է գործել հեռավորության վրա, ենթադրում է, որ մարդը ներարկվելու կամ կուլ տալու, շնչառական կամ տեսողական օրգանների միջոցով որոշակի նյութեր է ընդունում: Նկատենք, որ դա կարող է կատարվել ինչպես մարդու կամքից անկախ, այնպես էլ իր կամքի համաձայն: Վերջին դեպքում անձին երբեմն դրդում են կատարել նման քայլ և այդ նպատակով կիրառում են գովազդային ու քարոզչական մեթոդներ, ինչն ի լրումն կարող է առաջացնել նաև անձի կախվածություն տվյալ դեղամիջոցից: Ինչպես անցյալում, այնպես էլ այսօր փսիխոտրոպ միջոցներն օգտագործվում են քաղաքական-տեղեկատվական և անգամ տնտեսական որոշակի խնդիրներ լուծելու նպատակով: Այդ համատեքստում բավական ուսանելի է XIX դարում Բրիտանիայի «ափիոնային պատերազմը» Չինաստանի դեմ:

Հոգեբանական պատերազմներ փսիխոտրոպ միջոցների կիրառմամբ. Որոշ մեկնաբաններ վերոնշյալ պատերազմը դիտարկում են որպես զուտ առևտրային կոնֆլիկտ՝ հիմնավորելով, թե բրիտանացիները դրանով ուզում էին ընդամենը թեյի ներմուծումը Չինաստանից փոխհատուցել ափիոնի մատակարարումներով, որը նրանք ձեռք էին բերում ասիական այլ երկրներից: Բայց խնդիրը մանրակրկիտ ուսումնասիրած փորձագետները նշում են, որ չինական շուկան թմրանյութերի մատակարարման առջև «բացելը» (ինչին ընդդիմանում էին չինական իշխանությունները) նպատակ ուներ «բթացնել և քայքայել» թմրանյութերի օգտագործման հակում ունեցող չինացի չինովնիկներին ու չինական հասարակությանն ընդհանրապես: Նման գործողությունների ռազմավարական նպատակը Չինաստանի քաղաքական ենթարկեցումն էր: Ափիոնային պատերազմների ժամանակակից բրիտանացի դիվանագետն արտահայտվել էր այն ոգով, թե՝

«քանի դեռ Չինաստանը մնում է թմրամոլների ազգ, մենք չպետք է վախենանք, որ այդ երկիրը կվերածվի լուրջ ռազմական տերության»:

Ափիոնային պատերազմների առանձնահատկություններից էր այն, որ հոգեբանական-տնտեսական գործողությունները Չինաստանի դեմ հիմնականում մղվում էին ի հաշիվ թմրանյութերի մատակարարումներից ստացվող գումարների, այսինքն՝ որոշակի իմաստով պատերազմն «ինքնաֆինանսավորվող» էր: Ավելի պարզեցված ձևով նման գաղութային քաղաքականություն վարվում էր տարբեր տարածաշրջանների (Ամերիկա, Ավստրալիա և այլուր) տեղաբնակների նկատմամբ, երբ նրանց «կրակե ջուր» (ոգելից խմիչքներ) էին վաճառում՝ փոխարենը ստանալով թանկարժեք մետաղներ և այլն:

Հայտնի է, որ այսօր էլ աշխարհաքաղաքական մրցակիցների դեմ կիրառվում են նման մեթոդներ: Ռուսաստանի թմրանյութերի շրջանառության վերահսկման դաշնային ծառայության տվյալներով՝ 2001թ. ամերիկյան զորքերի Աֆղանստան մտնելուց մի քանի տարի հետո ափիոնի կակաչի արտադրությունն այդ երկրում ավելացավ գրեթե 40 անգամ: Թմրաթրաֆիկի հիմնական ուղղությունները դարձան Կենտրոնական Ասիան և Ռուսաստանը: Մամուլում հայտնված հրապարակումների համաձայն՝ մաքսանենգային գործողություններին նպաստում էին ամերիկյան հատուկ ծառայությունները:

Սակայն վերջին ժամանակաշրջանում արևմտյան հանրությունում «բացահայտել» են, որ արտաքինից բացի՝ գոյություն ունեն նաև «ներքին» թշնամիներ: Սույն «բացահայտումը» հենվում է հետևյալ դատողությունների վրա. այսօր աշխարհը գտնվում է սկզբունքային փոփոխությունների շեմին, և դա միայն բազմաբևեռ աշխարհակարգի ձևավորումը չէ: Մի շարք խոշոր սոցիոլոգների, քաղաքագետների և փիլիսոփաների կարծիքով՝ այսօր ճգնաժամ է սկսվում ընդհանրապես բացարձակացված ազատականության համակարգում, և նրա ապագան դիտարկվող սցենարների մեծամասնությունում լավատեսություն չի ներշնչում: Մասնավորապես, ամերիկյան *ՈւԿ-ներում* կատարված վերլուծություններից հետևում է, որ հեղափոխություններ կատարելու հնարավորությունն աճել է անգամ արևմտյան երկրների, այդ թվում նաև ամերիկյան հասարակությունում:

Բնականաբար, այս նոր միտումները բավական ադեկվատ է ընկալում նաև արևմտյան հասարակության ողջախոհ հատվածը, որը սպառողական հասարակության արժեքների բացարձակացման և տեղեկատվական տոտալիտարիզմի պայմաններում սկսում է արձագանքել հասարակական-քաղաքական ոլորտներում վատթարացող իրավիճակին: Արդյունքում՝ ընդլայնվում են բողոքի շարժումները և դժգոհության այլ դրսևորումները, ինչը չի կարող չանհանգստացնել իշխանության ղեկին գտնվողներին: Սակայն անգամ խիստ արժեզրկված ժողովրդավարական նորմերը թույլ չեն տալիս բացահայտ ուժային եղանակներով ճնշել բողոքողների զանգվածին: Ի լրումն՝ պատմական անցյալի փորձը վկայում է այն մասին, որ բռնաճնշումների կիրառումը մարդկային ազատամտության նկատմամբ անարդյունավետ է, անհեռանկարային և կարող է հանգեցնել անկանխատեսելի զարգացումների: Այդ պատճառով սկսեցին մշակվել և կիրառվել զանազան կազմակերպչական և տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, որպեսզի այդ այլախոհական շարժումը կազմալուծվի:

Կան բոլոր հիմքերը ենթադրելու, որ այդ տեխնոլոգիաներում տեղ է գտել նաև թմրանյութերի կամ, այլ խոսքով՝ հոգեբանական փսիխոտրոպ զենքի կիրառումը: Հայտնի է, որ մարդիկ դրանց ազդեցության տակ տեղափոխվում են այլ «իրականություն», որտեղ քիչ են խնդիրներն ու շատ են հաճելի զգացողությունները: Նկատենք, որ ավելի վաղ հասարակության զարգացման վեկտորը կենսադեղաբանական (բիո-ֆարմակոլոգիական) տեխնոլոգիաների միջոցով փոփոխելու հնարավորության մասին նշել է նաև հանրահայտ Ֆրենսիս Ֆուկույաման:

Նման մոտեցման հիմնավոր լինելու մասին է վկայում այն փաստը, որ վերջին տարիներին տեղի է ունենում «թեթև թմրանյութերի» լեգալացում ինչպես Եվրոպայում, այնպես էլ ԱՄՆ-ում, որտեղ համապատասխան օրենքներ են ընդունվել մի քանի տասնյակ նահանգներում: Նշենք, որ թմրանյութերն ասես «հավելվում» են տեղեկատվական միջոցներով ուղեղների մշտական «լվացումներին», իսկ նման հարձակմանը բավական դժվար է դիմակայել: Այլախոհության դեմ պայքարի նման «առաջավոր» եղանակն այսօր համարվում է արդյունավետ, և այն տարածվում է նաև այլ երկրներում:

Հայտնի է, որ տեղեկատվական պատերազմներ վարելը որոշակի ծախսեր է պահանջում: Մինչդեռ, ինչպես Չինաստանի դեմ «ափիոնային պատերազմների» դեպքում, նոր սերնդի թմրա-տեղեկատվական պատերազմները նույնպես ինքնաֆինան-սավորվող են և մեծ շահույթներ են բերում: Հաշվարկված է նաև, որ եթե տեղի ունենա մարիխուանայի լեգալացում ամերիկյան բոլոր նահանգներում, ապա արդեն առաջիկա տարիներին այդ թմրանյութի արտադրության ընդհանուր շուկայական արժեքը կհասնի $36,8 մլրդ-ի՝ $3 մլրդ-ով գերազանցելով օրգանական սննդարդյունաբերության շուկայի ծավալը: Այսինքն, ինչպես և «ափիոնային պատերազմների» ժամանակաշրջանում, որոշ քաղաքական գործիչների և թմրավաճառների շահերը լիովին համընկնում են:

***

Ներկայում տեղեկատվական զենքի տեսակները և դրանց կիրառման մեթոդները շարունակ կատարելագործվում են: Ակնհայտ է, որ այդ գործընթացն անմիջականորեն փոխկապակցված է տեղե-կատվական պատերազմների նոր հայեցակարգերի մշակման և իրականացման խնդիրների հետ: Այդ աշխատանքներում կարևոր դերակատարում ունեն ինչպես պետական կառույցները, այնպես էլ նրանց հետ համագործակցող ՈւԿ-ները:

3.4 Տեղեկատվական գործողությունների և պատերազմների վերաբերյալ մոտեցումները Միացյալ Նահանգներում

Ինչպես հետևում է նախորդ ենթաբաժիններում ներկայացված դիտարկումներից, տեղեկատվական պատերազմների տեսական և գործնական դրույթները խիստ դինամիկ իրավիճակում են. որոշ մոտեցումներ զարգացում են ապրում, սակայն կան նաև հայեցակարգեր, որոնք արդեն հնացած են համարվում:

Մասնավորապես, կատարվող հայեցակարգային փոփոխութ-յուններն արտացոլվել են ԱՄՆ բանակի «Տեղեկատվական գործո-ղությունների ճանապարհային քարտեզ» (*Information Operation Roadmap*) փաստաթղթում, որը ներկայացնում է ռազմական մտքի էվոլյուցիան Պենտագոնի տեղեկատվական պատերազմի պլա-նավորման և վարման ոլորտում: Փաստաթղթում հատուկ ուշադ-ության են արժանացել տեղեկատվական հակամարտության

վարման տարածքի ընդլայնման, միջոցների և մեթոդների կատարելագործման հարցերը: «Ճանապարհային քարտեզից» հետևում է, որ ստեղծվել է տեղեկատվական գործողությունների սկզբունքորեն նոր հայեցակարգ, այսպես կոչված ***«Full-time&full-spectrum information operations» (FTFSIO):*** Այս եզրը իմաստային առումով կարելի է թարգմանել *«շարունակական և լայնածավալ տոտալ տեղեկատվական պատերազմ»*: Նման պատերազմներն իրենց բնույթով ներդաշնակորեն համընկնում են հիբրիդային պատերազմների գաղափարախոսության հետ, որոնցում ռազմավարական նպատակներին հասնելու համար որպես մի միասնություն (ամբողջություն) կիրառվում են քաղաքական-դիվանագիտական, տեղեկատվական-հոգեբանական, տնտեսական, ուժային-ռազմական և ընդհանրապես բոլոր հնարավոր մեթոդները: Ընդհանուր առմամբ, փաստաթղթից հետևում է, որ տեղեկատվական գործողությունների մեխանիզմը հասկանալու ձգտումը ստիպում է ամերիկյան փորձագետներին երբեմն էապես փոխել իրենց պատկերացումները, մասնավորապես, ներգործության օբյեկտի և սուբյեկտի վերաբերյալ:

ԱՄՆ պաշտպանության նախարարության ավելի վաղ ընդունած հայեցակարգային փաստաթղթերում նշվում էր, որ տեղեկատվական գործողությունների վարման հիմնական ձևերն են հանրային դիվանագիտությունը (*public diplomacy*), հասարակության հետ կապերը (*public relations - PR*) և հոգեբանական գործողությունները (*psychological operations - PSYOPS*): Այս ձևերը պահպանվում են քննարկվող փաստաթղթում, սահմանված է նաև դրանց բովանդակությունը:

Հասարակության հետ կապերը (*PR*), մասնավորապես, ներառում են.

Ռազմավարական մակարդակում.

- ԱՄՆ ՊՆ ղեկավարության համար ԶԼՄ-ում խնդրո առարկայի վերաբերյալ տպագրված և տարածված նյութերի օպերատիվ հասանելիության կազմակերպում;
- Լրատվամիջոցների հետ պլանավորված աշխատանք և «ԶԼՄ-ի ներարկման գործընթացի» իրականացում, այսինքն՝ կատարել հետևողական տեղեկատվական միջոցառումներ, որոնց նպատակն է նախապատրաստել «գլոբալ լսարանը»՝ ընկալելու «հիմնական իրադարձությունը»;

- Իրադարձությունների օպերատիվ մեկնաբանում և այսպես կոչված «ճշմարտության թիմերի» կազմավորում՝ «ճշմարտացի» (ձեռնտու) տեղեկատվությունը լսարանին հասցնելու և մամուլի համար ճեպազրույցների կազմակերպման նպատակով;
- Մարդասիրական ծրագրերի իրագործում՝ ավերածությունների վերացում, պատերազմից հետո փախստականներին տրվող օգնություն և այլն, տարաբնույթ շնորհանդեսների կազմակերպում;
- Տարբեր տեսակի մեդիա-կոնտենտի (բովանդակության) *վաղ-օրոք* ստեղծում և մշակում, որոնք կարող են անհրաժեշտության դեպքում օպերատիվ կերպով օգտագործվել;
- Պաշտոնական մամուլի հաղորդագրությունների պատրաստում և ՊՆ ինտերնետ-ռեսուրսի սպասարկում;
- Տեղեկատվական նյութերի պատրաստում և հրապարակում՝ ՊՆ առաջին դեմքերի մասնակցությամբ (հոդվածներ, «կարծիքներ» և այլն)։

Օպերատիվ մակարդակում.

- Պատերազմի թատերաբեմում հրամանատարության համար մամուլի կենտրոնի աշխատանքի կազմակերպում;
- Պատերազմի թատերաբեմը լուսաբանող ԶԼՄ-ում զինվորական և քաղաքացիական ղեկավարության նյութերի տեղադրում;
- Լրատվական տեղեկությունների պատրաստում և մամուլի ասուլիսների անցկացում;
- Բանակային հեռուստա- և ռադիոհեռարձակման կազմակերպում։

Մարտավարական մակարդակում.

- Մամուլի գրասենյակի աշխատանքի կազմակերպում հրամանատարական միջին օղակի համար;
- Մամուլի ասուլիսների անցկացում;
- Նորությունների թողարկման պատրաստում տեղական և արտասահմանյան լրատվամիջոցների համար;
- Մեդիա-արտադրանքի պատրաստում տեսախցիկների միջոցով, որոնք տեղադրված են զորքերի՝ զանգվածային լրատվամիջոցների համար անհասանելի առաջնային դիրքերում։

Հանրային դիվանագիտությունը ներառում է.
Ռազմավարական մակարդակում.

- Պաշտպանության նախարարության ղեկավար կազմի ճառերի բովանդակության և լրագրողների հարցերի ու պատասխանների նախապատրաստում օտարերկրյա լսարանի համար;
- Միջտարածաշրջանային տարածման համար նախատեսված հրապարակումների բովանդակության պատրաստում;
- Օտարերկրյա առաջնորդների և որոշում կայացնող անձանց հետ առանձնազրույցների թեմաների որոշում;
- Իրադարձությունների լուսաբանման հրահանգավորում (շփման համար հասանելի թեմաներ և արտահայտություններ), որն իրականացվում է օտարերկրյա զինված ուժերում զինվորական կցորդների միջոցով;
- Պաշտպանության նախարարության աջակցությունն այն գործունեությանը, որը վարվում է այլ պետական կառույցների կողմից ԶԼՄ-ում իրադարձություններին տրվող լուսաբանման ուղղությամբ:

Օպերատիվ մակարդակում.

- Շնորհանդեսներ և ճեպազրույցներ՝ ԱՄՆ ՊՆ քաղաքականության լուսաբանմամբ, ներառյալ նաև օտարերկրյա բանակներում զինվորական կցորդների միջոցով իրականացվող միջոցառումները;
- ԱՄՆ կառավարության քաղաքականության բացահայտ գովազդում և ներդրում համապատասխան հասարակական-քաղաքական կազմակերպությունների միջոցով և գաղափարախոսական բնույթի միջոցառումների անցկացում;
- Տարածաշրջանային տեղեկատվական կենտրոնների գործունեության վերահսկում, որի խնդիրներից է նաև թույլ չտալ, որպեսզի առաջանա *«տեղեկատվական դատարկություն»,* որը կարող է «լցնել» հակառակորդը:

Հոգեբանական գործողությունների (PSYOPS) իրավասությանն են վերաբերում.
Օպերատիվ մակարդակում.

- Պատերազմի թատերաբեմում տարածվող նյութերի մշակումը ռադիոյի, հեռուստատեսության, տպագիր և ինտերնետ-ԶԼՄ-ի

համար՝ թիրախային լսարանի վարքագծի փոփոխության նպատակով;
- Աջակցություն օտարերկրյա մասնագետներին *PSYOPS* անցկացման պլանների մշակման գործում՝ դրանք ԱՄՆ բանակի *PSYOPS* պլանների հետ կոորդինացնելու նպատակով;
- Անհրաժեշտ դեպքերում *PSYOPS* ուժերին և միջոցներին կարգադրվում է կազմակերպել աջակցություն այն միջոցառումներին, որոնք անցկացվում են պատերազմի թատերաբեմում հանրային դիվանագիտության գծով:

Մարտավարական մակարդակում.
- Օտար լեզուներով նյութերի պատրաստում՝ ելնելով մարտավարական հրամանատարության շահերից;
- Հատուկ տեխնիկական միջոցների կիրառում (բարձրախոսներ, թռուցիկներ և այլն) տեղի քաղաքացիական բնակչությունից կամ կոմբատանտներից (պարտիզաններ, զինյալներ և այլն) բաղկացած լսարանի վրա տեղային ներգործության համար;
- Անհրաժեշտ դեպքերում *PSYOPS* ուժերին և միջոցներին կարգադրվում է կազմակերպել աջակցություն այն միջոցառումներին, որոնք անցկացվում են մարտավարական գոտում հասարակության հետ կապերի գծով:

Այս գործիքների կիրառման մեջ հիմնական տարբերությունը լսարանի վրա արվող շեշտադրումն է և իրագործման ժամանակը: Մասնավորապես, *PSYOPS*-ը ավելի վաղ օգտագործվում էր միայն հակառակորդի դեմ և միայն հակամարտության ժամանակ, ընդ որում՝ *PSYOPS*-ը ներառում է նաև լսարանի վրա «կոշտ» ներգործության մեթոդներ (շանտաժ, հոգեկան վիճակի վրա ազդող տարբեր միջոցներ): Այս իմաստով փաստաթղթում, մասնավորապես, ասվում է, որ ինտերնետի ազդեցությունն աշխարհի տարբեր տարածաշրջաններում էապես մեծացնում է տեղեկատվության աղբյուրների հասանելիությունը մարդկանց, ինչն էլ դժվարացնում և բարդացնում է թիրախային լսարանի՝ հատուկ միջոցառումներ անցկացնելու ընտրությունը:

Փաստաթղթի հեղինակների կարծիքով՝ արտասահմանյան և ներքին լսարանների միջև տարբերությունն ավելի շուտ վերածվում է այս կամ այն տեղեկատվության ընկալման, այլ ոչ թե

դրա տարածման խնդրի: Ընդգծվում է, որ *PSYOPS*-ը սովորաբար սահմանափակված է ԱՄՆ ՊՆ քաղաքականությամբ ու կառավարության դիրեկտիվներով և ուղղված չէ ԱՄՆ բնակչությանը, արտասահմանում գտնվող զինվորական և քաղաքացիական անձնակազմին, ինչպես նաև չի իրականացվում համաշխարհային տեղեկատվական գործակալությունների ներգրավմամբ: Սակայն ինտերնետի պարագայում արտասահմանյան լսարանի համար նախատեսված տեղեկատվությունը դարձել է հասանելի նաև ներքին լսարանի համար: Միևնույն ժամանակ, ներքին տեղեկատվությունը նույնպես հասանելի է դառնում համաշխարհային հանրությանը: Այդ պատճառով ընդգծվում է, որ հոգեբանական գործողության շրջանակներում տարածվող տեղեկությունները ցանկացած լսարանի համար, բացի որոշումներ կայացնող որոշակի անձանցից (երբեմն՝ նաև նրանց վերաբերյալ), բավական հաճախ պետք է հեռարձակվեն զանգվածային լրատվամիջոցներով շատ ավելի լայն լսարանի համար (ներառյալ նաև ներքին լսարանն ԱՄՆ-ում): Այսպիսով, *ինչպես ներքին լսարանը, այնպես էլ ԱՄՆ դաշնակիցներն ու չեզոք երկրներն այսօր դառնում են տեղեկատվական–հոգեբանական գործողության օբյեկտ:*

Այսինքն, եթե ավելի վաղ պնդվում էր, որ հոգեբանական գործողությունը գործի կդրվի միայն հակառակորդի դեմ և միայն պատերազմական ժամանակաշրջանում, ապա դիտարկվող փաստաթղթում շեշտվում է, որ հոգեբանական գործողությունների միջոցները և մեթոդները կարող են օգտագործվել հանրային դիվանագիտության միջոցառումներին աջակցելու համար: Միևնույն ժամանակ, այդ պարագայում համարվում է, որ գործադրված ուժերը և միջոցները ոչ թե *հոգեբանական գործողություններ* են իրականացնում, այլ ապահովում են ռազմական աջակցություն հանրային դիվանագիտությանը:

Հատուկ շեշտադրվում է այն դրույթը, որ արդի տեղեկատվական գործողություններն *անընդհատ, շարունակական գործողություններ են, որոնք պահանջում են հիմնավոր պատրաստություն խաղաղ ժամանակ:* Ճգնաժամային երևույթների ձևավորումից դեռ շատ առաջ պետք է կազմավորվի և անհրաժեշտ տեղեկատվությամբ լիովին ապահովվի համապատասխան մարտական տարածքը: *Պետք է զգալի ջանք գործադրվի՝ հնարավոր անտագոնիստական լսարանի (ենթադրվող գործո-*

ղությանն անվերապահորեն դեմ հանդես եկողների), և որ հատկապես կարևոր է՝ որոշումներ կայացնող առանցքային «անտագոնիստական» անձանց ճշգրիտ նույնականացման նպատակով: Սահմանված են նրանց կողմից որոշումների ընդունման գործընթացները և նրանց անձնական գերակայությունները: Եթե նման անհատական վերլուծություն չանցկացվի նախապես, մինչ ենթադրվող հակամարտությունը, իրավիճակի սրման պարագայում այն անցկացնելը չափազանց դժվար կլինի, ինչը կնվազեցնի *անտագոնիստական* վարքի փոփոխությանն ուղղված՝ իրականացվող միջոցառումների ընդհանուր արդյունավետությունը:

Բնորոշ է, որ փաստաթղթում ներկայացված քայլերից շատերն արդեն իսկ հաջողությամբ իրագործվում են գործնականում: Դա, առաջին հերթին, ռազմավարական տեղեկատվական գործողությունն է՝ «Պայքար միջազգային ահաբեկչության դեմ» ընդհանուր անվամբ, որի արդյունքում ԱՄՆ-ը ունեցավ լուրջ աշխարհաքաղաքական ձեռքբերումներ: Այս շարքում է նաև «Պայքար ընդդեմ Իրաքում զանգվածային ոչնչացման զենքի» գործողությունը (որպես ավելի ծավալուն և երկարաժամկետ «Պայքար միջազգային ահաբեկչության դեմ» գործողության մի մաս), որի արդյունքում ԱՄՆ-ը ամրապնդվեց Մերձավոր Արևելքում և պայմաններ ստեղծեց տարածաշրջանի վերափոխման սեփական պլանն իրագործելու համար՝ «Մեծ Մերձավոր Արևելքի ձևավորման ռազմավարություն» ընդհանուր անվամբ *(տե՛ս 3.9 ենթագլուխը):*

Որպես նոր միտում կարելի է դիտարկել նաև շեշտը միջազգային ահաբեկչության դեմ պայքարից դեպի կոռուպցիայի դեմ միջազգային մասշտաբով պայքարի կողմը տեղափոխելը, որի հիմք պետք է դառնան ֆինանսական հոսքերի հանդեպ վերահսկողական գործողությունները՝ հանցավոր եկամուտների լեգալացմանը հակազդելու շրջանակներում:

Ընդհանուր առմամբ, փորձագետները նշում են, որ դիտարկվող փաստաթղթում առկա են բավական նորույթներ, որոնք թույլ են տալիս խոսել տեղեկատվական պատերազմի վարման մեթոդների զարգացման ոլորտում ամերիկյան ռազմական փորձագետների լուրջ առաջընթացի մասին: Ռազմական գործողությունների այս տեսակը, փաստաթղթի համաձայն, այսօր պետք է դիտարկվի

որպես հիմնական՝ «ռազմական գործողություն» հասկացությունը սահմանելիս: Միևնույն ժամանակ, ամերիկյան ստրատեգների կարծիքով՝ տեղեկատվական գործողությունները պետք է անցկացվեն անընդհատ. թե՛ խաղաղ, թե՛ հակամարտության սրման ժամանակ՝ ընդգրկելով որքան հնարավոր է մեծ լսարան, ներառյալ ինչպես սեփական երկրի բնակչությանն ու զինված ուժերի անձնակազմին, այնպես էլ ենթադրվող հակամարտությունում ԱՄՆ դաշնակից երկրների և հակառակորդ երկրների բնակչությանն ու զինված ուժերին: Այս ամենը թույլ է տալիս խոսել ռազմական ստրատեգիայի զարգացման նոր փուլի՝ տոտալ տեղեկատվական պատերազմի ռազմավարության ձևավորման մասին:

Վերոնշյալի համատեքստում որոշակի էվոլյուցիա ապրեցին նաև հոգեբանական գործողությունների՝ *PSYOPS*–ի վերաբերյալ եղած մոտեցումները: 2010թ. ամերիկյան «Հատուկ գործողությունների» հրամանատարությունը տեղեկացրեց, որ հրաժարվում է *PSYOPS* եզրի օգտագործումից՝ այն փոխարինելով ավելի բարեհունչ՝ այսպես կոչված «չսպառնացող» արտահայտությամբ՝ «Ռազմական տեղեկատվական գործողությունների աջակցություն» (*Military Information Support Operation - MISO*):

Միաժամանակ հայտարարվեց, որ այդքան հայտնի եզրն այլևս չօգտագործելը պարզապես չի նշանակում մի հասկացության փոխարինում մյուսով. դա բեկումնային պահ է ռազմագիտության և ռազմական ստրատեգիայի այս ուղղության զարգացման ողջ ռազմավարության մեջ: Դա ենթադրում է զանգվածային գիտակցության կառավարման գործողությունների կազմակերպման, գործնական կիրառման և հայեցակարգի արմատական փոփոխություն: Այլ խոսքով՝ *«PSYOPS» եզրից հրաժարումը նշանակալից պահ է, որը բնութագրում է սկսված խոր վերափոխումները ԱՄՆ նոր ռազմական հայեցակարգում տեղեկատվական ներգործության միջոցների դերի և տեղի ընկալման մեջ*: Սակայն կատարված փոփոխությունն ամենևին չի նշանակում, որ նախկինում մշակված տեխնոլոգիաները չեն օգտագործվելու:

Արդեն 2010-ին ակնհայտ էր դարձել, որ հոգեբանական գործողությունների ոլորտում ձևավորված մոտեցումները բավական նեղ են և թույլ են տալիս լուծել լոկ առանձին խնդիրներ

զինված ուժերի կիրառման ընդհանուր պլանի շրջանակներում: Սակայն տեղեկատվական զենքի առկա ներուժը գիտակցության մանիպուլացման մասով անհամեմատ ավելի մեծ էր. դա ակնհայտորեն ցույց տվեցին «արաբական գարնան» իրադարձությունները, և *MISO* հայեցակարգի ընդունումը կարելի է համարել այդ զարգացումների տեսական նախերգանքը: Մյուս կողմից՝ Աֆղանստանում և Իրաքում *PSYOPS-ի* մասնագետները լուրջ պարտություն կրեցին. գործողության իրականացման տարիներին նրանց այդպես էլ չհաջողվեց տեղի բնակչության «հավաքական գիտակցությունն» այնպես ուղղորդել, որպեսզի նրանք կոալիցիայի զորքերի հանդեպ լոյալ վերաբերմունք ցուցաբերեին (պետք է ասել, որ հենց իրենք՝ ամերիկացի զինվորները քիչ ջանք չէին գործադրել իրենց բացասական կերպարի ձևավորման համար):

Հենց այս ժամանակահատվածում էլ հոգեբանական գործողությունների ռազմավարական պլանավորումը Պենտագոնից փոխանցվում է ԱՄՆ Պետդեպարտամենտին: 2010թ. դեկտեմբերին հրապարակվում է առաջին «Դիվանագիտության և զարգացման քառամյա տեսությունը» *(Quadrennial Diplomacy and Development Review (QDDR*), որը «Պաշտպանության քառամյա տեսության» *(Quadrennial Defense Review (QDR)* անալոգն է, ինչը ցույց է տալիս, որ հաջորդականությունը մի շարք հարցերում Պետդեպարտամենտի և Պենտագոնի միջև պահպանվում է:

2011թ. նոյեմբերին ստեղծվեցին «Հակամարտությունների և ռազմաքաղաքական իրադրության կայունացման գործողությունների գրասենյակ» *(Bureau of Conflict and Stabilization Operations (CSO),* իսկ 2012թ. հունվարին՝ «Հակաահաբեկչության գրասենյակ» *(Bureau of Counterterrorism)* նոր կազմակերպչական կառույցները, որոնք կոչված էին ստանձնելու մինչ այդ Պենտագոնի կողմից գործադրվող ակտիվության մի մասը:

Ընդունված որոշումը ցույց է տալիս ամերիկյան վարչակազմի՝ XXI դարում պատերազմների վարման հայեցակարգային մոտեցումների փոփոխության ընդհանուր ուղղությունը. տեղեկատվական գործողությունները դուրս են բերվում Պենտագոնի վարույթից և ձևավորում հակամարտությունների լուծման սեփական ուղղություն: Իսկ դասական պրոպագանդան, որն ամերիկյան «հոգեբանական գործողությունների» հիմքն էր, այժմ

մնում է միայն որպես զինված ուժերի գործունեության ապահովման բազմաթիվ տեսակներից մեկը:

Որպես իրականացվող փոխակերպումների արդյունք՝ կարելի է ենթադրել, որ «գունավոր հեղափոխությունների» կամ «արաբական գարնան» հայտնի մեթոդները գերիշխող դիրք կգրավեն: Իսկ դրանք իրագործող հիմնական «շարժիչ ուժը» կդառնան հատուկ նշանակության էլիտար ստորաբաժանումները:

Այսպիսով, հստականում է այն միտումը, որ տեղեկատվական պատերազմը հաճախ այլևս չի դիտարկվում որպես ռազմական զարգացումների թեև արդյունավետ, բայց և այնպես՝ ուղեկցող գործոն, այլ վերածվել է ինքնուրույն ոլորտի, որը միահյուսվել է ռազմավարական հեռահար ծրագրերին:

***

Տեղեկատվական ոլորտի առաջատարի՝ ԱՄՆ փորձի ուսումնասիրությունից հետևում է, որ տեղեկատվական պատերազմներն առայսօր չունեն ընդհանրացված և կարծրացած հայեցակարգեր ու տերմինաբանություն: Ստեղծված իրավիճակը պայմանավորված է ոչ միայն նրանով, որ տարբեր երկրներում, ելնելով սեփական պատմական, քաղաքակրթական և ռազմական առանձնահատկություններից, յուրովի են ընկալում և մեկնաբանում տեղեկատվական պատերազմների էությունը, նպատակներն ու դրույթները: Որոշիչ է այն հանգամանքը, որ տեղեկատվական ոլորտը ներկայում գտնվում է իր ոչգծային զարգացման փուլում: Գլոբալ հարթությունում արագ կատարվող փոփոխությունները ծնում են նոր իրողություններ, գաղափարներ և ընդհանրացումներ, ինչն էլ թելադրում է վերանայել տեղեկատվական պատերազմներին վերաբերող տեսական ու գործնական-պետական մոտեցումները: Այդ միտումով է պայմանավորված նաև տեղեկատվական պատերազմների նոր տիպերի առաջացումը, որոնք ենթարկվում են «տոտալ» հակամարտությունների տրամաբանությանը:

3.5 «Երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմներ

Հատկանշական է, որ ԱՄՆ-ում պետական մակարդակով ընդունվող որոշումների հենքում հաճախ դրվում են *ՈՒԿ*–ների կատարած հետազոտությունները և մշակած հայեցակարգերը: Մասնավորապես, *«ՌԵՆԴ»* կորպորացիայի փորձագետները տեղեկատվական պատերազմը, ինչպես արդեն նշել ենք, դիտարկում են որպես ինքնուրույն ուղղություն, որը կարող է ընթանալ նաև ռազմական գործողությունների բացակայության պարագայում: Այդպիսով, ըստ այդ նոր մոտեցումների, տեղեկատվական պատերազմը կարող է հանգեցնել այնպիսի արդյունքների, որոնք նախկինում ակնկալվում էին պատերազմական գործողություններից: Նման տրամաբանությանը ենթարկվող գործողությունները, համաձայն ամերիկյան այդ *ՈՒԿ* փորձագետների եզրաբանության, անվանում են «երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմներ, որոնց խնդիրների շարքում առանձնացնենք հետևյալները.

- Հակառակորդի հասարակությունում բարոյազուրկ, ոչ հոգևոր մթնոլորտի և սեփական մշակութային ժառանգության նկատմամբ բացասական վերաբերմունքի ստեղծում;
- Քաղաքական լարվածության և քաոսի ստեղծման նպատակով երկրի բնակչության սոցիալական խմբերի քաղաքական-քաղաքակրթական կողմնորոշումների և հասարակական գիտակցության մանիպուլյացիա;
- Առճակատումների հրահրման, անվստահության, կասկածամտության սերմանման, քաղաքական պայքարի սրման նպատակով կուսակցությունների միջև քաղաքական հարաբերությունների ապակայունացում, ընդդիմության դեմ բռնությունների սադրում և փոխոչնչացման դրդում;
- Իշխանության և կառավարման մարմինների լրատվական ապահովվածության մակարդակի իջեցում, կառավարման ոլորտում սխալ որոշումների դրդում և ներշնչում;
- Պետական մարմինների աշխատանքի մասին ապատեղեկատվություն, նրանց հեղինակազրկում, կառավարման մարմինների վարկաբեկում;
- Սոցիալական, քաղաքական, ազգային և կրոնական բախումների հրահրում;

- Պետության միջազգային հեղինակազրկում, այլ երկրների հետ նրա համագործակցության վնասում;
- Քաղաքական, տնտեսական, պաշտպանական և այլ ոլորտներում պետության կենսականորեն կարևոր շահերի վնասում;
- Սեփական մշակութային «կոդի» ներմուծում հակառակորդի (իսկ երբեմն՝ նաև դաշնակցի) հասարակության գիտակցությունում՝ մանիպուլյացիոն տեխնոլոգիաների միջոցով:

Դժվար չէ նկատել, որ «երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմների որոշ դրույթներ հիշեցնում են նախորդ գլխում դիտարկված Սուն Ցզիի ռազմավարական մոտեցումները: Ինչպես տեսնում ենք, «երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմներում ավելի քան կարևորվում են հոգևոր-գաղափարական բնույթի գործոնները, և Հայկական հանրության տեղեկատվական տարածքում ուշադրության ու վերլուծության արժանի են վերոհիշյալ բոլոր կետերը: Հատկանշական է նաև, որ այս նոր պատերազմների հայեցակարգի հեղինակներն ընդունում են, որ վերը նշված մեթոդների կիրառումը հասարակություններում հաճախ հանգեցնում է անկանխատեսելի հետևանքների:

Նշենք, որ ժամանակակից տեղեկատվական մեծ հոսքերի պայմաններում ներքին դաշտում հայտնվող մի շարք ինֆոգեն սպառնալիքներից, ինչպիսին, օրինակ, *«հակառակորդի մշակութային ժառանգության նկատմամբ բացասական վերաբերմունքի ստեղծումն» է (ինչը «մշակութային պատերազմ» հասկացության բաղադրամասն է)*, գրեթե անհնար է պաշտպանվել արգելող գործողությունների միջոցով: Այս ոլորտում արդյունավետ կարող են լինել միայն տվյալ երկրի *ՏԱ* համակարգի ներսում զարգացած և համընդհանուր պատկերացումները նույն «մշակութային ժառանգության» հանդեպ: Հարկ է նաև արձանագրել, որ վերոհիշյալ ցուցակի շատ կետեր իրենց արտացոլումն են գտել ներկայիս «գունավոր հեղափոխությունների» հետ կապված իրողություններում:

«Երկրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմների միջոցով ռազմավարության իրագործումը *նոոքաղաքականություն*[7] հասկացության բաղադրամաս է հանդիսանում: Համարվում է, որ

[7] Նոոքաղաքականություն - բառացի թարգմանվում է որպես գիտակցության, գիտելիքների վրա հիմնված կամ ուղղակի «խելոք» քաղաքականություն (հունարեն՝ *noos* - գիտակցություն):

նոոքաղաքականությունը այն տեղեկատվական ռազմավարությունն է, որը թույլ է տալիս ԶԼՄ-ի և տեղեկատվություն հաղորդելու այլ միջոցներով հասարակություններում ստեղծել ներազդող կողմին շահավետ դրական կամ բացասական վերաբերմունք, կողմնորոշում այս կամ այն պետության կամ բարոյական արժեքների հանդեպ:

Տեղեկատվական նոր սերնդի պատերազմներում այլ բովանդակություն են ստանում նաև «հաղթանակ» և «պարտություն» հասկացությունները: Հայտնի է, որ ավանդական պատերազմներում, ինչպիսին էր, օրինակ, Երկրորդ համաշխարհայինը, պարտված կողմը ստորագրում էր կապիտուլյացիա, կրում էր մարդկային և տարածքային կորուստներ, կտրուկ կրճատվում էր նրա բանակը, փլուզվում էր արդյունաբերությունը, երկրից դուրս էին հանվում գիտատար տեխնոլոգիաները և այլն: Մինչդեռ տեղեկատվական տոտալ հակամարտություններում կարող են ընդհանրապես բացակայել պատերազմի «սկիզբ», «ավարտ», «հաղթանակ» կամ «պարտություն» հասկացություններն այն իմաստով, ինչպես դրանք մեկնաբանվում էին նախկինում: Եթե հիմք ընդունենք և փոքր-ինչ ընդհանրացնենք Ս.Ռաստորգուևի մոտեցումները, ապա, մասնավորապես, «պարտված երկրները» բնութագրվում են հետևյալ հատկանիշներով.

- Պարտված երկրում տեղի են ունենում գիտելիքային-տեղեկատվական ներուժի շարունակական կրճատում, պետական–ազգային–հասարակական համակարգի տարրերի և ենթակառուցվածքների ոչնչացում: Համակարգային բնույթ կրող նման պարզունակացումը պարտված երկիրը դարձնում է անվտանգ հաղթողի համար:
- Պարտված երկրից, ինչպես և անցյալի պատերազմներում, նույնպես դուրս են բերվում գիտատար տեխնոլոգիաները, սակայն ոչ այն ձևով և միջոցներով, ինչպես ընդունված էր նախկինում[8]: Սկզբունքային տարբերությունն այն է, որ «դրսից

[8] Օրինակ, Երկրորդ համաշխարհայինից հետո հաղթած երկրները Գերմանիայից դուրս կրեցին հազարավոր գործարանների և հետազոտական կենտրոնների սարքավորումներ ու տեխնոլոգիական փաստաթղթեր (միայն վերջինների ծավալը կազմեց հարյուրից ավելին շարժակազմ): Այդ երկրից, հաճախ հատուկ ծառայություններին բնորոշ միջոցներ կիրառելով, դուրս բերվեցին նաև բազմաթիվ բարձրակարգ մասնագետներ, որոնց հիմնական մասը սկսեց աշխատել ԱՄՆ, Մեծ Բրիտանիայի և ԽՍՀՄ ռազմարդյունաբերական կառույցներում:

կառավարողները» կարող են փոխել պարտված պետության զարգացման առաջնահերթությունները՝ փոխարինելով դրանք այսպես կոչված «փակուղային գաղափարներով»: Օրինակ, հնարավոր է որպես առաջնային խնդիր նպատակ դնել նախկինում տեխնոլոգիապես զարգացած երկիրը դարձնել «զբոսաշրջիկության կենտրոն» և անգամ այդ խնդրի շուրջ «հանրային քննարկումներ» կազմակերպել: Ստեղծված «զբոսաշրջիկային» տնտեսական իրադրությունում պարտված կողմն ինքն է ձգտում «ազատվել» իրենց ակտուալությունը կորցրած անցյալի տեխնոլոգիական ժառանգությունից և ինքն է դուրս բերում երկրից սարքավորումները, հնարավոր է՝ անգամ ջարդոնի տեսքով: Ակնհայտ է նաև, որ «զբոսաշրջիկության կենտրոնում» իրենց տեղը չեն գտնի ու կլքեն հայրենիքը բարձրակարգ տեխնոլոգները, գիտաշխատողները և այլ մասնագետներ: Երբեմն նշված ծրագրերն իրագործվում են ավելի քողարկված տեսքով՝ շեշտը դնելով «ոչ առաջադեմ» «ինդուստրիալ» հասարակությունը «ծառայություններ մատուցողի» վերափոխելու վրա: Սակայն գիտական-տեխնոլոգիական և արդյունաբերական ներուժից զրկված հասարակությունն առավելագույնս կարող է սպասարկել զբոսաշրջիկային բիզնեսը: Վերոնշյալ ծրագրերի գլխավոր հետևանքներից մեկը երկրի բնակչության ժողովրդագրական պատկերի *որակական* փոփոխությունն է, քանի որ այդպիսով նվազում է գիտելիքներ և հմտություն ունեցողների տեսակարար կշիռը և աճում է առևտրական ու ժամանցային ոլորտը սպասարկողների հատվածը:

- Պարտված երկրում, գիտատեխնոլոգիական ներուժի նվազեցման համատեքստում, աշխատանք է տարվում նաև մնացած հետազոտական կառույցների հնարավորությունների սահմանափակման ուղղությամբ: Օրինակ, հետխորհրդային որոշ երկրներում իրագործվել են համալիր գործողություններ, որոնց ընդհանրական նպատակն էր հետազոտական կենտրոններին «հուշել» փակուղի տանող «կեղծ նպատակ» (*«False aim»):* Մեկ այլ միջոց է նաև մտածված դրամաշնորհային քաղաքականություն վարելով՝ հետազոտական կառույցների ջանքերն ուղղորդել դեպի այսպես կոչված ոչ էական, հրատապություն չունեցող, երբեմն զուտ «իմիտացիոն» բնույթ կրող խնդիրներով

զբաղվելը: Հատկանշական է, որ այս ենթագործողությունը կրում էր *«Spoilt weapon»* անվանումը, որն իմաստային առումով կարելի է թարգմանել որպես «փչացնող զենք»՝ նկատի ունենալով այն դրամաշնորհային գումարները, որոնցով հրապուրվում են հետազոտողները:

- Պարտված երկիրը սկսում է լուծել նախկինում իրեն ոչ բնորոշ խնդիրներ, որոնք իրականում բխում են հաղթողի շահերից: Այլ խոսքով՝ պարտված երկրի ընդհանրական ռեսուրսներն ի սպաս են դրվում ոչ թե զարգացման և սեփական շահերի պաշտպանման գործին, այլ հաղթող կողմի պահանջների կատարմանը:
- Պարտված երկրի հասարակությանը, համապատասխան քարոզչական տեխնոլոգիաների միջոցով, «օգնում» են ձևավորել «ազգային հիշողություն», որտեղ ամրագրվում են նոր «միֆոլոգեմներ» և շեշտադրումներ են կատարվում հաղթողի համար շահեկան տեսանկյունից: Օրինակ, եթե պարտվողը հետխորհրդային երկիր է, ապա բացասական վերաբերմունք է ձևավորվում խորհրդային անցյալի նկատմամբ, հերոսացվում անգամ այն դրվագները, որոնք վերաբերում են պատերազմում նացիստների հետ համագործակցած խմբավորումներին: Նման սկզբունքներով խմբագրվում են ազգային–պահպանողական գաղափարախոսության դրույթները և ձևավորվում են նորերը, որոնք համապատասխանում են հաղթող կողմի աշխարհայացքային և արժեհամակարգային պատկերացումներին:

Նշված գործընթացների իրագործումը նպաստում է, որպեսզի պարտված երկիրն ընդգրկվի հաղթողի գործառույթների ալգորիթմում և այդպիսով վերածվի վերջինի արժեքային համակարգի ու քաղաքական-տնտեսական կառուցվածքի բաղադրամասի: Նման տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառման արդյունքում հնարավոր է, որ ստեղծվի մի իրավիճակ, երբ պարտված կողմը ոչ միայն չի ընկալի սեփական պարտությունը, այլև կընդունի այն որպես հաղթանակ կամ նվազագույնը՝ արդյունավետ ինտեգրացիայի հետևանք: Այդպիսի երևույթներ նկատվում են, մասնավորապես, այն հասարակություններում, որոնք իրականացրել են այսպես կոչված «գունավոր հեղափոխություններ»:

***

Ինչպես տեսնում ենք, XX դարի վերջին քառորդը և XXI-ի սկիզբը բեղմնավոր էր տեղեկատվական պատերազմների տեսական, մեթոդական մշակումների և դրանց գործնական կիրառման տեսանկյունից: Այդ մշակումները, որպես կանոն, փոխլրացնող և միմյանց ուժեղացնող բնույթ են կրում: Դրանց շարքին պետք է դասել նաև այսպես կոչված «Էֆեկտների վրա հիմնված գործողությունների» դոկտրինը, որը նույնպես կապված է տեղեկատվական պատերազմների հայեցակարգերի հետ, քանի որ նման գործողություններն առաջին հերթին նպատակ ունեն փոխել հակառակորդի վարքագիծը, և այդ առումով ինչպես առանձին էֆեկտը, այնպես էլ դրանց համախումբը կարելի է համարել յուրովի տեղեկատվական–հոգեբանական զենք: Նկատենք, որ որոշ փորձագետներ «Էֆեկտների վրա հենվող գործողությունները» դասում են արդեն «երրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմների շարքին:

3.6 «Էֆեկտների վրա հիմնված գործողություններ»

«Էֆեկտների վրա հենվող գործողությունների» *(ԷՎՀԳ, effects-based operations*) հիմքում ընկած գաղափարները թվացյալ պարզ են և արտացոլում են այն, որ ռազմական գործողությունների պլանավորման և անցկացման ժամանակ որպես կարևորագույն խնդիր պետք է ընդունել հետևյալ գործոնները.

- Կատարվող գործողություններից պետք է առաջանան այնպիսի էֆեկտներ, որոնք այդ գործողությունները նախաձեռնողի համար ցանկալի ազդեցություն են գործում հակառակորդի վարքագծի վրա, ինչն ավելի գերադասելի է, քան նրա զինված ուժերի ջախջախումը:
- Առաջացած էֆեկտները պետք է ազդեն ոչ միայն ռազմական, այլև քաղաքական, հասարակական, տնտեսական և այլ ոլորտների իրավիճակի վրա:
- Առաջացած էֆեկտները պետք է ազդեցություն թողնեն ոչ միայն հակառակորդի, այլև դաշնակիցների և չեզոք դիրք գրաված կողմերի վրա:

Այլ խոսքով՝ «Էֆեկտների վրա հիմնված գործողությունների» դոկտրինը կարելի է սահմանել որպես գործողությունների համա-

խումբ՝ ուղղված բարեկամների, չեզոք ուժերի և թշնամիների վարքագծի մոդելի ձևավորմանը խաղաղության, ճգնաժամի ու պատերազմի պայմաններում:

Խնդրի այսպիսի առաջադրումը զինվորական ղեկավարությունից շատ ավելին է պահանջում, քան ռազմական հաղթանակ տանելն է: ԷՎՀԳ հայեցակարգում հակառակորդի ֆիզիկական ոչնչացումը դառնում է լոկ պատերազմի նպատակին հասնելու հնարավոր մեթոդներից և գործիքներից ընդամենը մեկը, որպեսզի այդպիսով հարկադրեն հակառակորդին հետևելու գործողությունների որոշակի գծի ավելի լայն իրականացվող քաղաքականության շրջանակում: Այդ տեսանկյունից ԷՎՀԳ-ն ավելի շուտ ռազմական մտածողության տեսակ կամ համակարգ է, քան թե պատերազմի նոր ձև, որը ենթադրում է ազգային անվտանգության ոլորտի կատեգորիաներով մտածելու կարողություն և, հետևաբար, պահանջում է դուրս գալ ռազմական ոլորտի սահմաններից:

Նկատենք, որ նման մտածողությունը դժվար է նորություն համարել, քանի որ բոլոր ժամանակների խոշոր զորավարները միշտ դուրս են եկել ռազմական գործողությունների սահմաններից՝ ջանալով հասկանալ հակառակորդին, գնահատել և հաշվի առնել նրա մտադրությունները: Հայտնի է, որ լավ հրամանատարը երբեք թույլ չի տա իրեն պլանավորել և անցկացնել գործողություններ, որոնք կհենվեն հակառակորդի այս կամ այն գործողության հանդեպ հույսի ու հավատի, այլ ոչ թե նրան ճանաչելու վրա:

Պատմական անցյալում վերոնշյալ մոտեցումների դասական օրինակ է բազմիցս հիշատակվող Ոդիսևսի «Տրոյական ձի» գործողությունը. հսկայական փայտե նժույգը մեծ տպավորություն գործեց Տրոյայի պաշտպանների վրա և դրդեց նրանց սխալ որոշումներ ընդունել: Իսկ արդեն Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակաշրջանում իտալացի ռազմական տեսաբան, գեներալ Ջուլիո Դուեն իր «Գերիշխանությունն օդում» հայտնի գրքում[9] համակարգել և ներկայացրել է մի շարք փաստարկներ և դատողություններ, որոնք համահունչ են արդի ԷՎՀԳ հայեցակարգային դրույթներին: Դրանք են.

[9] http://www.e-reading.by/bookreader.php/1011228/Due_-_Gospodstvo_v_vozduhe.html

- Արդի պատերազմը թույլ չի տալիս տարբերություն դնել զինվորական և քաղաքացիական բնակչության միջև:
- Արագության և բարձրության առավելություններն օդային պատերազմի եռաչափ ասպարեզում սահմանափակում են հարձակողական օդային ռազմավարության դեմ պաշտպանական միջոցներ ձեռնարկելու հնարավորությունները:
- Պետությունը և հասարակությունը պետք է պատրաստ լինեն սկսել *թշնամու բնակավայրերի,* կառավարական և արդյունաբերական կառույցների զանգվածային ռմբակոծումը, առաջինը հարվածել և հարվածել ուժեղ՝ կոտրելու համար հակառակորդի քաղաքացիական բնակչության ոգին, հակառակորդի կառավարությանը խաղաղություն խնդրելուց բացի որևէ այլ ընտրություն չթողնելով:

Պատահական չէ, որ նման հայացքներ ունեցող գեներալը դեռևս 1915թ. առաջարկում էր Ավստրիայի տոտալ ռմբակոծման համար օգտագործել 500 ռմբակոծիչ: Դուեի դոկտրինը մեծ ազդեցություն ունեցավ ռազմաօդային ուժերի զարգացման և դրանք որպես ինքնուրույն զորատեսակ կիրառելու ռազմավարության վրա: Այդ դոկտրինի կիրառման օրինակները բազմաթիվ էին Երկրորդ համաշխարհայինի տարիներին: Գերմանացիները, կատարելով Հիտլերի անձնական հրամանը և հետևելով Դուեի դեղատոմսերին, 1941թ. ռմբակոծեցին անգլիական Քոնվենթրի քաղաքը, ինչը խլեց մոտ 600 խաղաղ բնակչի կյանք: Անգլո-ամերիկյան դաշնակիցների կողմից 1945թ. Դրեզդենի ռմբակոծության արդյունքում զոհվեց 25 հազար մարդ: Սակայն «էֆեկտների վրա հիմնված» գործողության ամենատպավորիչ օրինակն առայսօր շարունակում է մնալ 1945թ. ԱՄՆ ձեռնարկած ճապոնական Հիրոսիմա (օգոստոսի 6-ին) և Նագասակի (օգոստոսի 9-ին) քաղաքների ատոմային ռմբակոծումը, որի հետևանքով զոհվեց շուրջ 240 հազար խաղաղ բնակիչ: Դա ստիպեց ճապոնական կառավարությանն օգոստոսի 15-ին հայտարարել կապիտուլյացիայի մասին, իսկ կարճաժամկետ հեռանկարում, որպես լրացուցիչ էֆեկտ, ազդեց նաև հակահիտլերյան կոալիցիայի մասնակից ԽՍՀՄ քաղաքական վարքագծի վրա: Երկարաժամկետ հեռանկարում ատոմային զենքի օգտագործումից առաջացած էֆեկտը պայմանավորեց

Նկ. 3.2

Հիրոսիմայի վրա գցված ատոմային ռումբի պայթյունը և դրա հետևանքները:

հետպատերազմյան համաշխարհային քաղաքականության ողջ տրամաբանությունը:

Տեղեկատվական տեսանկյունից դասական *ԷՎՀԳ* կարելի է համարել ՄԱԿ-ում 2003թ. ամերիկյան զորքերի Իրաք ներխուժումը հիմնավորելու նպատակով ընթացող քննարկումների ժամանակ ԱՄՆ պետքարտուղար Քոլին Փաուելի կողմից «բակտերիոլոգիական զենքով» սրվակի ցուցադրումը, «որը ձեռք էր բերել ամերիկյան հետախուզությունն Իրաքում»: Դա, ինչպես հետո պարզվեց, անվնաս սպիտակ փոշի էր եղել, սակայն «էֆեկտն» «աշխատել էր», մեծամասնությունը կողմ էր քվեարկել ամերիկյան նախագծին: Այս կոնկրետ օրինակին կարելի էր և չանդրադառնալ, քանի որ նման հնարքները դիվանագիտական պրակտիկայում հազվադեպ չեն, սակայն *«Փաուելի էֆեկտը»* հատկանշական է նրանով, որ Իրաք ներխուժումից հետո Մերձավոր Արևելքում սկսեց ձևավորվել այսպես կոչված «կառավարվող քաոսի» իրավիճակը, որն արդեն «էֆեկտ» էր գլոբալ մակարդակով: Այլ խոսքով՝ փոքր «էֆեկտը» ծնեց շատ մեծը:

Արդի ժամանակաշրջանում *ԷՎՀԳ-ի* վերաբերյալ մոտեցումները սկսել են կիրառվել ռազմավարական պլանավորման գրեթե բոլոր ոլորտներում: Դա իր հերթին ստիպել է խոսել ոչ միայն պարզապես գործողությունների պլանավորման հայեցակարգի և մեթոդաբանության, այլ նաև *արդյունքների հասնելու*

վրա հենվող մտածողության մասին, որում ներառված են հետևյալ չորս կանխադրույթները.

- Օպերատիվ և ռազմավարական արդյունքների հասնելու համար անհրաժեշտ է միավորել ձեռնարկվող բոլոր գործողությունները և քայլերը (քաղաքական, դիվանագիտական, տնտեսական և ռազմական);
- Առաջացած էֆեկտներն անհրաժեշտ է մշտապես գնահատել և, անհրաժեշտության դեպքում, պլաններն ու գործողությունները հարմարեցնել փոփոխվող մարտական իրադրությանն ու հակամարտության իրողությանը;
- Վերլուծել և գնահատել էֆեկտները և դրանց հետևանքները երկարաժամկետ հեռանկարների տեսանկյունից:

Այսպիսով, *ԷՎՀԳ-ն* իր բնույթով պատերազմի վերլուծաբանական ձևն է հանդիսանում, որը փորձում է ոչ միայն պլանավորել, իրականացնել և գնահատել գործողությունները, այլև համակարգված մեթոդներով կռահել, կանխատեսել գործընթացները, իրադարձությունները և հակառակորդի հնարավոր պատասխան քայլերը: Ռազմական գործողության այսպիսի տեսլականը հիշեցնում է գրոսմայստերների շախմատային պարտիա, երբ մանրակրկիտ հաշվարկվում են խաղի հնարավոր տարբերակները, որոնք կարող են հետո ծավալվել իրական խաղում: Միևնույն ժամանակ, նրանք, ովքեր իրականացնում են *ԷՎՀԳ*-ներ, պետք է ձգտեն ոչ միայն հաշվարկել հնարավոր քայլերը, այլև կարողանան գնահատել իրադարձությունները միասնական համատեքստում, երբ հաշվի են առնվում ոչ միայն սեփական և հակառակորդի, այլ նաև բարեկամական ուժերի և չեզոք դիտորդների քայլերը:

***

«Երկրորդ» և «երրորդ» սերնդի գործողությունների իրագործումը պահանջում է նաև կազմակերպչական նոր միջոցների կիրառում: Այդ տեսանկյունից ուշագրավ են ցանցային կազմակերպման մեթոդները, առանց որոնց դժվար է պատկերացնել տոտալ տեղեկատվական պատերազմներ վարելը:

3.7 Ցանցակենտրոն տեղեկատվական պատերազմներ և կազմակերպչական մեթոդներ

Տեղեկատվական պատերազմների հիմնական առանձնահատկությունն, ինչպես արդեն նշել ենք, նրանց մեծ դինամիզմն է, և այս խնդրում մեծ ուշադրություն է դարձվում ոչ միայն այդ պատերազմների ռազմավարությանը, այլև դրանց իրագործման մեխանիզմների և եղանակների կատարելագործմանը: Նման մեթոդաբանության օրինակ կարող է հանդիսանալ նախորդ դարի 90-ականների վերջին արդեն հիշատակված *ՌԵՆԴ-ի* աշխատակիցներ Ջ.Աքվիլի և Դ.Ռոնֆելտի կողմից «ցանցակենտրոն տեղեկատվական պատերազմների» հայեցակարգի մշակումը: Որպես ելակետ ընդունվել է այն դրույթը, որ տեղեկատվական հասարակություններում պետության–հանրության հզորությունը պայմանավորված է առաջին հերթին իրազեկությամբ և տեղեկատվություն ստանալու հնարավորությամբ ու այդ գործընթացներին արագ և համապատասխան արձագանքելու ունակությամբ (հիշենք Թոյնբիի *ԱԱ* սահմանումը):

«Ցանց» հասկացությունը ենթադրում է հրաժարվել ինդուստրիալ հասարակարգին բնորոշ «կենտրոն–ծայրամաս» հիերարխիկ կառավարման մեթոդից և ձևավորել հստակ կառուցվածք չունեցող համակարգ, որը ենթարկվում է ինքնազարգացման, ինքնակազմակերպման և ոչգծային գործընթացների տրամաբանությանը: Նման համակարգում բացակայում է «կենտրոնը», սակայն համակարգը կազմող օղակներից յուրաքանչյուրն իր վրա կարող է վերցնել ղեկավարող «կենտրոնի» գործառույթները: Այդպիսի սկզբունքների վրա հիմնված կառույցների հիմնական առավելություններից մեկն այն է, որ թույլ է տալիս որոշումներ ընդունել հակառակորդից ավելի արագ՝ ստիպելով նրան որոշումներն ընդունել և դրանք իրագործել արդեն փոփոխված իրավիճակում: Մինչդեռ այդ պայմաններում սխալվելու հավանականությունը բարձր է, քանի որ իրավիճակն արդեն միանգամայն այլ է և հակառակորդը դրան պատրաստ չէր: Եվս մեկ կարևոր առավելություն. եթե հակառակորդին հաջողվի խոցել, շարքից դուրս բերել ցանցի կառույցներից որևէ մեկը, ապա մյուսները կարող են շարունակել իրենց գործունեությունն ինքնավար ռեժիմով:

Ըստ մտահղացման հեղինակների, «ցանցակենտրոնության» հայեցակարգը ներկայացնում է.

- Բարձր մտավոր ռեսուրսների տիրապետող համակարգ, որի բաղադրիչներն ունակ են լիարժեք իրազեկվել և արագ ու ադեկվատ արձագանքել ստացած տեղեկատվությանը;
- Պատերազմական իրավիճակի (լայնորեն մեկնաբանելով այս հասկացությունը և նկատի չունենալով զուտ ռազմական գործողությունները) գիտակցություն և համապատասխան հոգեբանություն ու գործելաոճ:

Հատկանշական է նաև, որ «ցանցակենտրոն պատերազմների» տեսաբաններն այսօր այլ ժողովուրդներին սեփական «մշակութային կոդի» հաղորդումը նույնացնում են արդիական պատերազմի էության հետ:

ՌԵՆԴ-ի մոտեցումները գրավեցին ԱՄՆ ռազմական գերատեսչության ուշադրությունը, և այդ կոնցեպտի գործնական ներդրումով անմիջապես սկսեցին զբաղվել բազմաթիվ կառույցներ: Պենտագոնում հիմնադրվեց «Զինված ուժերի ձևափոխման» դեպարտամենտը, որը, ելնելով ցանցային պատերազմների սկզբունքներից, իրագործում է ամերիկյան զինված ուժերի բարեփոխումները և կատարում նոր մշակումներ:

Տեղեկատվական արդի դարաշրջանը մեծապես նպաստում է ցանցային կառույցների ձևավորմանը: Դրանք խիստ արդյունավետ են կազմակերպչական տեսակետից: Որոշ հետազոտողների կարծիքով՝ հնարավոր է, որ ապագա գլոբալ հասարակարգը ցանցային կառույցների մի համախումբ ներկայացնի:

Ցանցակենտրոն տեխնոլոգիաները և Հայկական հանրության հիմնախնդիրները. Վերոնշյալ կառույցներն առանձնահատուկ դերակատարում կարող են ունենալ համազգային նախագծեր իրականացնելու պարագայում, և դա հրատապ է հայկական հայտնի իրողությունների համատեքստում: Այդ տեսանկյունից *տեղեկատվական ցանցակենտրոն (ՏՑ) կազմակերպչական համակարգի հայեցակարգային մշակումը և դրա միջոցով միասնական տեղեկատվական դաշտի ձևավորումն այսօր անհրաժեշտ է համարել Հայկական հանրության անվտանգության, թերևս, ամենահրատապ խնդիրը:* Նման գնահատականը պայմանավորված է հետևյալ նկատառումներով:

Ցանցակենտրոն համակարգի տարրերը, ապակենտրոնացված լինելով, բայց ունենալով ինքնուրույնության բարձր աստիճան և արդյունավետ գործելու լայն հնարավորություններ, գտնվում են *միասնական տեղեկատվական դաշտում՝ ցանցում*: Դրանք ունեն միասնական ղեկավարություն և նպատակներ: Մասնավորապես, ցանցակենտրոն ձևաչափը մեծ կայունություն ունի. վերն արդեն նշել ենք, որ երբ համակարգի բաղադրիչներից մեկը շարքից դուրս է գալիս, մնացածները՝ ինքնավարության բարձր աստիճանի շնորհիվ, կարողանում են շարունակել իրենց նպատակային գործունեությունը: Ավելին, համաձայն որոշ հետազոտողների՝ նման ցանցային գործընթացի արդյունքում կարող է ձևավորվել կոլեկտիվ–թիմային *գերինտելեկտ*, որը հնարավորություն է տալիս լուծել առանձին անհատներին ոչ հասու գերդժվար խնդիրներ: Այս ամենի համատեքստում *ՏՅ* ռազմավարության կիրառումը Հայկական հանրության կողմից պետք է որ խիստ արդյունավետ լինի. այն, մասնավորապես, թույլ կտա իրագործել համազգային քաղաքական, գիտատեխնիկական, մշակութային և տնտեսական նախագծեր:

Շեշտենք, որ Հայկական հանրությունը դեռևս պատմական անցյալում տիրապետում էր ցանցային կազմակերպման մեթոդներին, իսկ այսօր ցանցակենտրոն սկզբունքի հիման վրա գործում են Հայ Առաքելական եկեղեցին, ավանդական կուսակցությունները և այլ ազգային կազմակերպություններ: Այդ կառույցները, անշուշտ, հսկայական ներդրում ունեն ազգի պահպանման գործում: Հարկ է նկատել, սակայն, որ վերոնշյալ կառույցների միջև երբեմն բացակայում է տեղեկատվական հակադարձ դրական կապը: Միևնույն ժամանակ, հայկական կառույցների բացթողում կարելի է համարել այն հանգամանքը, որ նրանք միշտ չէ, որ կիրառում են արդիական կազմակերպչական մեթոդները, իսկ ազգային շահերի վերաբերյալ նրանց պատկերացումները միշտ չէ, որ համընկնում են: Այլ խոսքով՝ միշտ չէ, որ բավարարվում է արդյունավետ ցանցակենտրոն կազմակերպման գլխավոր նախապայմանը բարձր մտավոր ռեսուրսների տիրապետող համակարգի վերաբերյալ:

Վերոնշյալ անբարենպաստ գործոնները, անշուշտ, համակարգային բնույթ են կրում և ևս մեկ անգամ վկայում են այն մասին, որ ցայսօր հստակ ձևակերպված չեն Հայության կազմակերպչական հիմնադրույթներն ու ազգային շահերը: Այսինքն՝

հայկական ՏՅ համակարգի համար անհրաժեշտ է մշակել հայեցակարգային-գաղափարախոսական մոտեցումներ:

***

Ցանցակենտրոն կազմակերպչական մեթոդները լայնորեն կիրառվում են այսպես կոչված «գունավոր հեղափոխություններ» իրագործելիս, որոնցում, ի թիվս այլ մեթոդների, օգտագործվում են նաև էֆեկտների վրա հենված տեղեկատվա–հոգեբանական գործողությունները:

3.8 «Գունավոր հեղափոխություններ»

ԶԼՄ-ում այսպես է ընդունված անվանել այս կամ այն երկրում նախապես ծրագրված զանգվածային բողոքների շարքը, որն ավարտվում է տիրող քաղաքական վարչակազմի տապալումով: Այդ գործընթացներում լայնորեն կիրառվում են տեղեկատվա-հոգեբանական ազդեցության գործողությունները և դրանցից բխող էֆեկտները: «Գունավոր հեղափոխությունների» օրինակներ են հանդիսանում, մասնավորապես.

- «Բուլդոզերային հեղափոխությունը» Հարավսլավիայում, 2000թ.
- «Վարդերի հեղափոխությունը» Վրաստանում, 2003թ.
- «Նարնջագույն հեղափոխությունը» (2004թ.) և «Եվրամայդանն» (2013-2014թ.) Ուկրաինայում,

Վերը ներկայացվածների շարքին են դասում նաև 2011թ. սկսված լայնածավալ «արաբական գարնան» համատեքստում կատարված «Լոտոսի հեղափոխությունը» Եգիպտոսում և իշխանափոխությունը Թունիսում:

Եղել են նաև նման հեղափոխությունների փորձեր Բելառուսում (2006թ.), Մոլդովայում (2009թ.), Ռուսաստանում՝ «Բոլոտնայա»[10] «հեղափոխությունը» 2011-2013թթ.) և Չինաստանում՝ «Հասմիկների հեղափոխությունը» (2011թ.), որի ժամանակ Շանհայում ակտիվիստներին անգամ հաջողվեց զավթել հեռուստակայանը և ուղիղ եթերում ներկայացնել իրենց նպատակները:

Նոր տիպի այս հեղափոխությունները հիմնականում պայմանավորված են աշխարհաքաղաքական-աշխարհատնտեսական

[10] Անվանումը կապված է Մոսկվայի *«Болотная»* («Ճահճային») հրապարակի հետ, որտեղ տեղի էին ունենում հիմնական իրադարձությունները:

գործոններով և հանդիսանում են որոշ տերությունների քաղաքականության շարունակությունը «փափուկ ուժի» միջոցներով: Միևնույն ժամանակ, «գունավոր հեղափոխությունների» իրագործումը կամ դրանք կատարելու փորձը ենթադրում է որոշակի նախապայմաններ, որոնցից առանձնացնենք հետևյալները:

Գունավոր հեղափոխությունների արտաքին դրդապատճառները և նախապայմանները: Ինչպես հայտնի է, ԽՍՀՄ փլուզումից հետո եղան բազմաթիվ հայտարարություններ Սառը պատերազմի ավարտի մասին: Սակայն շատ չանցած աշխարհաքաղաքական-աշխարհատնտեսական ավանդական հակասություններն ընդհանրական Արևմուտքի, Ռուսաստանի և գերտերություն դարձած Չինաստանի միջև նոր թափ ստացան: Այսօր գլոբալ հարթությունում ընթանում է նոր՝ Երկրորդ սառը պատերազմը, որի զինանոցը համալրվել է տեղեկատվա–հոգեբանական պատերազմների հայեցակարգերով, զենքերով ու դրանց կիրառման մեթոդաբանությամբ, որոնք էլ լայնորեն կիրառվում են ստեղծված իրադրությունում: Ավելին, ինչպես նշել ենք, ներկայիս բազմակենտրոն աշխարհակարգի պայմաններում այդ գործընթացներում կարևոր դերակատարում են ձեռք բերել ինչպես ռազմատնտեսական առումով ոչ այնքան առաջատար երկրները, այնպես էլ մեծ ռեսուրսների տիրապետող ոչ պետական կառույցները: Նման բազմապլան հակամարտություններում որպես հակառակորդներին թուլացնելու, իսկ որոշ դեպքերում՝ անցանկալի վարչակազմերին տապալելու միջոց սկսեցին օգտագործվել նաև այդ երկրների հասարակությունները, որոնցում առկա են հիմնախնդիրներ՝ հիմնականում կապված մարդու իրավունքների կամ ընտրությունների վերաբերյալ օրենքների խախտման հետ: Այս խնդրում անհրաժեշտ է դասակարգել և տարբերել կիրառվող մոտեցումները.

1. «Գունավոր հեղափոխության» փորձը կատարվում է «պայմանական հակառակորդի» երկրում, բայց ոչ այդ երկրի վարչակազմը տապալելու նպատակով, քանի որ դա ակնհայտորեն իրատեսական չէ: Տեղի ունեցող իրադարձությունների նպատակն է դրանց լայն և համապատասխան մեկնաբանություններով լուսաբանումը ԶԼՄ-ի միջոցով, ինչը բացասաբար է ազդում պայմանական հակառակորդի միջազգային

հեղինակության վրա: Արդյունքում, օրինակ, վատանում են տվյալ երկրի տնտեսական ցուցանիշները («էֆեկտների» հետևանքը): Ի լրումն, հակառակորդ երկրում ստեղծված «ակտիվ բողոքող» խմբավորումները լրացուցիչ խնդիրներ են առաջացնում այդ երկրի ներքաղաքական դաշտում: Նման հեղափոխությունների օրինակ կարող են հանդիսանալ «Բոլոտնայա» հեղափոխությունը» Ռուսաստանում և «Հասմիկների հեղափոխությունը» Չինաստանում:

2. «Գունավոր հեղափոխությունը» կատարվում է ոչ թե «պայմանական հակառակորդի» երկրում, այլ իրագործվում է նրա ազդեցության տակ գտնվող պետությունում: Վերջինս, դուրս գալով «պայմանական հակառակորդի» ազդեցության ոլորտից, թուլացնում է տվյալ տարածաշրջանում «հակառակորդի» քաղաքական, տնտեսական և այլ ոլորտներում ունեցած դիրքերը: Նման ռազմավարության առավել ակնհայտ արտահայտություն պետք է համարել 2003թ. «Վարդերի» հեղափոխությունը Վրաստանում, 2004 և 2013թթ. հեղափոխություններն Ուկրաինայում: Դրանց անթաքույց նպատակն էր քաղաքակրթական, քաղաքական և տնտեսական առումով «պոկել» այդ երկրները Ռուսաստանից: Կարևոր հանգամանք է, որ նման համատեքստում «հեղափոխություն» իրագործած հասարակությունները կարող են հայտնվել նաև բավական անբարենպաստ պայմաններում: Օրինակ, Վրաստանը պատերազմ հայտարարեց Հարավային Օսիային և, կարելի է ասել, վերջնականապես կորցրեց իր այդ տարածքը, Ուկրաինան կորցրեց Ղրիմը, իսկ Դոնբասում և Լուգանսկում ստեղծվեց անորոշ իրավիճակ (նշենք, որ Ուկրաինայի համախառն ներքին արտադրանքը 2014-2015թթ. նվազել է մոտ 2.5 անգամ): Այսինքն՝ այս տիպի հեղափոխությունների նպատակը երկարատև լարվածություն ստեղծելն է «պայմանական հակառակորդի» և «թիրախ» հանդիսացող երկրի միջև, իսկ վերջինի շահերը ներազդողների կողմից անտեսվում են: Այլ խոսքով՝ գործում է «ինչքան վատ, այնքան լավ» հայտնի քաղաքական սկզբունքը:

3. «Գունավոր հեղափոխությունների» իրագործման ռազմավարական նպատակն է ձևավորել տարածաշրջանային «անկայունության գոտի» հակառակորդ և անգամ դաշնակից երկրների

շուրջ: Արդյունքում՝ այդ տարածաշրջանի հետ առնչություններ ունեցող երկրներն ընդհարվում են բազմաբնույթ հիմնախնդիրների հետ: Նման լայնածավալ գործողությունների համախումբ է հանդիսանում «հեղափոխությունների» շարքը Մեծ Մերձավոր Արևելքում, որի հետևանքով անկառավարելի զարգացումներ և ռազմական գործողություններ ծավալվեցին Սիրիայում, Իրաքում և Լիբիայում, անկայուն իրավիճակում հայտնվեցին նաև տարածաշրջանի մի քանի այլ երկրներ: Ստեղծված իրավիճակն անմիջական սպառնալիք է ընկալվում ոչ միայն Ռուսաստանի, այլև Չինաստանի և Իրանի կողմից, քանի որ տարածաշրջանում տիրող ծայրահեղականությունը և քաոսը կարող են (և որոշ դեպքերում դա արդեն կատարվում է) «արտահանվել» նաև այդ երկրների տարածք: Լրջագույն հիմնախնդիրների առջև են կանգնել նաև ԱՄՆ եվրոպական դաշնակիցները՝ ի դեմս տարածաշրջանը լքող և Եվրոպա ուղևորվող միլիոնավոր փախստականների, ինչը նույնպես կարելի է ընդունել որպես «զսպաշապիկ» արդեն յուրայինների համար:

Վերը ներկայացվածի առիթով նկատենք, որ հակառակորդի հասարակությունում խառնակչություններ հրահրելը նոր երևույթ չէ և այն կիրառվել է նաև անցյալում: Արդի մոտեցումների տարբերությունը միայն այն չէ, որ ընդհանրացվել և համակարգվել է անցյալի փորձը: Կարևոր է այն հանգամանքը, որ նման գործընթացները ծրագրվում և իրագործվում են գլոբալ ռազմավարության համատեքստում, որոնցում որպես կարևորագույն, հաճախ նաև որպես որոշիչ գործոն օգտագործվում են տեղեկատվա-հոգեբանական գործողությունները: Այդ առումով արդի քաղաքական և տեղեկատվական զարգացումները նպատակահարմար է դիտարկել և քննարկել «մեկ փաթեթով»:

Միևնույն ժամանակ, եթե անցյալում որևէ երկրում անկայուն վիճակ ստեղծելու նպատակով գործողություններ ձեռնարկելու համար բավական էին ընդամենը հատուկ և դիվանագիտական ծառայություններից ստացված տեղեկությունները, ապա արդի ժամանակաշրջանում ներազդող կողմը ձգտում է ունենալ հնարավորինս համապարփակ տեղեկատվություն «թիրախ» հասարակության մասին: Առանձնահատուկ ուշադրություն է

դարձվում հասարակության քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, հոգեբանական իրավիճակին և արժեքային համակարգին վերաբերող ուսումնասիրություններին: Ակնհայտ է, որ միայն այդ բնույթի գիտելիքներ ունենալու պարագայում է հնարավոր արդյունավետ կազմակերպել և օգտագործել հասարակության «հեղափոխական ներուժը»: Նման գիտելիքները թույլ են տալիս բացահայտել հասարակության «կրիտիկական ենթակառուցվածքները» (տե՛ս *3.12 ենթագլուխ),* ինչը նպաստում է գործողությունների արդյունավետության բարձրացմանը: Այսպիսով, «թիրախ» հասարակության վերաբերյալ անհրաժեշտ գիտելիքներին տիրապետելը կարելի է ընդունել որպես գլխավոր նախապայման արտաքին «փափուկ» միջամտություն կազմակերպելու տեսանկյունից:

Գունավոր հեղափոխությունների ներքին նախապայմանները. Արդի հեղափոխությունները կարող են իրագործվել ոչ բոլոր երկրներում: Եթե հասարակությունում գաղափարախոսական, գիտատեխնոլոգիական, սոցիալական և տնտեսական ոլորտներում գործում են արդյունավետ կանոններ, ապա հեղափոխական գործընթացները նման երկրներում կարելի է պատկերացնել միայն տեսականորեն: Անշուշտ, պետք է նաև գիտակցել, որ իդեալական հասարակությունները հնարավոր են զուտ ուտոպիստական պատկերացումների հարթությունում:

Այլ պարագաներում, եթե հասարակությունում առկա են խոշոր հիմնախնդիրներ և չեն նշմարվում դրանց լուծումներ տալու միտումներն ու հեռանկարները, ապա նման երկրները (եթե, իհարկե, դրանցում ենթադրվող փոփոխությունները համընկնում են ներազդող կողմի ծրագրերին) կարող են առնվազն վերածվել թիրախի՝ ակտիվ գործողություններ կատարելու համար: Այս հանգամանքն անհրաժեշտ է ընդունել որպես ներքին բնույթի *հիմնական նախապայման* կոնկրետ երկրում գունավոր հեղափոխություն իրագործելու տեսանկյունից:

Միևնույն ժամանակ, ոչ բոլոր հասարակություններն են պատրաստ, չնայած առկա օբյեկտիվ դժվարություններին, դիմել ծայրահեղ քայլերի և փոխել իշխող ոչ արդյունավետ վարչակազմը: Այս համատեքստում հեղափոխություն կազմակերպողների համար առաջնային խնդիրն է նման հասարակությունում

ձևավորել անհրաժեշտ ուժեր և ենթակառուցվածքներ, որոնք կարող են աջակցել և հարկ եղած պարագայում՝ նաև ակտիվ մասնակցություն ցուցաբերել հեղափոխական գործընթացներին: Որպես այդպիսին հանդես են գալիս տարաբնույթ *ՈՊԿ-ները* և միջազգային կառույցներից ֆինանսավորվող *ՀԿ-ները:* Փորձագետների գնահատականներով, միայն Ուկրաինայում միջազգային հիմնադրամներից և ոչ կառավարական կազմակերպություններից պատկառելի դրամաշնորհներ ստացող անձանց թիվը հասնում է 40 հազարի: Հենց այս մարդիկ են ակտիվ մասնակցություն ունենում «կլոր սեղանների» նիստերին, ցույցերին, հանրահավաքներին, նստացույցերին, բողոքի զանգվածային այլ գործողություններին, դառնում «հեղափոխական» շարժման կազմակերպիչներ և առաջնորդներ: Պատահական չէ, որ նման կառույցները որոշ երկրներում օրենսդրորեն ստանում են օտարերկրյա «գործակալի» կարգավիճակ, ինչը որոշ չափով սահմանափակում է նրանց գործունեության հնարավորությունները:

Հեղափոխության պատրաստման գործում կարևոր դերակատարում ունեն նաև այսպես կոչված *«ազդեցության գործակալները»*: Այդպես են անվանում քաղաքական ընտրանու և հասարակական կարծիքի վրա ազդեցություն ունեցող անձանց կամ ընդհանրապես քաղաքական որոշակի ուժերին, որոնք այլ երկրների շահերն են պաշտպանում սեփական երկրում: Պետք է հաշվի առնել, որ նման անձանց հավաքագրումը չի ենթադրում կիրառել այն միջոցները, որոնք հաճախ ցուցադրվում են «լրտեսական» կինոֆիլմերում: Քննարկվող խնդրի համատեքստում այդ անձինք կարող են լինել ընդամենը քաղաքական–գաղափարախոսական այն ուղղության համակիրները, որը վարում է հեղափոխության կազմակերպիչ երկիրը կամ կազմակերպությունը: Նման անձինք կամ քաղաքական ուժերը հարկ եղած պարագայում ավելի շատ հակված են կատարել ոչ թե այն, ինչը բխում է սեփական երկրի շահերից, այլ այն, ինչը համապատասխանում է նրանց ներշնչված աշխարհայացքային պատկերացումներին կամ կոնկրետ այն խորհուրդներին, որոնք նրանք ստանում են օտարերկրյա կառույցներից: Ներազդող երկրներում նրանց երբեմն տրվում է բարեհունչ անվանում՝ «ժողովրդավարության մրրկահավեր»:

Միևնույն ժամանակ, չպետք է կարծել, թե գունավոր հեղափոխություն կատարողները բոլորն այս կամ այն երկրի գործակալ են կամ դրամաշնորհներ ստացող ՀԿ-ների անդամ: Բողոքի գործողություններում որոշակի մաս են կազմում հենց տվյալ երկրի (հիմնականում՝ երկրի մայրաքաղաքի, որտեղ ընթանում են գլխավոր զարգացումները) քաղաքացիները, որոնք ցանկանում են իրենց երկիրը տեսնել ավելի արդար և բարգավաճ: Սակայն այդ հատվածը հայտնվում է լավ մշակված տեղեկատվական–հոգեբանական ազդեցության տակ և այդպիսով հեղափոխությունում իր վրա է վերցնում «ժողովրդի» գործառույթները: Ինչպես ցույց են տալիս ուկրաինական իրադարձությունները, հեղաշրջումից բավական կարճ ժամանակ հետո ընդվզող բնակչությունը, տեսնելով հեղափոխության հետևանքները, սկսում է հիասթափություն ապրել:

Հեղափոխություններում կարևորագույն դերակատարում ունեն լրատվամիջոցները, որոնց աջակցում են «մամուլի և խոսքի ազատության» ջատագով օտարերկրյա կառույցները և ՀԿ-ները: Տեղեկատվական ազդեցության առումով ուշագրավ է այն հանգամանքը, որ գրեթե բոլոր հեղափոխությունները (բացառությամբ սերբական «Բուլդոզերայինի», ինչը, թերևս, կարելի է համարել այդ երկիրը 1999թ. ռմբակոծությունների ենթարկելուց հետո «ուժի ցուցադրության» քաղաքականության շարունակություն) կրում են գրավիչ անուններ՝ «Վարդերի», «Կակաչների», «Նարնջագույն» և այլն: Այս անունները, համապատասխան լրատվական լուսաբանման պարագայում, վերածվում են բրենդների, ինչն էլ իր հերթին նպաստում է, որպեսզի հեղափոխական շարժման նոր համախոհներ ի հայտ գան:

Եթե փորձենք ընդհանրացնել վերը դիտարկված հանգամանքները, ապա կարելի է ընդունել, որ ծրագրված հեղափոխությունների իրագործման համար ներքին բնույթի նախապայմաններ են հանդիսանում.

- Թիրախ հանդիսացող հասարակություններում ներքին հիմնախնդիրների առկայությունը;
- Թիրախ հանդիսացող երկրներում ներազդող կողմի շահերը ներկայացնող կառույցների (այդ թվում՝ տեղեկատվական ռեսուրսներ տիրապետողների) անհրաժեշտ և բավարար, այսպես կոչված «կրիտիկական զանգվածի» առկայությունը:

Միևնույն ժամանակ, «գունավոր հեղափոխությունների» իրականացումը ենթադրում է նաև նպատակային ֆինանսավորում:

Գունավոր հեղափոխությունների ֆինանսավորումը. Համարվում է, որ այսօր «հեղափոխությունների» էպիկենտրոնը Արևելաեվրոպական դեմոկրատական կենտրոնն է *(Wschodnioeuropejskie Centrum Demokratyczne, WECD)*[11], որի գրասենյակը գտնվում է Վարշավայում: Կազմակերպությունը ստեղծվել և ֆինանսավորվում է Արևելյան Եվրոպայում դեմոկրատիայի աջակցության ինստիտուտի *(Institute for Democracy in Eastern Europe, IDEE)*[12] կողմից:

WECD-ի պաշտոնական կայքում ասվում է, որ կենտրոնում իրագործում են ուսումնակրթական նախագծեր՝ հասցեագրված առաջին հերթին լրագրողներին, ուսուցիչներին, տարածաշրջանային մամուլի հրատարակիչներին և ՀԿ ակտիվիստներին: Բացի գլխավոր ծրագրերի իրագործման հետ կապված աշխատանքից, *WECD-ը* համագործակցում է մի քանի «անկախ» գիտական, հետազոտական և վերլուծաբանական խմբերի, ինչպես նաև մշակութային կենտրոնների հետ՝ սատարելով տեղեկատվամշակութային բնույթի հրատարակչական գործունեությանը: Կենտրոնի խնդիրներ են հայտարարվում «ժողովրդավարության գաղափարի տարածումը, քաղաքացիական նախաձեռնություններին և ոչ կառավարական ծրագրերին աջակցությունը, «բաց հասարակության» կառուցումը, կրթությունը մարդու իրավունքների և դեմոկրատական ազատությունների բնագավառում, աջակցությունը սոցիալական և հասարակական փոփոխություններին հետկոմունիստական տարածքում»:

Որոշ հետազոտողներ նշում են, որ հեղափոխությունները և ընդհանրապես բողոք արտահայտող շարժումները հաճախ ֆինանսավորվում են Ջ.Սորոսի «Բաց հասարակություն» հիմնադրամի, Միջազգային հանրապետական ինստիտուտի և Ազգային ժողովրդավարական ինստիտուտի (երկուսն էլ՝ ԱՄՆ-ում), Լոնդոնի Ռազմավարական հետազոտությունների ինստիտուտի և մի շարք այլ կազմակերպությունների կողմից: Օրինակ, համաձայն ՋԼՄ-ում տեղ գտած տվյալների, միայն այս վերջին

[11] https://www.yelp.com/biz/stowarzyszenie-wschodnioeuropejskie-centrum-demokratyczne-warszawa
[12] https://idee.org/

հիշատակված կազմակերպությունը սերբական հեղափոխության վրա ծախսել է մոտ $100 մլն: Այս առիթով նկատենք, որ բոլոր պարագաներում աշխարհաքաղաքական նպատակներին հասնելու համար «գունավոր հեղափոխությունները» և համահունչ այլ գործողությունները տնտեսապես անհամեմատ ավելի ձեռնտու են, քան ցանկացած լայնածավալ պատերազմ, ինչը լրացուցիչ գրավիչ է դարձնում դրանց կիրառումը:

***

Սակայն անգամ վերը ներկայացված իրողությունները դեռևս բավարար չեն, որպեսզի «թիրախ» երկրներում և հասարակություններում տեղի ունենան զանգվածային ցույցեր, անկարգություններ և դրանց հաջորդող իշխանափոխություններ: Նախահեղափոխական Ռուսաստանում բոլշևիկները մանրակրկիտ մշակում էին հեղափոխություն կատարելու մեթոդները, իսկ նրանց կուսակցությունում շրջանառության մեջ էր դրված «պրոֆեսիոնալ հեղափոխական» հասկացությունը: Սակայն բոլշևիկները կարող էին միայն երազել, որ կգան ժամանակներ, երբ հեղափոխական գործունեությունը կվերածվի տեխնոլոգիական գործընթացի և «պրոֆեսիոնալ հեղափոխականները» «կարտադրվեն» հազարներով:

«Գունավոր հեղափոխությունների» տեխնոլոգիաները. Ամերիկացի Ջին Շարփը երիտասարդ տարիներին տարված էր բոլշևիկյան առաջնորդներից մեկի՝ Լև Տրոցկու *պերմանենտ* (շարունակական) հեղափոխությունների գաղափարախոսությամբ և Մեծ Բրիտանիայից Հնդկաստանի անկախության շարժման առաջնորդ, քաղաքականության մեջ ոչ բռնի միջոցների կիրառման ջատագով Մահաթմա Գանդիի փիլիսոփայությամբ: Թերևս, այս երկու խիստ անհամատեղելի գաղափարախոսությունների (Տրոցկին հայտնի էր իր անհանդուրժողականությամբ և դաժանությամբ) ազդեցությունն էր պատճառը, որ նա 1973թ. հրապարակի իր «Ոչ բռնի գործողությունների քաղաքականությունը»[13] բավական ծավալուն աշխատությունը (որում, ի դեպ, տեղ

[13] *Gene Sharp,* “The politics of nonviolent action: a study in the control of political power”, http://www.get-books.ru/book/29740-politika-nenasilstvennyh-dejstvij.html

են գտել նաև բռնի գործողությունների տեխնոլոգիաները)։ Գրքում մանրամասն ներկայացված է 198 մեթոդ, որոնց միջոցով կարելի էր վարել քաղաքական պայքարը, որոնք, ըստ իրենց տեսակի, դասակարգված են հետևյալ երեք խմբերում.

1. *Ոչ բռնի բողոք և համոզում;*
2. *Հրաժարում սոցիալական, տնտեսական և քաղաքական համագործակցությունից;*
3. *Ոչ բռնի միջամտություն*։

Շարփի ներկայացրած ոչ ուժային գործողություններից շատերը (հանրահավաքներ, ցույցեր, ստորագրահավաքներ, գործադուլներ, հացադուլներ և այլն) բավական սովորական երևույթներ են ցանկացած բողոքի արտահայտման ժամանակ, բայց կան նաև «նորույթներ»։ Օրինակ, «Խորհրդանշական հասարակական գործողություններ» հատվածում խորհուրդ է տրվում ոչ միայն մոմեր և ջահեր վառել, այլև հանրահավաքների ժամանակ մերկանալ (այս միջոցը տարածում է գտել կանանց իրավունքների համար պայքարող կազմակերպությունների շրջանակներում)։ Հատուկ ուշադրություն է դարձվում նաև ցույցերի «գեղարվեստական ձևավորմանը». համարվում է, որ բողոքներն առավել արդյունավետ են, եթե ուղեկցվում են երգերով, պարերով և թատերական ներկայացումներով։ Օրինակ, «Եվրամայդանի» ցույցերի ժամանակ ակտիվորեն օգտագործվում էին «սիրով գրոհելու» հնարքները. թող բոլորն իմանան, թե Մայդանում որքան շատ գեղեցիկ աղջիկներ կան, ծաղիկներ։ Իսկ երեկոյան հավաքվածները մոմեր էին վառում և երգում երկրի օրհներգը։ Ընդհանրապես, Մայդանում երաժշտական բաղադրիչը բավական լայնորեն էր օգտագործվում. բավական է ասել, որ այդ օրերին սկսված ռոք-համերգն ընթացավ 14 օր անընդհատ։ «Մայդանի երգերը» հիմնականում կրում էին քաղաքական բնույթ. «հեղափոխության» հիմնը դարձան երկու երգ՝ «Նարնջագույն երկինք» և «Միասին մենք շատ ենք»։ ԶԼՄ-ում «մատուցվում» էր այն թեզը, թե Մայդան են դուրս եկել հարյուր հազարավորներ, եթե ոչ միլիոններ։

Սակայն նույն Մայդանում գործի էին դրվում ոչ միայն «գեղեցիկ միջոցներ»։ Օրինակ, հայտարարվում և անգամ «ցուցադրվում» էր, որ Մայդանի դեմ են «մռայլ և չար զինվորները, պառավներն ու

ծերուկները, խուլիգաններն ու ավազակները, որոնք աջակցում են իշխանությանը փողի համար»: Հետևողականորեն ձևավորվում էր թշնամու կերպար՝ բութ, քրեական անցյալով սադրիչներ, որոնք փողով ծեծում են բողոքի հանրահավաքներում կանգնած կանանց ու երեխաներին: Բռնության պատկերներին հաջորդեցին նաև բռնության գործողություններ *(տե՛ս Նկ. 3.3):* Արդյունքում՝ կազմակերպված անկանոն հրաձգությունից զոհվեցին ինչպես ցուցարարներ, այնպես էլ իրավապահներ: Հետագայում, երկրի հարավ-արևելքում քաղաքական ճգնաժամի խորացմանը զուգընթաց՝ ի հայտ եկավ թշնամու նոր կերպար՝ ռուս զինվորական «ահաբեկիչները»:

Սակայն Շարփի բոլոր հրահանգները չէ, որ կարելի է համարել «ոչ բռնի»: «Հոգեբանական միջամտություն» բաժնի 158-րդ կետում որպես միջոց առաջարկվում է նաև «ինքնախեղդվել» և «ինքնահրկիզվել»: Այս միջոցը հիշեցնում է «շահիդների»[14] պահվածքը: Այդպիսով, «ինքնահրկիզումը» կամ «ինքնախեղդումը» կարելի է որակել որպես «հոգեբանական ահաբեկչություն»: Իսկ մարդկանց «համոզելը» կամ հոգեբանորեն նախապատրաստելը, որպեսզի դիմեն ինքնասպանության, պետք է որակել որպես բռնություն անձի նկատմամբ:

Ակնհայտ է նաև, որ շարփյան մեթոդների կիրառումը ենթադրում է նաև «պրոֆեսիոնալ հեղափոխականների» ուսուցում և պատրաստում: Այդ նպատակով անգամ ստեղծվել են հատուկ կառույցներ: Օրինակ, Բուլղարիայում հիմնվել էր Կենտրոնական և Հարավարևելյան Եվրոպայի քաղաքական ակադեմիա, որտեղ հատուկ դասընթացներ էին կազմակերպվել սերբական ընդդիմադիրների համար: Իսկ Ավագ լրագրողների բալկանյան ակադեմիան ֆինանսական և տեխնիկական աջակցություն էր տրամադրում սերբական ընդդիմադիր մամուլին: Ստեղծվել են նաև հատուկ համակարգչային խաղեր: Օրինակ, հայտնի է «Ավելին, քան ուժն է» խաղը, որը մշակված է «Ոչ ուժային հա-

[14] Իսլամում այդպես են անվանում հանուն հավատի և հայրենիքի պայքարած ու նահատակված անձանց: Տեղեկատվական դաշտում «շահիդները» նույնականացվում են այն ահաբեկիչների հետ, որոնք իրենց պայթեցնում են ահաբեկչական գործողություններ կատարելիս: Համարվում է, որ արդի շահիդների առնվազն մի զգալի մասը նման քայլի դիմում է երկարատև և հատուկ ծրագրով իրագործվող քարոզչական-հոգեբանական ազդեցության արդյունքում:

Նկ 3.3.
Կիև, «Եվրամայդան», 2013թ.:

կամարտության միջազգային կենտրոնի» ջանքերով և որը, մասնավորապես, մատչելի ձևաչափով սովորեցնում է ընդդիմության ակտիվիստներին, թե ինչ եղանակներով է պետք փոխել քաղաքական իրադրությունն իրենց երկրներում:

Շարփի «խորհուրդների» արժեքն այն է, որ նա կարողացավ համախմբել և համակարգել գոյություն ունեցող բողոքի մեթոդները, տալ դրանց տեսական հիմնավորումները և վերածել դրանք քաղաքական տեխնոլոգիայի: Հատկանշական է, որ հետագայում Շարփը հիմնեց Ալբերտ Էյնշտեյնի ինստիտուտը («գրավիչ անվանում»), որը, մասնավորապես, ֆինանսավորում են ամերիկյան Ժողովրդավարության ազգային հիմնադրամը և Միջազգային հանրապետական ինստիտուտը, որոնք հետևողականորեն աջակցում են «գունավոր հեղափոխություններ» իրականացնող կազմակերպություններին:

Սակայն, ինչպես հայտնի է, բողոքներ են կազմակերպում ոչ միայն ազատական գաղափարախոսության կրողները, այլև նրանց ընդդիմախոսները: Այդպիսի բողոքներից ամենահայտնին,

թերևս, 2011թ. սկիզբ առած «Գրավիր Ուոլ-սթրիթը[15]» *(Occupy Wall-Street)* շարժումն էր, որի նպատակն էր «բացահայտել» և «տապալել» ներկայիս «ոչ արդարացի կապիտալիզմը» և «գլոբալ տնտեսական համակարգը»: Շարժման հիմնադիրը կանադական մի *ՀԿ* է, որը հանդես է գալիս «սպառողական» արժեքների դեմ և պարբերաբար նախաձեռնում էր «Օր առանց առևտրի», «Մի շաբաթ առանց հեռուստատեսության» տիպի միջոցառումներ: Այդ *ՀԿ-ի* «Գրավիր Ուոլ-սթրիթը» կոչին արագ արձագանքեցին բազմաթիվ արհմիություններ ու կազմակերպություններ և ուղղակի տասնյակ հազարավոր մարդիկ: Շարժմանը հարեց նաև հայտնի *Anonimous* ցանցահեն խումբը, որն իրեն բնորոշ ձևով «օգնեց» շարժմանը և հաքերային հարձակումներ կատարեց բանկերի ու բորսաների էլեկտրոնային համակարգերի վրա: Հատկանշական է նաև, որ 2011թ. *CBS* հեռուստակայանի և «Նյու Յորք Թայմս» թերթի կազմակերպած հարցումներից հետևում է, որ ամերիկացիների 43%-ը դրականորեն է ընդունում այդ շարժումը, իսկ դեմ է արտահայտվում ընդամենը 27%-ը:

Արդյունքում՝ ոչ միայն ԱՄՆ-ում, այլև բազմաթիվ երկրներում տեղի ունեցան երթեր, հանրահավաքներ և բողոքի զանգվածային ակցիաներ: Իսկ արդեն 2016թ. նախագահական ընտրությունների կապակցությամբ Միացյալ Նահանգներում սկսվեցին բողոքի ակցիաներ, որոնց կարգախոսն էր՝ «Կորչե՛ն օլիգարխները, կեցցե՛ն ազնիվ ընտրությունները»: Այդ շարժման կազմակերպիչները (որոնց թվում էր նաև այլախոհական հայացքներով հայտնի անվանի քաղաքագետ Նոամ Չոմսկին) բավական բարեհունչ անուն դրեցին՝ «Ժողովրդավարական գարուն»: Այսինքն՝ ամեն ինչ արվում է Ջին Շարպի դեղատոմսերով...

Ինչևէ, կարելի է ամրագրել, որ Շարպի տեխնոլոգիաներն այսօր լայնորեն օգտագործվում են ինչպես նպատակային–քաղաքական «գունավոր հեղափոխություններում», այնպես էլ տարաբնույթ բողոքի երթերի և հանրահավաքների ընթացքում, որոնց թիվը շարունակաբար աճում է ողջ աշխարհում: Ավելին, երբեմն նման տեխնոլոգիաները կիրառում են հենց այն երկրների քաղաքական

[15] *Ուոլ-սթրիթ*՝ փողոց Նյու Յորքում, որտեղ կենտրոնացած են խոշոր ֆինանսատնտեսական կառույցների գրասենյակները, և որը համարվում է համաշխարհային բիզնեսի խորհրդանիշը:

տեխնոլոգները, որոնցում տեղի են ունենում նման բողոքները. այդպիսով փորձ է կատարվում առանց լուրջ հետևանքների «պարպել» հասարակությունում կուտակված լարվածությունը:

***

Ինչպես հետևում է վերոնշյալ դիտարկումներից, «գունավոր հեղափոխություններն» ընդամենը գործիք են որոշակի քաղաքական, տնտեսական և գաղափարախոսական խնդիրներ լուծելու համար: Այդ առումով ամենալայնածավալ և բազմափուլ գործողությունները սկիզբ առան 2011թ., երբ արաբական մի շարք երկրներում հաջորդաբար տեղի ունեցան հեղափոխական գործողություններ, որոնց ռազմավարական նպատակն էր տարածաշրջանում սերմանել անկայունություն՝ ուղղված հնարավոր հակառակորդների և անգամ իրենց քաղաքական կողմնորոշումներում «տատանվող» դաշնակիցների դեմ:

3.9. «Արաբական գարուն»

Աշխարհաքաղաքական տեսանկյունից արաբական աշխարհը, որը ներառում է 23 երկիր (350 մլն բնակչություն և 13 մլն քառակուսի կմ տարածք), հեղափոխություններ կատարելու համար ավելի քան հարմար թիրախ է հանդիսանում: Դա պայմանավորված է նրանով, որ այդտեղ է գտնվում ածխաջրածնային էներգակիրների համաշխարհային պաշարների մի զգալի մասը, այդ տարածքով են անցնում առևտրային բազմաթիվ ցամաքային և ծովային ուղիները: Բնականաբար, այդ շրջանի վրա իրենց ազդեցությունն են ցանկանում տարածել ինչպես արևմտյան, այնպես էլ եվրասիական տերությունները (օրինակ՝ Չինաստանը, Ռուսաստանը), մինչդեռ արաբական որոշ երկրներ ձգտում են վարել ավելի ինքնուրույն քաղաքականություն: Արաբական և նրանց հարևան երկրներն իրենց քաղաքական-տնտեսական կողմնորոշումների տեսանկյունից բավական փոփոխական դիրքորոշումներ ունեն, ինչն էլ պայմանավորում է այդ մեծ տարածաշրջանի (հաճախ այն անվանում են Մեծ Մերձավոր Արևելք, որի մեջ են մտնում նաև Իրանը, Իրաքը, Թուրքիան, Աֆղանստանը, Պակիստանը, Թուրքմենստանը, Հյուսիսային Աֆրիկայի և Հարավային Ասիայի մուսուլմանական որոշ երկրներ և, ինչը հատկապես կարևոր է՝ նաև Կովկասը) ռազմա-

քաղաքական անկայունությունը: Այսինքն՝ այդ տարածաշրջանի վրա վերահսկողություն սահմանելը կարևոր խնդիր է, քանի որ դա թույլ կտա ոչ միայն ընդլայնել սեփական ազդեցությունը, այլև ներազդել այլ աշխարհաքաղաքական դերակատարների վարքագծի վրա: Նկատենք, որ նախկինում ԱՄՆ-ը արդեն երկու անգամ (1991 և 2003թթ.) տարբեր քաղաքական դրդապատճառներով (հիշենք Քոլին Փաուելի իրագործած «էֆեկտը» ՄԱԿ-ում, *տե՛ս 3.6 ենթագլուխը)* ռազմական գործողություններ էր ձեռնարկել Իրաքի դեմ, սակայն դրանց արդյունքները չէին կարող բավարարել գերտերությանը:

Հաջորդ հիմնախնդիրը «գունավոր հեղափոխություն» իրագործելու տեսակետից, ինչպես արդեն նշել ենք, «թիրախ» հասարակության վերաբերյալ անհրաժեշտ իմացություններ ունենալն է: Հայտնի է, որ Մեծ Մերձավոր Արևելքի երկրներում կուտակվել էին սոցիալ-տնտեսական, ժողովրդագրական, էթնիկական և կրոնադավանաբանական բազմաթիվ հիմնախնդիրներ: Այսինքն՝ նախկինում նշված բոլոր դրդապատճառներն ու նախապայմաններն այս կամ այն չափով բավարար էին արաբական աշխարհում լայնածավալ հեղափոխական շարժում սկսելու համար: Միևնույն ժամանակ, նման խոշոր գործողությունը պահանջում էր լրացուցիչ հետազոտություններ և մտահղացումներ:

Նախորդ ենթաբաժիններում անդրադարձել ենք այն իրողությանը, որ տեղեկատվական տոտալ պատերազմների հայեցակարգերի մշակման հարցում ամերիկյան քաղաքական-ռազմական կազմակերպությունները, որպես կանոն, հենվում են *ՈՒԿ-ներում* կատարված ուսումնասիրությունների վրա: Դրանք, կրթական և հետազոտական այլ կառույցների հետ միասին, ապահովում են այդ տերության մտավոր ուժի գերակայությունն այլ երկրների հանդեպ: Թերևս, պատահական չէ, որ ամերիկյան Կոնգրեսի գրադարանի պատին փակցված է տախտակ՝ մի գրությամբ, որի իմաստը կարելի է թարգմանել որպես «Իմացությունը միշտ հաղթում է չիմացությանը»: Եվ այս դեպքում նույնպես ամեն ինչ սկսվեց *ՌԵՆԴ* կորպորացիայի կատարած մշակումներից. բավական է թվարկել նրա ընդամենը որոշ աշխատությունների անվանումները՝ «Քաղաքացիական դեմոկրատական իսլամ. գործընկերներ, ռեսուրսներ և ռազմա-

վարություններ», «Չափավոր մուսուլմանական ցանցի ստեղծումը» (հիշենք «ցանցակենտրոն պատերազմները») և այլն: Նկատենք, որ արդեն այս ուսումնասիրություններից կամ, ավելի շուտ, հասարակությունների վերաձևման նախագծերից կարելի է եզրակացնել, որ ապագա քաղաքական-հեղափոխական գործողություններում պետք է կարևորվեր իսլամական գործոնը, որը, սակայն, պետք է ունենար «չափավոր» բնույթ: Մինչդեռ հայտնի է, որ երբ 2003թ. «չափավոր իսլամիստները» վերցրին իշխանությունը Թուրքիայում, այդ երկրում տարբերությունը «չափավոր» և «ծայրահեղական» իսլամի միջև շատ արագ դարձավ պայմանական: Փոքր-ինչ առաջ անցնելով նշենք, որ «չափավոր իսլամի» թեզը կարելի է համարել ինչպես *ՌԵՆԴ-ի* փորձագետների մոլորություն էթնիկ-կրոնական խնդիրներում, այնպես էլ ընդունել որպես հատուկ մշակված տեխնոլոգիա իսլամական աշխարհի համար:

Զուգահեռաբար իրականացվում էր ոչ միայն վերլուծական, այլև տեղեկատվական–իրավաբանական «ուղեկցություն»: Օրինակ, հրապարակվել էին «հեղափոխական ներուժի» ցուցանիշները, որտեղ առաջնային տեղեր էին զբաղեցնում արաբական երկրները: Հատկանշական է, որ այդ վարկանիշային հրապարակման մեջ «հեղափոխական իմաստով» կային նաև ավելի «առաջատար» երկրներ, որոնցում, սակայն, որևէ զանգվածային բողոք հետագայում չնկատվեց: Այսինքն՝ արդի վարկանիշային հրապարակումները հաճախ կարելի է ընդունել որպես հստակ տեղեկատվական գործողություններ: Հեղափոխական գործընթացներին նպաստում են նաև տեղեկատվական ոլորտում շրջանառվող և միջազգային ատյաններում (անգամ ՄԱԿ-ում) ընդունվող իրավաբանական դրույթներն այն մասին, թե անհրաժեշտ է «պաշտպանել մարդու իրավունքները՝ առանց հաշվի առնելու ազգային ինքնիշխանությունը»: Այս մոտեցման հեղինակն է համարվում մարդու իրավունքների պաշտպան, ֆրանսիացի Բեռնար Քուշները:

Ուշագրավ է նաև այն իրողությունը, որ արաբական երկրների իշխող ընտրանին (ինչպես ժամանակին խորհրդային «նոմենկլատուրան») չէր ընկալում և արձագանքում բավական ակնհայտ *ինֆոգեն* մարտահրավերներին: Արաբական աշխարհի հասարակություններում միշտ չէ, որ արժանի ուշադրություն է դարձվում

անհրաժեշտ մտավոր ռեսուրսների զարգացմանը, մինչդեռ դա ազգային և տեղեկատվական անվտանգության ամենակարևոր ցուցանիշներից է: Բավական է նշել, որ նկարագրվող ժամանակաշրջանում տարածաշրջանի երկրների գիտական հետազոտությունների վրա կատարվող ընդհանրական ծախսերը կազմում էին ՀՆԱ ընդամենը 0.4%-ը, մինչդեռ զարգացած երկրներում այդ ցուցանիշն անհամեմատ մեծ է: Հատկանշական է նաև, որ արաբական աշխարհում հրատարակվող գրականության գերակշիռ մասը կրոնական բովանդակություն ունի: Այլ խոսքով՝ այդ հասարակությունների մտավոր ռեսուրսները բավարար չէին, որպեսզի կանխեին հեղափոխություն կատարելու արտաքին ուժերի մտադրությունները: Դա գլխավորապես վերաբերում էր հումանիտար ոլորտին, քանի որ, օրինակ, Սիրիայի և Լիբիայի առաջնորդները կարողացել էին ռազմարդյունաբերական ոլորտում հասնել բավական լուրջ հաջողությունների: Մինչդեռ, արդի տոտալ պատերազմներում «փափուկ ուժին» դիմադրելն անհնարին է գաղափարախոսական-հումանիտար ոլորտում համապատասխան ռեսուրսներ չունենալու պարագայում:

Միևնույն ժամանակ, *ՌԵՆԴ-ը* և Ջ.Շարփը տրամադրում էին գիտելիքներ և տեխնոլոգիաներ, այսինքն՝ «տակտիկական զենք», բայց ոչ քաղաքական փիլիսոփայություն և գաղափարախոսություն, այսինքն՝ գլոբալ ռազմավարություն: Այդ խնդիրների մշակումների վրա է կենտրոնացած ամերիկյան Սանտա Ֆե քաղաքում տեղակայված մեկ այլ *ՈՒԿ*՝ Միջդիսցիպլինար հետազոտությունների ինստիտուտը (երբեմն այն անվանում են նաև Կրիտիկական բարդության ինստիտուտ): Այս կառույցի մշակումների շնորհիվ վերլուծական հանրությունում սկսեց քննարկվել «կառավարելի քաոս» հասկացությունը: Պենտագոնի և Պետդեպարտամենտի հովանու ներքո ստեղծված այդ ինստիտուտի նպատակներից էր քաոսի վերաբերյալ տեսական ֆիզիկայի դրույթները կիրառական աշխարհաքաղաքական նպատակներին «հարմարեցնելը»:

Այդ ինստիտուտի հիմնադիրներից մեկը Նոբելյան դափնեկիր, հայտնի ֆիզիկոս Մյուրեյ Գել-Մանն էր, իսկ ինստիտուտի գործունեության հիմքն են կազմել մեկ այլ Նոբելյան մրցանակակրի՝ Իլյա Պրիգոժինի կոնցեպտները «քաոսի և «կարգուկանոնի»» մասին: Հնարավոր է՝ ականավոր գիտնականներն

իրենց գաղափարներն իրական քաղաքականության մեջ ներդնելը համարել են հետաքրքիր մտավոր խաղ (ինչն ընդհանուր առմամբ բնորոշ է տեսաբան ֆիզիկոսներին)։ Ավելի դժվար է պատկերացնել, որ նրանք հավատում էին, թե ֆիզիկայի օրենքները «կաշխատեն» նաև անկանխատեսելի մարդկային-հասարակական միջավայրում։ Մինչդեռ այս հարցում վճռական դերակատարում է ունեցել հայտնի քաղաքական գործիչ Զբիգնև Բժեզինսկու, ինչպես նաև դիվանագիտական և հատուկ ծառայությունների ներկայացուցիչների մասնակցությունը։ Ունենալով նեղ, զուտ քաղաքական մտահորիզոն՝ նրանք, հետևելով սեփական աշխարհաքաղաքական պատկերացումներին, այնուամենայնիվ, պարտադրում էին քաղաքականությունը հնարավորինս «խաչաձևել» տեսական ֆիզիկայի հետ։ Ի վերջո, այդ միաձուլումը կայացավ, և քաղաքական վերլուծաբանության մեջ ի հայտ եկավ վերը նշված *«կառավարելի քաոս»* արդեն սովորական դարձած եզրը, որից, նրա հեղինակների մտահղացմամբ, պետք է ծագեր «նոր կարգուկանոնը»։ Ինչպես ցույց տվեցին հետագա զարգացումները, արաբական աշխարհում առաջացած քաոսը դարձավ «*ոչ կառավարելի*» և հանգեցրեց ծանր հետևանքների անգամ նման տեխնոլոգիաներ մշակող երկրների համար։

Ունենալով համալիր մշակված տեխնոլոգիաներ՝ «արաբական գարնան» սկզբում թվում էր, թե հեղափոխությունը հարթ է ընթանալու։ Օրինակ, մեծ ուշադրություն էր դարձվում քարոզչությանն «ուրբաթօրյա աղոթքների» ժամանակ, երբ, առանց որևէ հատուկ կոչի, մարդիկ հավաքվում էին մզկիթներում։ *ԶԼՄ*-ում լուսաբանելիս գրավիչ էր հնչում սկսված հեղափոխության *«արաբական գարուն»* ընդհանրական անվանումը։ Համաձայն արդեն փորձարկված մեթոդների, Եգիպտոսում, օրինակ, ձևավորվեցին «Ապրիլի 6-ի շարժում» և նման այլ կազմակերպություններ, որոնց կարգախոսն էր *«Քեֆայա»* («Բավական է»), որը վրացական 2003թ. «Վարդերի հեղափոխության» *«Կմարա»* կոչի կրկնությունն էր։ Սակայն, ի տարբերություն Վրաստանի, արաբական զարգացումներում շատ ավելի էին կարևորվում համացանցի գործոնը և հատկապես տեղեկատվական գործողությունների այնպիսի արդյունավետ գործիքները, ինչպիսին են սոցիալական ցանցերն ու բլոգները։ Օրինակ, 2010թ. հունիսին *Google*-ի մերձավորարևելյան բաժանմունքի կառավարիչ Վաել

Գոնիմը Եգիպտոսի նախագահ Մուբարաքի դեմ էջ բացեց *Facebook*-ում, որն օրական այցելում էր մինչև կես միլիոն մարդ:

Նկատենք, որ այս զարգացումներում ակտիվ էին ոչ միայն ԱՄՆ և նրա դաշնակիցների պետական կառույցները, այլև սեփական շահեր հետապնդող և ինքնուրույն գործող, «ժողովրդավարացնող» ՀԿ-ները՝ խոշոր մեդիա-հոլդինգների հետ մեկտեղ: Վերջիններս մեծ խանդավառությամբ էին մեկնաբանում իրադարձություններն ու քաջալերում Կահիրեի Թահիրիր հրապարակում հավաքված ցուցարարներին:

Միևնույն ժամանակ, ամեն ինչ չէր, որ ընթանում էր «ոչ բռնի» մեթոդներով»: Լիբիայում իշխանափոխությունը տեղի ունեցավ արտաքին ռազմական միջամտության շնորհիվ, Սիրիայում ընթացող հեղափոխական գործողությունները սկիզբ դրեցին այդ պետության օրինական կառավարության զինված ուժերի և տարբեր երկրների կողմից աջակցություն ստացող ահաբեկչական խմբավորումների միջև ընթացող երկարատև պատերազմին:

Եթե փորձենք գնահատել «արաբական գարնան» արդյունքները, ապա կարող ենք գալ բավական ոչ հուսադրող եզրակացություններ, և սա վերաբերում է ոչ միայն տարածաշրջանային երկրներին, այլև ներազդող կողմին: Տարածաշրջանի երկրների համար առավել ընդհանուր արդյունքն ինքնատիպ «ապապետականացումն» ու «ծայրահեղականացումն» է: Օրինակ, նախկինում քաղաքական ազդեցության և սոցիալ-տնտեսական զարգացման որոշակի աստիճան ունեցող Լիբիան պետությունից վերածվել է «տարածքի», որտեղ ընթանում են շարունակական բախումներ ծայրահեղական իսլամիստների և տարբեր քաղաքական-էթնոկրոնական խմբերի միջև: Հատկանշական է նաև, որ հեղափոխության եզրափակիչ ակտից՝ Քադաֆիի սպանությունից հետո Լիբիան (կամ, ինչպես հիմնավորված գրում են որոշ մեկնաբաններ՝ «նախկին Լիբիան») փոխադրվել է համաշխարհային լրահոսերի «զորշ զոտի», և միայն դիվանագետների դեմ կատարված ահաբեկչություններն են փոքր-ինչ աշխուժացնում այս երկրի «կերպարը» տեղեկատվական տարածքում:

Արաբական աշխարհի առաջատար համարվող Եգիպտոսում իրավիճակը փորձում են փրկել զինվորական իշխանությունները, որոնց դժվարությամբ հաջողվեց տապալել «մուսուլման եղբայր-

ների» և նրանց հարող «սալաֆիների»[16] աջակցությամբ իշխանության եկած նախագահ Մուհամեդ Մուրսիին (որը ժամանակին երկար տարիներ աշխատել էր ԱՄՆ-ում)։ Բավական է փաստել, որ հեղափոխական գործողությունների և Մուրսիի կարճատև կառավարման (2012-2013թթ.) արդյունքում այդ երկրում մի քանի անգամ աճեց հանցավորությունը, փակվեցին շուրջ 4500 արտադրական կառույց և կազմակերպություն։

Սակայն սոցիալ-տնտեսական համակարգի փլուզումը դեռևս ամենասարսափելին չէր։ Հեղափոխական և ռազմաքաղաքական գործընթացները Մեծ Մերձավոր Արևելքում հանգեցրին կրոնական ծայրահեղականության վերելքին, ինչը հանգեցրեց Իսլամական պետություն *(ԻՊ)* խմբավորման առաջացմանը, որն իր գերիշխանությունը հաստատեց Իրաքի և Սիրիայի տարածքների մի մասում։ Միևնույն ժամանակ, ծայրահեղականությունը և այդ երևույթի ուղեկից ահաբեկչությունն այսօր չեն պարփակվում որևէ տարածքում, այս հանգամանքը լուրջ մտահոգությունների առիթ է հանդիսանում նաև ներազդող դերակատարների համար։ Տիրապետելով արդի ցանցակենտրոն–տեղեկատվական կազմակերպման և գործողություններ վարելու հմտություններին՝ ժամանակակից ծայրահեղականները ստեղծել են իրենց հենակետերը գրեթե բոլոր երկրներում և հանդիսանում են գլոբալ անվտանգության գլխավոր սպառնալիքներից մեկը։

Հատկանշական է, որ «չաշխատեց» նաև գլոբալ աշխարհաքաղաքական նախագիծը, համաձայն որի՝ Մեծ Մերձավոր Արևելքում ձևավորված անկայունությունը պետք է թուլացներ մրցակից տերությունների քաղաքական և տնտեսական դիրքերը։ Ադեկվատ գնահատելով ստեղծված իրադրությունը՝ Ռուսաստանը 2015թ. հաշվենկատ ռազմական աջակցություն ցուցաբերեց Սիրիայի կառավարությանը, ինչը նախադրյալներ ստեղծեց տարբեր խմբավորումների և իշխանությունների միջև բանակցային գործընթաց սկսելու համար։ Այլ խոսքով՝ ՌԴ-ն, «շնորհիվ»

[16] Սալաֆիներ («սալաֆիա» արաբերեն նշանակում է կրոնը ընկալել այնպես, ինչպես ժամանակին մարգարեն) - սուննի իսլամի ուղղություն, որը միավորում է ծայրահեղական կրոնական կողմնորոշումներ ունեցողներին, որոնք ձգտում են վերականգնել վաղ իսլամին բնորոշ ապրելակերպը և սովորույթները։ Նրանք համարում են, որ նորամուծություններն առաջացել են Արևմուտքի հետ հարաբերությունների արդյունքում և այդպիսով հեռացնում են իրական հավատքից։

«արաբական գարնան», վերադարձավ մեծ քաղաքականություն և ամրապնդեց դիրքերը որպես բազմակենտրոն աշխարհակարգի կարևոր դերակատար: Այդ տարածաշրջանում ստեղծված տնտեսական վակուումից օգտվեց նաև Չինաստանը, որը «Մետաքսե ճանապարհ» նախագծի շրջանակներում մեծացրեց ներկայությունը Մերձավոր Արևելքի մի շարք երկրներում:

«Արաբական գարնան» հետևանքներն առավել ծանր արտահայտվեցին հումանիտար ոլորտում: *ՈՒԿ-ների* մեխանիստական բնույթ կրող հայեցակարգերը ռեալ հարթությունում առաջացրին «քաոս», որից որևէ նոր «կարգուկանոն» չծնվեց: Այդ հեղափոխական չկառավարվող քաոսի արդյունքում մի քանի տարվա ընթացքում զոհվեց շուրջ 1 մլն մարդ, տեղահանվածների թիվը անցնում է 15 մլն-ից: Վերջինների մի զգալի մասը ձգտում է տեղափոխվել Եվրոպա՝ ստեղծելով այնտեղ ժողովրդագրական ճգնաժամ: Մասնավորապես, միգրանտների հետ Եվրոպա ուղևորվեցին նաև *ԻՊ* գործակալներ, որոնց նպատակն է ահաբեկչական բջիջների ձևավորումը և ահաբեկչություններ իրագործելը: Ինչպես և կարելի էր սպասել, որպես պատասխան և հակազդեցություն այս երևույթների՝ ԵՄ-ում էապես բարձրացավ «աջ», երբեմն ծայրահեղական երանգ կրող կուսակցությունների վարկանիշը, որոնց կարգախոսների գլխավոր դրույթը պայքարն է միգրանտների դեմ:

Տարածաշրջանում ձևավորված ծայրահեղականությունը տեղափոխվում է այլ երկրներ և տարածաշրջաններ: Ահաբեկչական խմբավորումները ներդրվել են նաև որոշ հետխորհրդային հանրապետություններում, հատկապես Ադրբեջանում: Այս երկրի զինուժի կազմում, ինչպես պարզվեց 2016թ. ապրիլյան «քառօրյա պատերազմի» ընթացքում, արդեն իսկ հանդես են գալիս *ԻՊ* զինյալները: Ահաբեկիչները ներթափանցել են նաև Հյուսիսային Կովկաս, այս գործընթացին անթաքույց աջակցում են Թուրքիան և Ադրբեջանը:

Ծայրահեղականության տարածման գործում, բնականաբար, մեծ դերակատարում ունեն արդի տեղեկատվա–հաղորդակցական միջոցների ընձեռած հնարավորությունները:

3.10 Ահաբեկչության և բիզնես-հանցավորության տեղեկատվական բաղադրիչը

Որոշ հետազոտողների կարծիքով, ինտերնետային սոցիալական ցանցերի զարգացումը կարող է հանգեցնել ինտելեկտուալ ցանցային էլիտայի (*netokratia)* ձևավորման, ինչն էլ կղեկավարի ապագայի գլոբալացված հասարակությունը: Անշուշտ, կազմակերպման նման մեթոդները հեռանկարային են, սակայն արդի սոցցանցերում տիրող մտավոր մակարդակը միշտ չէ, որ լավատեսության հիմք է տալիս: Զուգահեռ «վիրտուալ» տարածքում ձևավորվում են ոչ միայն խիստ պարզունակ պատկերացումներ, այլև ահաբեկչական և տարաբնույթ հանցավոր խմբավորումներ:

«Համացանցի բովանդակության պարզունակացում». Այս երևույթը պայմանավորված է ոչ միայն այն հանգամանքով, որ համացանցը տարածում է գտնում նաև տեխնոլոգիապես ոչ զարգացած երկրներում, որտեղ մտավոր ներուժի պակաս է զգացվում: Համաձայն ոլորտի փորձագետների, միտումն ավելի լայն բնույթ է կրում: Դա կապված է ոչ միայն զանազան խաղերով համատարած տարվածության հետ, ինչը հանգեցնում է (համաձայն այլ գնահատականների) ցանցային հանրության մի մասի որոշակի մանկամտացման: Ի լրումն, այլ ոլորտներում նույնպես նկատվում է պարզունակացման միտում: Օրինակ, ներկայում տարածված է *«հեշտ երաժշտություն»* (*easy music*) արտահայտությունը: Հետևելով նույն տրամաբանությանը՝ կարելի է շրջանառության մեջ մտցնել *«հեշտ տեղեկատվություն»* (*easy information)* տերմինը, որը տարածվում է ոչ միայն սոցցանցերում պարզունակացված, այսպես կոչված «գլոբալացված» լեզվով[17], այլև տեղ է գտնում նաև ավանդական ԶԼՄ-ում: Այդ «հեշտ տեղեկատվությանը» բնորոշ է որոշակի *սիներգիզմ*[18], քանի որ այն հեշտությամբ փոխազդեցության մեջ է մտնում իր նմանների հետ, ճյուղավորվում

---

[17] *«Գլոբիշ» լեզու (Globish)* – մշակվել է *IBM* ընկերության աշխատակցի կողմից 1500 անգլերեն բառերի հիման վրա, որը լայնորեն օգտագործվում է համացանցում և, որպես կանոն, համեմվում է կոնկրետ օգտատերերի լեզուներով՝ վերածվելով յուրատեսակ ինտերնետային ժարգոնի:

[18] *Սիներգիզմի սկզբունք* – երբ ամբողջությունն ավելի մեծ է, քան նրա բաղադրամասերի գումարը՝ նկատի ունենալով, որ, օրինակ, երկու համատեղ կատարվող և միմյանց փոխուժեղացնող գործողությունները տալիս են ավելի մեծ արդյունք, քան եթե այդ երկու գործողությունները կատարվեին առանձին-առանձին:

է, իսկ արդյունքում հաճախ ստանում ենք ոչ թե ինֆորմացիայի կուտակումից առաջացած որակապես նոր գիտելիքներ, այլ պատկերացումների աղավաղում:

Ինչպես փոքր-ինչ սուր նշում է հայտնի վերլուծաբան և մեկնաբան Ա.Պրիվալովը. «Հիմա մարդիկ դադարել են ըստ էության հասկանալ կարդացածը: Նրանք աչքերով անցնում են տողերի վրայով, բայց չեն հետևում տեքստի տրամաբանությանը: Մարդկանց թիվը, ովքեր կարող են ճիշտ կարդալ երեք պարբերություն իրար հետևից, պակասում է»[19]:

Բոլոր դեպքերում կարելի է ամրագրել, որ այսօր տեղի են ունենում ինտենսիվ փոխազդեցություն և փոխգործակցություն իրական և տեղեկատվական-վիրտուալ աշխարհների միջև: Դրանց միջև սահմանը դառնում է պայմանական, իսկ «վիրտուալ» հասկացությունը կորցնում է նախնական իմաստը: Այս իրողությունը, բացի կառուցողական բնույթի զարգացումներից, ընձեռում է նոր հնարավորություններ հանցավոր խմբավորումների համար, և դրանից լայնորեն օգտվում են ծայրահեղական-ահաբեկչական կառույցները:

«Իսլամական ծայրահեղականները համացանցում». Համարվում է, որ ծայրահեղական իսլամիստների առաջին կայքը՝ «Իսլամական մեդիա-կենտրոնը» (*IMC*), հիմնվել է 1991թ.: Սակայն համակարգված տեղեկատվական աշխատանքը սկսվեց այն ժամանակ, երբ «Ալ-Քաիդան» 2000թ. ստեղծեց իր սեփական կայքը, իսկ շուտով նաև՝ տեղեկատվական գործակալությունը, որը թողարկում էր աուդիո- և տեսանյութեր: Ծայրահեղականները բավական արագ ըմբռնեցին ժամանակակից տեղեկատվական-հաղորդակցական տեխնոլոգիաների ընձեռած հնարավորությունները[20]: Նրանց առաջնորդներից մեկի պնդմամբ՝ «ճակատամարտերի կեսից ավելին մեր պատերազմում ծավալվում է տեղեկատվական ճակատում»: Դրա վկայությունն է այն, որ 2015թ. սկզբին *Թվիթերում* մոտ 46 հազ. *աքաունթ* (օգտա-

[19] *Привалов А.,* Сегодня редко кто может понять три абзаца текста подряд // www.intelros.ru/readroom/foma/f4-2016/29627-segodnya-redko-kto-mozhet-ponyat-tri-abzaca-teksta-podryad.html

[20]*«Интернет для джихадистов»,* http://www.globalaffairs.ru/number/Internet-dlya-dzhikhadistov-17741

Նկ. 3.4
ԻՊ գրոհայինները մահապատժի են ենթարկում ասորի քրիստոնյաներին:

տիրոջը նկարագրող տվյալներ) պատկանում էր «Իսլամական պետության» անդամներին կամ նրանց կողմնակիցներին:

Հատկապես արդյունավետ է սոցիալական ցանցերով տարածվող *ԻՊ* պրոպագանդան, որոնք ի լրումն սկսում են լայնորեն մեկնաբանվել ԶԼՄ-ում: Առավել սուր արձագանք են առաջացնում համացանցում զետեղված մարդկանց մահապատիժները: Մահապատիժների տեսագրությունն իրականացվում է պրոֆեսիոնալ ձևով, քանի որ *ԻՊ* անդամները լայնորեն օգտագործում են այսպես կոչված «իսլամիստական-*սնաֆ-ֆիլմերի*[21]» որոշ հնարքներ: Հայտնի է, որ *ԻՊ*-ն իր տարածքը բաժանել է մի քանի վարչական միավորների (վիլայեթների), որոնցից յուրաքանչյուրը տարածում է մահապատիժների սեփական տեսագրությունները: Արդյունքում՝ ամեն ամիս հայտնվում են մարմնական պատիժներ պարունակող նոր տեսանյութեր, որոնցում ցույց են տրվում սիրիացի զինվորների, քրիստոնյաների, «դավաճանների», «լրտեսների» և «անհավատների» հետ հաշվեհարդարի դաժան տեսարաններ *(տե՛ս Նկ. 3.4):* Նման տեսագրությունները հիմնականում նախատեսված են հակառակորդի զինվորներին ահաբեկելու կամ սուննի հավատակիցներին հավաքագրելու համար:

---

[21] *Սնաֆ-ֆիլմ (snuff movies)* եզրն առաջացել է 1970-ական թթ. ԱՄՆ-ում և վերաբերում է այն ֆիլմերին, որոնցում ցույց են տրվում իրական կտտանքներ կամ սպանություններ:

Բացի այդ, *ԻՊ* պրոպագանդան ուղղված է այն բանին, որպեսզի համաշխարհային հանրությանը ներկայանա որպես լիիրավ պետություն: Հատկապես ընդգծվում է սեփական բանակ ունենալու փաստը: Ցուցադրվում են այնպիսի զինատեսակներ, որոնք կարող է ունենալ միայն պետությունը՝ ինքնաթիռներ, հրթիռներ, տանկեր և այլն, որոնք զավթվել են սիրիական և իրաքյան բանակի բազաների վրա գրոհայինների հարձակումների ընթացքում:

Համացանցի ևս մի գործառույթ է *ԻՊ* նոր կողմնակիցների հավաքագրումը: Այս խնդրի շուրջ առավել լուրջ հարցերի քննարկումն իրականացվում է ոչ թե ֆորումներում, այլ մասնավոր գրագրության մեջ, ընդ որում՝ ուղերձների տեքստը գաղտնագրվում է:

Ֆրանսիացի սոցիոլոգները հարցում են անցկացրել 160 ընտանիքում, որոնցում մերձավորներից մեկը հրապուրվել է ծայրահեղական գաղափարներով: Նրանց գնահատմամբ՝ դեպքերի 90%-ի պարագայում պրոպագանդիստական մշակումը տեղի է ունեցել Ինտերնետի միջոցով: Գիտակցության ռադիկալացման գործընթացում մեծ դեր կարող է խաղալ *YouTube*-ով տեսահոլովակների դիտումը: Ֆեյսբուքում շփվելը կարող է վերջնականապես համոզել արմատականությամբ հրապուրված մարդկանց, որ Ֆրանսիան անհավատների երկիր է, և որ այդտեղ ապրելն այլևս անհնար է: Արդյունքում՝ որոշ ֆրանսուհիներ մեկնել են Սիրիա, որպեսզի ամուսնանան ջիհադականների հետ: Այս համատեքստում հարկ է նշել, որ համաձայն ԶԼՄ-ում հայտնված սոցիոլոգիական տվյալների, *ԻՊ-ին* համակրում է ֆրանսիացի 18-24 տարեկան չորս երիտասարդներից մեկը, իսկ իսպանացիներից՝ տասնմեկից հինգը:

Հանցագործ աղանդները սոցցանցերում. ԶԼՄ-ում կարելի է հանդիպել հաղորդագրությունների անչափահասների՝ երբեմն խմբային բնույթ կրող բազմաթիվ ինքնասպանությունների մասին: Համաձայն լրագրողական և քննչական մարմինների հետաքննությունների, որպես կանոն, դա հետևանք է սոցցանցերում գործող հանցավոր խմբերի, որոնք, դիմելով տարիքային առումով ոչ հասուն մարդկանց համոզելու ամենազանազան միջոցների, դրդում են նրանց կատարել ճակատագրական քայլեր: Հատկանշական է

նաև, որ երբեմն նման հանցագործ «աղանդների» գործողությունների դրդապատճառ է հանդիսանում սոցցանցում սեփական հեղինակության բարձրացումը՝ շատ «լայքերի» հավաքումը:

***

Ինչպես հետևում է այս և նախորդ ենթագլուխներում ներկայացված դիտարկումներից, ելնելով իր քաղաքական շահերից՝ ներազդող կողմը կարողանում է տեղեկատվական գործողությունների միջոցով ուղղորդել թիրախ հանդիսացող հասարակություններին: Միևնույն ժամանակ, ցանկացած հասարակություն այս կամ այն չափով և հաջողությամբ ձևավորում է սեփական տեղեկատվական տարածք, որն էլ որոշակի իմաստով պատնեշ է հանդիսանում ներազդող կողմի համար: Նման արգելքները հաղթահարելու նպատակով մշակվում են հատուկ մեթոդներ:

3.11 Օտար տեղեկատվական հոսքերը և արժեհամակարգային խնդիրները

Ոչ պատահական, այլ համակարգային և նպատակաուղղված մուտքն օտար տեղեկատվական տարածք միշտ կոնկրետ կիրառական նպատակներ է ենթադրում: Դրանք կարող են լինել քաղաքական (օրինակ՝ նախապատրաստել «գունավոր հեղափոխություն»), տնտեսական կամ ռազմական: «Օտար» տեղեկատվական հոսքերի մուտքը հասարակություն, որպես կանոն, դիմադրության է հանդիպում, եթե, իհարկե, այդ հասարակությունը չի կորցրել իմունիտետը տեղեկատվական հոսքերի նկատմամբ: Հայտնի է նաև, որ տեղեկատվական պատերազմի գլխավոր նպատակներից է ներգործության օբյեկտին ճգնաժամային իրավիճակի մեջ գցելը: Այդ պայմաններում «օբյեկտի» համակարգը սկսում է խափանվել, օրինակ, ի հաշիվ հանրության ներկայացուցիչների «տեղեկատվական կշռի» վերաբաշխման, երբ «այլախոհները» սկսում են ստանալ լսարանի ավելի մեծ ուշադրությունը, քան «պաշտոնական» տեսակետներ արտահայտողները: Այս հանգամանքն ավելի է բարձրացնում «այլախոհների» կարգավիճակը տեղեկատվական-վիրտուալ տարածքում, ինչը հետագայում հանգեցնում է փոփոխությունների նաև ֆիզիկական տարածքում:

Տեղեկատվական ներխուժման դեմ հնարավոր պաշտպանական հակազդեցություն կարող է դառնալ նրա այսպես կոչված փակ լինելու այս կամ այն տարբերակը: Ոչ ժողովրդավարական համարվող պետությունն իր զինանոցում ունի պաշտպանության ոչ միայն տեղեկատվական, այլ նաև վարչական հնարավորություններ (գրաքննություն և այլն): Մինչդեռ ոչ տոտալիտար պետությունները, բաց լինելով օտար տեղեկատվության առջև, իրենց պաշտպանությունում հենվում են աշխարհի՝ իրենց քաղաքացիների համար հրապուրիչ սեփական մոդելն ստեղծելու վրա: Այս դեպքում աշխարհի իրենց մոդելին հակասող տեղեկությունները մերժվում են հենց քաղաքացիների կողմից: Սա փափուկ ուժի կազմակերպման տարբերակ է՝ ուղղված ոչ այնքան դեպի դուրս, որքան դեպի սեփական երկրի ներսը: Երկիրը ստեղծում է սեփական գաղափարախոսական բովանդակություն, որը, ներմուծվելով զանգվածային գիտակցության մեջ, արդեն դժվար է տրվում փոխակերպման (այդ հարցերին կանդրադառնանք նաև հաջորդ ենթաբաժնում):

Կարելի է արհեստականորեն ստեղծել բաց հասարակությունում «փակ» տարածքներ՝ տեղեկատվության բոլոր հնարավոր խողովակները «հանձնելով» բացառապես իշխանական տեսակետին: Երբ չկան իրադարձությունների այլ մեկնաբանություններ, քանի որ դրանք հնարավոր են միայն տեղեկատվության մարգինալ աղբյուրներում, մենք ստանում ենք *քվազի* (թվացյալ)-փակ մոդել, որն իշխանության համար դյուրին է դարձնում հասարակության կառավարումը: Մարդիկ, գաղափարները, գերիշխող ԶԼՄ մեկնաբանություններն սկսում են հաղթել միայն այն պարագայում, երբ գտնվում են գաղափարական և բարոյական առումով առաջատար դիրքերում:

Միևնույն ժամանակ, *մենթալ* (հոգևոր) ոլորտի խորքային փոփոխություններն ընթանում են ինչպես բնական, այնպես էլ արհեստական ճանապարհով: Նման փոխակերպումները՝ գիտական կամ *քվազի*-գիտական տեսությունների վրա հենվելու օգնությամբ, անվանել են *կոգնիտիվ* (գիտական – տեսական) զենք: Որոշ փորձագետներ այս տեսակի ներգործությանը տալիս են հետևյալ սահմանումը. «*կոգնիտիվ* զենքն այն է, երբ հորինվում են ոչ ճշմարտացի և չստուգված կոնցեպտներ, որոնք լայնորեն

շրջանառության մեջ են դրվում համաշխարհային լրատվամիջոցներում և հրամցվում են անգամ որպես գիտական տեսություններ՝ ներդրվելով նաև ուսումնական ծրագրերում»[22]:

Օտար տեղեկատվական տարածքում հաստատվելը իրագործվում է ֆիզիկական և տեղեկատվական-վիրտուալ միջոցներով՝ օգտագործելով դրանց համապատասխան գործիքակազմերը: Միևնույն ժամանակ, դրանց մեջ տարբերությունները երբեմն պայմանական բնույթ են կրում: Օրինակ, վիրտուալ մուտքի դեպքում (գրականություն, կինո, հեռուստասերիալներ և այլն) դրա տեղեկատվական հագեցումը համընկնում է (պատահաբար կամ համակարգված) ֆիզիկական մուտքի հետ: Այդ առումով ջինսերի, կոկա-կոլայի և այլ նման ապրանքների հայտնվելը կարելի է ընկալել որպես տեղեկատվական գործողությունների ֆիզիկական, նյութական ուղեկցում:

Նման երևույթներն ամերիկացի հայտնի քաղաքագետ Ջոզեֆ Նայը ներկայացնում է որպես փափուկ ուժի օրինակներ: Նա փափուկ ուժը, մասնավորապես, ձևակերպում է որպես մի բան, որը հրապուրում է, ոչ թե հարկադրում: Այսինքն՝ փափուկ ուժը, հրապուրիչ լինելով, չի վախենում արգելքներից և պատնեշներից: Դա մասամբ կարելի է բացատրել նրանով, որ քաղաքական բաղադրիչը, եթե այն կա, թաքնված է ավելի խորքային, երբեմն այսպես կոչված *սակրալ*[23] մակարդակներում: Միևնույն ժամանակ, *սակրալացումը* հատուկ է ոչ միայն կրոնական հասկացություններին, և, կախված իրադրությունից, *սակրալ* կարող են դառնալ միանգամայն նյութական օբյեկտներ: Ըստ որոշ վերլուծաբանների, «սպառնալիքի ընկալումը (խմբի կամ խմբի ինքնության հետ կապված արժեքների համար) կարող է հանգեցնել արժեքների *սակրալացման*, երբ այդ արժեքները կապված են գոյություն ունեցող *սակրալ* արժեքների հետ՝ հավաքական ծեսերի իմաստավորված ամբողջության օգնությամբ»: Որպես նման օրինակ կարող է հանդիսանալ քաղաքական առաջնորդների կողմից սպառնալիքի օգտա-

[22] *Տե՛ս, օրինակ, Почепцов Г.,* Подталкивание к правильному поведению: британский опыт // psyfactor.org/lib/nudges.htm, *Почепцов Г.,* Бихевиористские интервенции: от мирного до военного использования // psyfactor.org/psyops/behaviorwar4.htm

[23] *Սակրալ* (լատիներեն *sacralis* – սուրբ), այսինքն՝ այն ամենը, ինչը կապված է ոչ թե աշխարհիկ, այլ հոգևոր, կրոնական և այլ խորքային հասկացությունների հետ:

գործումը՝ ընդհուպ մինչև հակամարտության մեջ մտնելը կրոնական հռետորաբանության և հավաքական ծեսերի օգնությամբ: Այսպիսով, նոր ստեղծվող կամ ակտիվացող *սակրալությունը* թույլ է տալիս կատարել մոբիլիզացնող գործառույթներ արդեն ֆիզիկական տարածքում: Այսինքն՝ տեղի է ունենում վարքագծի ծրագրավորում *սակրալությամբ* մանիպուլյացիայի օգնությամբ:

Այս ամենից հետևում է, որ մուտքը *սակրալ* (վիրտուալ) տարածք պետք է առավելագույնս պաշտպանվի: Եվ սա վերաբերում է ոչ միայն կրոնին, այլև գաղափարախոսությանը: Նկատենք, որ նման բնույթի արտաքին ինտերվենցիաների տակ առաջինն, անշուշտ, հայտնվում է քաղաքական-տնտեսական ընտրանին, որը միշտ ավելի բաց է արտաքին հաղորդակցությունների հանդեպ, քան շարքային քաղաքացիները: Բայց ընտրանու դեպքում այդ ազդեցությունը փոխհատուցվում է նրանով, որ նրանք ավելի են բավարարված իրենց դրությամբ, քան միջին քաղաքացին: Ընտրանիները չեն ուզում փոխել կարգը: Երբ կարգը փոխվում է, օրինակ՝ գունավոր հեղափոխությունների դեպքում, ապա դա արվում է ընտրանու մի մասի դժգոհության (տնտեսական, քաղաքական) օգնությամբ: Անգամ *պերեստրոյկան* և դրան հաջորդած ԽՍՀՄ փլուզումը կատարվեց կոմունիստական վերնախավի մի մասի աջակցության պարագայում:

Ելնելով վերոնշյալ հանգամանքներից՝ մշակվել են սակրալ արժեքների դեմ «պայքարի» որոշակի մեթոդներ: Օրինակ, մասնագիտական գրականությունում կարելի է հանդիպել վերամեկնաբանման *(ռեինտերպրետացիայի)* միջոցին, որը թույլ է տալիս արժեքներն այնպես փոխել և մեկնաբանել, որ դրանք ավելի շատ համապատասխանեն ստեղծված նոր պայմաններին: Այդ առումով բնորոշ է, որ տեղեկատվական պատերազմն ուղղված է ոչ այնքան նոր փաստեր տրամադրելուն (թեև դա էլ կա), որքան արդեն առկա փաստերի մեկնաբանմանն ու վերամեկնաբանմանը:

Մեկնաբանությունը միշտ կառուցվում է որոշակի հաշվարկման կետից, վերամեկնաբանությունը փոխում է այդ հաշվարկման կետը, որպեսզի այն այլ գնահատական ստանա զանգվածային գիտակցությունում: Եթե մատուցվում են նոր փաստեր, ապա դրանք ծառայում են այդ նույն նպատակին՝ աշխարհի այլ մոդելի

կառուցմանը: Այդ տեսանկյունից ուշադրության արժանի է «*Spin Doctor*»[24] «տեղեկատվությունը կառավարող» տեխնոլոգիան: «*Spin Doctor*»-ը մեդիա թիմի անդամն է, որի խնդիրն է ազդել լսարանի կողմից տեղեկատվության ընկալման գործընթացի վրա՝ ապահովելով որոշակի իրադարձությունների շարունակական արձագանքը: Հայտնի են «*Doctoring*»-ի կիրառման հետևյալ 5 տեխնոլոգիաները.

1. Մինչ *Spin* իրադարձությունը լսարանի նախապատրաստում;
2. *Spin*-ից հետո՝ իրադարձությանը դրական երանգի հաղորդում;
3. Փոթորիկ (*տորնադո*) «*Spin*»՝ լսարանի ուշադրության շեղում;
4. «*Spin» վերահսկում*՝ վերահսկողությունից դուրս եկող իրադարձությունների կառավարում;
5. «*Spin down*», որը նշանակում է անվերահսկելի տեղեկատվության կառավարում հետագա բացասական ազդեցություններից և նման տիպի խնդիրներից խուսափելու նպատակով:

Այս տեխնոլոգիան արտահայտում է ժամանակակից հասարակական կարծիքի մանիպուլյացիայի գործընթացը: Իրադարձությունների կառավարումը ճգնաժամային իրավիճակներում «*Spin Doctor*»-ի գործունեության անբաժանելի մասն է՝ լինեն դրանք քաղաքական բանավեճեր, «գունավոր հեղափոխություններ», ներքաղաքական կոնֆլիկտներ և այլն:

Միևնույն ժամանակ, տեղեկատվական պատերազմը կարող է լոկ պայմանականորեն լինել ներքին կամ արտաքին: «Պայմանական» բառը հատուկ է կիրառվում, որպեսզի շեշտվի այն բնութագրումը, թե ներքին տեղեկատվական պատերազմը, միևնույն է, կունենա հատուկ նշումներ՝ այսպես կոչված *մարկերներ*, որոնք կմատնանշեն հակադիր բևեռը: Արմատական խմբերի պատրաստումը հենվում է խմբային ինքնության ստեղծման վրա, որտեղ կարևոր դեր է խաղում հակադրվածությունն արտաքին օտար միջավայրին (կրոնական, էթնիկական) նույն պետության ներսում: Այս խնդրում խիստ կարևորվում է անհատական ինքնության ձևավորումը: Որոշակի, ներազդողի շահերին համապատասխանող տեղեկատվական միջավայրի

[24]«*Spin*» (*անգլերեն՝ պտտում*) - նշանակում է ներկայացնել տեղեկատվությունն առավել դրական տեսանկյունից, իսկ «*doctor*» եզրը շեշտում է մանիպուլյատիվ հնարքներ իրականացնողների բարձր որակավորումը:

ստեղծման պարագայում անհատի մեջ ձևավորվում է *գիտակցության զտիչ, որն իր տեսակետից ոչ ճիշտ տեղեկությունները դեն է գցում որպես ոչ ճշմարտացի*: Այլ խոսքով՝ առաջանում է յուրովի ներքին գրաքննություն, բայց ոչ այն, որը թույլ չի տալիս գրել, այլ այն, որը թույլ չի տալիս ընկալել *օտար* տեքստերը:

Մարդը, ըստ էության, կարդում է այն, ինչը համապատասխանում է նրա տեսակետին՝ իր համար ստեղծելով որոշակի *տեղեկատվական հարմարավետություն*: Դա՝ բնական պայմաններում, իսկ արհեստական պայմաններում այդ բոլոր գործընթացներն ավելի սաստկանում են: Հաղորդակցային սահմանափակումների նման մոդել ունեն տոտալիտար աղանդները, որոնց հաղորդակցությունների շրջանակներում կան միայն «ճիշտ» տեղեկություններ: Ցանկացած կասկած առաջանալու դեպքում աղանդի անդամը պետք է դրա մասին տեղեկացնի «հոգևոր ղեկավարությանը», որը նրան կվերադարձնի «ճշմարիտ ուղի»: Ինչ-որ առումով այսօր դա անում է հեռուստատեսությունը, որը հաճախ ուղղված է կասկածի և հակադիր կարծիքի դեմ պայքարին: Քաղաքական *թոք-շոուների* դիտումից հետո բոլորը պետք է համոզված լինեն, որ հաղորդավարն իրավացի է:

Նման մանիպուլյատիվ հնարքների հիմնական արդյունքն է դառնում մարդու ինքնության փոփոխությունը: Նրան պարտադրված ինքնությունը պետք է *հեռուստահաստատվի* որքան հնարավոր է ավելի հաճախ: Հետազոտողներն արձանագրում են նույնիսկ լեզվի փոփոխություններ, որոնք ձևավորվում են տեղեկատվական հոսքերի հետևանքով: Առաջանում է անգամ «ծիսականացված խոսք» հասկացությունը, այսինքն՝ խոսք, որը կառուցվում է նախապես հայտնի բանաձևերի վրա, որտեղ կարևոր է ոչ միայն բառապաշարը, այլև նույնիսկ առոգանությունը: Իմաստը մղվում է երկրորդ պլան, քանի որ ծեսն էլ հենց իմաստն է:

Ինքնության վրա ավելի խորքային ներգործությունն արտացոլում են այն թիրախային կողմնորոշումները, որոնց մեջ կարելի է առանձնացնել հաջողակության ընկալումը հասարակության այդ տիպում: «Հաջողակության» խորհրդային տիպը կապված էր պետական հիերարխիայում մարդու զբաղեցրած տեղի հետ: Կարելի էր քիչ ստանալ, բայց հարգված մարդ լինել:

Նոր ժամանակաշրջանում «հաջողակությունը» նոր չափում ստացավ: Եթե մինչ այդ հերոս էր նա, ով ինչ-որ հերոսական բան

էր արել ֆիզիկական տարածքում, ապա այժմ հերոս դարձավ նաև նա, ով դա անում է տեղեկատվական կամ վիրտուալ տարածքներում: Այստեղից էլ հերոսների նոր տիպերը՝ դերասաններ, ռեժիսորներ, փոփ-երգիչներ: Բայց պահպանվում է նախնական սկզբունքը. հերոսը նա է, որի մասին խոսում են: Զուգահեռ հաջողակությունը ստացել է նաև դրամական չափում, և դրա արտաքին դրսևորումն է դարձել ծախսելու հնարավորությունը: Սա պայմանավորված է առաջին հերթին «սպառողական հասարակության» ձևավորմամբ, որի կարգախոսն է «ամեն ինչ վաճառվում է», և այդ իրողությունից բխող հետևանքներով: Այսպիսով, կարելի է փաստել, որ ի հայտ է եկել միանգամայն այլ ինքնություն:

Արդի ժամանակներում արևմտյան ֆինանսական հերոսի հետ միասին հետխորհրդային տեղեկատվական տարածք է ներմուծվել նաև նրա հակապատկերը՝ անհաջողակը կամ, ինչպես ընդունված է անվանել նրանց՝ *լուզերը*[25]: Այս ամբողջ մոդելի հետևանքը հաջողակության նախկին չափանիշների «լղոզումն» է: Հաջողակության խորհրդային տիպը ներկառուցված էր խորհրդային հիերարխիայում, որտեղ ֆինանսական բաղադրիչը հետևանքն էր, ոչ թե պատճառը: Ակադեմիկոսը՝ որպես հաջողակ կերպար, փող ուներ, որովհետև ակադեմիկոս էր, ոչ թե հակառակը՝ փողն էր նրան ակադեմիկոս դարձրել: Խորհրդային հաջողակությունը զանգվածային հաջող մասնագիտություններն էին, գիտնականը, բժիշկը, գրողը, դերասանը, ռեժիսորը: Տարբեր մասնագիտությունների պատճառով այդ հաջողակությունը բավական բազմազան էր, այսօրվա հաջողակությունը, որի միակ համարժեքը փողն է, ավելի համակարգային է: Ընդ որում՝ այն մերժում է մյուս բոլոր ցուցանիշները՝ կրթություն, մասնագիտություն, աշխատատեղ: Այդ ամենը նշանակություն ունի միայն այն ժամանակ, երբ դրանց միացած է փողը:

Զուգահեռ՝ փոխվում են հասկացությունները և դրանց մեկնաբանությունները: Օրինակ, հետխորհրդային հանրապետություններում այսօր գրեթե նույնքան հաճախ է շրջանառվում «քաղաքացիական հասարակություն» եզրը, որքան ժամանակին

[25] *Լուզեր (անգ. loser)* – իմաստային առումով ընկալվում է որպես «թույլիկ», անհաջողակ»:

«սոցիալիստական հասարակությունը»: Նկատենք նաև, որ այսօր նույնպես, ինչպես և խորհրդային անցյալում, հասարակության լայն հատվածներում այդ հասկացությունների բովանդակային իմաստի վերաբերյալ պատկերացումները բավական աղոտ են:

Նման համակարգը ստեղծվել է զանգվածային լրատվամիջոցների օգնությամբ: Հենց *ԶԼՄ-ն է* շրջել հաջողակության մասին պատկերացումը դեպի ֆինանսական բևեռ, *ԶԼՄ-ի* շնորհիվ է, որ անուն առ անուն մենք գիտենք բոլոր օլիգարխներին, բայց չգիտենք գրողներին, կոմպոզիտորներին և գիտնականներին: *Այս ամենի համատեքստում կարևորվում է այն հարցը, թե ինչպիսին կարող են լինել տեղեկատվական պատերազմների, պրոպագանդայի և ագիտացիայի զարգացումները մեթոդական տեսակետից:*

Այսօրվա քարոզչությունը կյանքի է կոչվել վերջին ժամանակների բազմաթիվ հակամարտություններով: Ի տարբերություն անցյալի պրոպագանդայի, երբ պետություններն առաջին հերթին աշխատում էին իրենց բնակչության հետ, ընդ որում՝ հիմնականում զբաղվելով նրանով, ինչն այսօր անվանվում է փափուկ ուժ (գրականություն, արվեստ, կինո), այսօրվա պրոպագանդան «սիրում» է օտար քաղաքացուն՝ նրա համար ստեղծելով ու նրան հարմարեցնելով իր արտադրանքը:

Ինչպիսի՞ն է պրոպագանդիստական այս տեսակի ներգործությունների ապագա զարգացումը: Դրանք դառնում են խիստ պարզունակացված բազմաթիվ գործոնների շնորհիվ, քանի որ ընթանում է սահմանների ու սահմանափակումների համընդհանուր վերացում: Տեղեկատվական և վիրտուալ տարածքի այս նոր ընդլայնման օրինակ են հանդիսանում.

- Գլոբալացումն այսօր բոլորին վերածել է միատեսակ ապրանքների սպառողների՝ անկախ բնակության վայրից, այսինքն՝ տեղի է ունեցել սահմանների վերացում տնտեսական առումով, ինչը թեթևացնում է անհրաժեշտ ուղերձների (*մեսիջների*) առաջմղումը կոմերցիոն վիրտուալ ապրանքների օգնությամբ (կինո, հեռուստատեսություն, գրականություն);
- Ինտերնետը տեխնոլոգիապես վերացրել է բազմաթիվ հնարավորություններ, որոնք ունեին փակ համակարգերն օտար տեղեկատվությունն արգելելու իմաստով, այսինքն՝ տեղի է ունեցել նաև սահմանների զուտ տեխնոլոգիական վերացում;

- Այն «ապրանքատեսակների» տեխնիկական ընդլայնում, որոնց հիմքում կարող է լինել քաղաքական բաղադրիչ, օրինակ՝ *օնլայն* կրթությունը;
- Ներգործության կիրառական մեթոդներ, որոնք առաջացել են տեղեկատվության մեծ զանգվածների *(big data)*[26] վերլուծության հիման վրա:

Տեղեկատվական գործողությունների, ինչպես և ռազմական գործի ոլորտում շահում է նա, ով առաջինն է կիրառում մարդկության զարգացման հաջորդ փուլի տեխնոլոգիաները, և դա անմիջականորեն պայմանավորում է նաև «օտար» տեղեկատվական տարածքում հաստատվելու հնարավորությունները:

***

Ինչպես հետևում է նախորդ ենթաբաժիններում ներկայացվածից, արդի մեթոդներով վարվող տոտալ տեղեկատվական պատերազմներին դիմակայելը լրջագույն խնդիր է հանդիսանում: Նման հարձակումներից արդյունավետ պաշտպանվելու նպատակով ստեղծվել է որոշակի մեթոդաբանություն, որում, մասնավորապես, կարևորվում է այն ենթակառուցվածքների անվտանգության խնդիրը, որոնց խոցումը հակառակորդի կողմից առավել անցանկալի է, քանի որ դա կարող է հանգեցնել անդառնալի համակարգային բնույթի կորուստների: Նման ենթակառուցվածքները ստացել են ***կրիտիկական ենթակառուցվածքներ*** անվանումը:

3.12 Կրիտիկական ենթակառուցվածքներ և գաղափարախոսություն

Տեղեկատվական պատերազմներում պաշտպանության խնդիրներն ակտուալացել են այդ պատերազմների ռազմավարության մշակմանը զուգահեռ: Դեռևս 1996թ. ԱՄՆ նախագահին կից ձևավորվեց հատուկ հանձնաժողով, որը պետք է զբաղվեր տեղեկատվական հատվածի կրիտիկական ենթակառուցվածքների պաշտպանության խնդիրներով: Հանձնաժողովի երկամյա

[26] Սոցիալական ոլորտներում տեղեկատվության մեծ զանգվածների մշակումը և կիրառումը ստացել են «սոցիալական ֆիզիկա» անվանումը

աշխատանքի արդյունքները թույլ տվեցին բացահայտել ԱՄՆ տեղեկատվական անվտանգության խոցելի կառույցները և հիմք ծառայեցին, որպեսզի մշակվի այդ ոլորտում համապատասխան քաղաքականություն: Վերջինս ամրագրվեց նախագահական հրամանագրով, համաձայն որի՝ ստեղծվեցին մի շարք ծրագրեր, որոնց նպատակն էր բարձրացնել տեղեկատվական անվտանգության մակարդակը քաղաքացիական և ռազմական կառավարման, կոմունիկացիոն-տեղեկատվական, ֆինանսական, էներգա- և ջրամատակարարման, ոստիկանական-փրկարարական և այլ համակարգերում: Իր հերթին, վերոնշյալ «կրիտիկական» ոլորտներում որոշվեցին այն «կրիտիկական ենթակառուցվածքները», որոնց խոցումը կամ վնասումն էապես կխաթարեր նրանց գործառույթները: Ներկայացված ոլորտների խնդիրները գլխավորապես վերաբերում են տեխնիկական-էլեկտրոնային-համակարգչային սարքերի անխափան գործունեության ապահովմանը:

Միևնույն ժամանակ, ինչպես հետևում է «երկրորդ և երրորդ սերնդի» տեղեկատվական պատերազմների, «գունավոր հեղափոխությունների», «կառավարելի քաոսի» և ընդհանրապես տոտալ տեղեկատվական հակամարտությունների դոկտրիններից, ինֆոգեն մարտահրավերներն ուղղված են ոչ միայն տեխնիկական-տեխնոլոգիական սարքերի, այլև անհատի, ազգի և հասարակության հոգևորի, մտավորի և հոգեկանի դեմ: Այդ առումով տրամաբանական է, որպեսզի պաշտպանության մեխանիզմներ մշակվեն նաև այն ոլորտների և կառույցների համար, որոնք ապահովում են մարդկային գործունեության անվտանգությունը և հոգեմտավոր բնականոն զարգացումը: Այստեղ նույնպես պետք է որոշվեն, թե որ ոլորտները և կառույցներն են կարևորագույնը, որպեսզի ստանան «կրիտիկականի» կարգավիճակ: Դա դյուրին խնդիր չէ, քանի որ եթե տեխնիկական համակարգերը ենթարկվում են որոշակի օրենքների կամ բանաձևերի, ապա այս պարագայում պետք է հաշվի առնել ինչպես հասարակության առանձին ներկայացուցիչների, այնպես էլ ողջ հասարակության ազգային-քաղաքակրթական առանձնահատկությունները, արժեհամակարգը, հոգեկերտվածքը և խորքային յուրահատկությունները՝ միաժամանակ հաշվի առնելով այլ հասարակությունների հետ ունեցած ընդհան-

րությունները: Այս համատեքստում, թերևս, պատահական չէ, որ ամերիկյան փորձագետները *ԱԱ* հիմնական խնդիրն են համարում ամերիկյան արժեքների պաշտպանությունը:

Այլ խոսքով՝ «մարդկային-հասարակական» ոլորտում չեն կարող լինել ընդհանրական դեղատոմսեր. ամեն մի հանրություն ինքը պետք է ձգտի իմանալ և որոշել, թե որոնք են իր կրիտիկական ենթակառուցվածքները և ինչպես պետք է ապահովել դրանց անվտանգությունը: Նման մոտեցումներն այսօր տարածում են գտնում, օրինակ՝ Իսրայելի ռազմական դոկտրինում որպես անվտանգության կրիտիկական ենթակառուցվածքներ են ընդունվել ազգային խորհրդանիշներ համարվող կառույցները, մասնավորապես՝ Հոլոքոստի թանգարանը՝ Յադ Վաշեմը, հոգևոր տաճարները և այլն[27]:

Նկատենք, որ եթե վերոնշյալ հարցերի հստակեցումների անհրաժեշտությունը վերաբերում է հանրության պաշտպանական համակարգին, ապա պատերազմները ենթադրում են նաև հարձակողական գործողություններ: Այս դեպքում անհրաժեշտություն է ծագում բազմակողմանի գիտելիքներ և պատկերացումներ ունենալ նաև պայմանական հակառակորդի հասարակության անհրաժեշտ ցուցանիշների վերաբերյալ: Տեղին է նորից վերհիշել չինացի ստրատեգ Սուն Ցզիի հայտնի դրույթն այն մասին, թե հաղթանակի համար «պետք է իմանաս ինչպես քեզ, այնպես էլ թշնամուն»:

Միևնույն ժամանակ, կարևոր է այն հանգամանքը, որ բազմակենտրոն հակամարտությունների ներկա ժամանակաշրջանում տեղեկատվական պատերազմներն ընդունել են շարունակական բնույթ, ինչը լրացուցիչ խնդիրներ է առաջացնում ինչպես պաշտպանվող, այնպես էլ հարձակվող կողմերի համար: Մասնավորապես, պաշտպանվող կողմին նման պատերազմում արդյունավետ դիմակայելու համար այսօր պահանջվում է վարել տեղեկատվական-հասարակական բնույթի մոբիլիզացիոն քաղաքականություն: Որպես նման քաղաքականության միջոց՝ որոշ հետազոտողներ տեսնում են հասարակությունում կուռ և միաժամանակ արդիական ու ճկուն գաղափարախոսական հա-

[27] *Гриняев С.,* О взгляде на проблему безопасности критической инфраструктуры в государстве Израиль, *http://www.csef.ru/index.php/ru/component/csef/project/-/-/-?id=3229.*

մակարգի ձևավորումը: Մասնավորապես, այս խնդրում որպես ելման կետ կարելի է ընդունել գաղափարախոսության արդի սահմանումը, համաձայն որի՝ այն «հրահանգների համալիր է, որն ապահովում է գործընթացների ամենաարդյունավետ ռեժիմը և փոխկապակցվածությունը»[28]:

Վյաչեսլավ Յանկոյի խիստ դինամիկ, ալգորիթմ հանդիսացող այս սահմանումը, ըստ ամենայնի, կիրառելի է նաև ազգային և, մասնավորապես, տեղեկատվական անվտանգության խնդիրները դիտարկելիս: Վերոնշյալ հարցերն առավել հստակ քննարկելու համար անհրաժեշտ է համառոտ էքսկուրս կատարել, թե ինչ դերակատարում ունեն գաղափարախոսական հիմնադրույթները տարբեր երկրներում, և ինչպես են դրանք առնչվում տվյալ հանրությունների *ՏԱ* խնդիրներին:

Բազմագաղափարախոսության ձևավորում. Գաղափարախոսություն եզրը 19-րդ դարի սկզբին շրջանառության մեջ է դրել փարիզյան էլիտար գիտական կենտրոնին՝ *Ինստիտուտին*[29] անդամակցող Անտուան Դեստյուտ դը Տրասին: Ըստ դասական պատկերացումների՝ գաղափարախոսությունը սահմանվում է որպես «հասարակությանը, անձին և մեզ շրջապատող աշխարհին ուղղված հայացքների համակարգ»: Նման ձևակերպումը կարելի է համարել տեսական հենք վերը նշված Վ.Յանկոյի գործողություններ ենթադրող ալգորիթմի համար՝ «հրահանգների համալիր, որն ապահովում է գործընթացների ամենաարդյունավետ ռեժիմը և փոխկապակցվածությունը»:

Ընդունված է համարել, որ գոյություն ունեն հիմնարար երկու ունիվերսալ գաղափարախոսություններ՝ սոցիալիստական (գլխավոր դրույթը հասարակությունում սոցիալական հավասարության սկզբունքների գերակայությունն է) և ազատական (հենքում ընկած է անձի ազատության գերակայությունը): Նման դասակարգումը պայմանավորված է նրանով, որ այդ երկու գաղափարախոսությունների բովանդակությունը կազմող սկզբունքներն այս կամ այն չափով կարող են օգտագործվել գրեթե բոլոր հանրությունների կողմից, անկախ նրանց էթնիկական, կրոնադավանական կամ, եթե

---

[28] *Янко В.А.*, http://yanko.lib.ru

[29] *Ինստիտուտ* եզրն առաջացել է նշված ժամանակաշրջանում: Ի դեպ, փարիզյան *Ինստիտուտի* անդամ էր նաև Նապոլեոն Բոնապարտը:

ավելի ընդհանրական՝ քաղաքակրթական պատկանելությունից: Ի տարբերություն նշված երկուսի, ազգային-պահպանողական բնույթի գաղափարախոսությունները հենվում են կոնկրետ հանրությանը բնորոշ ազգային-քաղաքակրթական արժեքային համակարգի, ինքնության վերաբերյալ պատկերացումների և ավանդույթների վրա: Նկատենք նաև, որ հաճախ առաջանում են նաև այսպես կոչված «հիբրիդային» գաղափարախոսություններ, որի օրինակն էր գերմանական նացիոնալ-սոցիալիզմը, որը կարելի է համարել ծայրահեղականացված ազգային-պահպանողական և սոցիալիստական մոտեցումների միաձուլում:

Ժամանակի ընթացքում գաղափարախոսությունները, չնայած դրանց հիմնարար դրույթների հարաբերական անփոփոխությանը, որոշակի զարգացումների են ենթարկվում: Երբեմն դա տալիս է դրական արդյունքներ, երբեմն՝ ոչ այնքան: Սակայն ամենամեծ փորձությունները սկիզբ են առնում այն ժամանակ, երբ հանրությունում որևէ գաղափարախոսություն երկարատև մենաշնորհ և բացարձակ գերակայություն է ձեռք բերում: Որպես կանոն, դա ծանր հետևանքներ է ունենում տվյալ երկրի համար: Այդ երևույթի դասական օրինակներն են նացիոնալ-սոցիալիզմի բացարձակ գերիշխումը Երրորդ ռեյխում կամ սոցիալիզմի մենատիրական-բյուրոկրատական մոդիֆիկացիայի հաստատումը Խորհրդային Միությունում: Մինչդեռ պատմական փորձը վկայում է, որ այն հանրությունները, որոնք կարողանում են մտածված չափաբաժիններով համատեղ կիրառել ազատական, սոցիալիստական և ազգային-պահպանողական բնույթի գաղափարախոսությունները, զգալի զարգացում և առաջընթաց են ցուցաբերում: Այս օրինաչափությանը ենթարկվող *«բազմագաղափարախոսական»* համակարգը ստացել է *«գաղափարախոսական տրիադա»* անվանումը: Նման տրիադան մեծացնում է հանրության տարբնույթ և առաջին հերթին հոգևոր և մտավոր ռեսուրսները, իսկ քաղաքական համակարգը դարձնում է ավելի ճկուն ինչպես արտաքին, այնպես էլ ներքին հարաբերություններում: Բնականաբար, այս հանգամանքները բարձրացնում են ազգային և տեղեկատվական անվտանգության մակարդակը: Հայտնի է նաև, որ գաղափարների վերածումը քաղաքական գաղափարախոսությունների գրեթե անհնար է առանց տեղեկատվական համալիր գործողությունների: Իրենց հերթին գաղափարա-

խոսական դրույթները զգալիորեն պայմանավորում են հանրությունների տեղեկատվական տարածքի բովանդակությունը և այդպիսով իսկ՝ նրա պաշտպանվածությունն օտար տեղեկատվական միջամտություններից։

Վերոնշյալի համատեքստում փորձենք համառոտակի համեմատել ու գնահատել որոշ հանրությունների գործունեության արդյունավետությունը՝ կախված այդ հանրությունների գաղափարախոսական - տեղեկատվական դաշտի բնութագրերից։

Անգլո-ամերիկյան տեխնոլոգիաներ. Արդյունավետ և մրցունակ *«բազմագաղափարախոսական»* համակարգի դասական արտահայտություն է բրիտանական մոդելը, որն այս կամ այն ձևաչափով ներդրվել է նաև մնացյալ անգլիախոս երկրներում։ Այդ երկրների հանրություններին բնորոշ է գաղափարախոսական լայնախոհություն. կոնսերվատիվ (ազգային-պահպանողական) և լեյբորիստական (սոցիալիստական ուղղվածություն) գաղափարների կրողները մշակել են միմյանց փոխլրացնող մեխանիզմներ և համատեղ գործում են ազատական գաղափարախոսական դաշտում, որը հարազատ է անգլոսաքսոնյան հոգեկերտվածքին։ Այս գործոնով է, որ պետք է պայմանավորել Բրիտանական կայսրության (ընդունված է համարել, որ Միացյալ Նահանգները Բրիտանական կայսրության իրավահաջորդն է) ռազմավարական ձեռքբերումները և այն փաստը, որ վերջին մի քանի հարյուր տարում այդ հանրությունը կարողանում է պահպանել առաջատարի կարգավիճակը։

Հատկանշական է, որ ԱՄՆ-ը, փոխառելով բրիտանական քաղաքական տրամաբանությունը, թերևս իր պատմական զարգացման յուրահատկության պատճառով, անտեսել է սոցիալիստական տիպի գաղափարախոսություն ունեցող քաղաքական ուժի կարևորությունը։ Արդյունքում՝ այդ երկրում ազատականության և սպառողականության բացարձակացումը լուրջ խնդիրներ է առաջացրել, որի հետևանքով էլ ԱՄՆ-ը սկսել է զիջել համաշխարհային առաջատարի դիրքերը։ Գաղափարախոսական թերացումների առկայությունը կարծես թե ընկալվել է ամերիկյան ընտրանու կողմից, և դրանով պետք է պայմանավորել, օրինակ, 2016թ. նախագահական ընտրությունների նախնական փուլում սոցիալիստական կողմնորոշումներ ունեցող Բերնի Սանդերսի մասնակցությունը։

Չինական մոդելը. Գաղափարախոսական տեսանկյունից հատուկ ուշադրության է արժանի «չինական հրաշքի» երևույթը: Ընդամենը երեք տասնամյակ առաջ միագաղափարախոսական սոցիալիստական Չինաստանը բոլոր չափանիշներով հեռու էր առաջատար երկրներից: Իրավիճակը կտրուկ փոխվեց, երբ Մաո Ցզե Դունի նախկին համախոհ Դեն Սյաո Պինը, դառնալով ՉԺՀ փաստացի ղեկավար, միակուսակցական համակարգում ներդրեց ազատականության և ազգային պահպանողական (կոնֆուցիոնիստական) գաղափարախոսությունների տարրերը: Հատկանշական է, որ այդ ամենին զուգահեռ՝ պահպանվեցին «ղեկավար» սոցիալիստական գաղափարախոսությունից բխող բոլոր առավելությունները: Սակայն անգամ այդ ունիվերսալ ուսմունքում օգտագործվում են մ.թ.ա. V դարի փիլիսոփա և մտածող Մո Դիի դրույթները, որը համարվում է չինական սոցիալիզմի հիմնադիրը: Այլ խոսքով՝ սոցիալիզմն ադապտացվեց չինական ավանդույթներին և հոգեկերտվածքին: Արդյունքում՝ Չինաստանը դարձավ գերտերություն և առաջատար ինչպես տնտեսական, ռազմական, այնպես էլ տեխնոլոգիաների ոլորտներում: ՉԺՀ ձեռքբերումները պայմանավորված են նաև նրանով, որ վարչաքաղաքական համակարգում գործում են *մերիտոկրատիայի*[30] սկզբունքները, համաձայն որոնց՝ ղեկավար պաշտոնները պետք է զբաղեցնեն առավել ընդունակ և պատրաստված անձինք:

Իսլամ և ազատականություն. Իսլամական աշխարհում նկատվում է կրոնական պահպանողական գաղափարների զարգացման միտում, որի ծայրահեղականացված արտահայտությունը հանդիսացավ *ԻՊ*-ը: Հատկանշական է, որ այն երկրները, որոնք կարողացել են համատեղել կրոնական ավանդականությունը (որը պարունակում է նաև սոցիալական արդարության վերաբերյալ պատկերացումներ) և ազատական ու զուտ ազգային մոտեցումները, էապես բարելավել են իրենց կարգավիճակը միջազգային հանրությունում: Նման պետությունների շարքում, առանձնահատուկ ուշադրության է արժանի Իրանը, որտեղ հաջողվել է որոշակի համամասնությամբ ինտեգրել արմատական իսլամը,

[30] *Մերիտոկրատիա* (լատ. *meritus* ՝ արժանապատիվ) – արժանապատիվների իշխանություն:

պարսկական ազգային-քաղաքակրթական ավանդույթները և ժողովրդավարության ու տնտեսական ազատականության տարրերը: Արդյունքում՝ Իրանը վերածվել է տարածաշրջանային առաջատարի և համակողմանի զարգացող երկրներից մեկն է միջազգային ասպարեզում: Նկատենք, որ իսլամական որոշ երկրների անբավարար մրցունակությունը պայմանավորում են մտավոր (ինտելեկտուալ) ռեսուրսների որոշակի պակասով: Մինչդեռ Իրանն իրականացնում է սեփական տիեզերական և միջուկային ծրագրերը, իսկ նանոտեխնոլոգիաների ոլորտում հասել է տպավորիչ արդյունքների: Այս երկրում նույնպես փոքրինչ յուրովի կիրառվում են *մերիտոկրատիկ* սկզբունքները: Մասնավորապես, պետական համակարգում կարևոր դերակատարում ունեն Փորձագետների խորհուրդը և Քաղաքական նպատակահարմարությունը որոշող խորհուրդը: Նման բազմագաղափարախոսական համակարգը թույլ տվեց Իրանին դիմակայել տասնյակ տարիներ տևած արևմտյան պատժամիջոցներին (որոնք միայն 2015թ. այս կամ այն չափով մեղմվեցին) և «գունավոր հեղափոխություն» իրագործելու փորձերին:

Մայրցամաքային Եվրոպա. Այստեղ ավանդաբար կարևորվում են ազատական և սոցիալիստական կուսակցությունները: Վերջիններիի թիվն անցնում է մի քանի տասնյակից, և նրանց հաջողվել է հասնել սոցիալական բարեկեցության տպավորիչ արդյունքների: Միևնույն ժամանակ, *ԵՄ*-ում, հասկանալի պատճառներով, դեռևս սակավ դերակատարում ունեն համաեվրոպական ազգային-պահպանողական մոտեցումները: Ավելին, եվրոպական երկրների ազգայնական կուսակցությունները, հատկապես միգրանտների խնդրի հետ կապված ճգնաժամի պայմաններում, հաճախ հանդես են գալիս *ԵՄ* ինտեգրացիոն նախագծերի դեմ: Այդ հանգամանքով է պայմանավորված, որ *ԵՄ*-ը, ունենալով նույնքան տնտեսական ներուժ, որքան և ԱՄՆ-ը, իր ռազմաքաղաքական հզորությամբ և աշխարհաքաղաքական ազդեցությամբ զգալի զիջում է վերջինիս:

Գաղափարախոսական հեղափոխություններ Ռուսաստանում. Ազգայնական և ազատական գաղափարներ կրողների հետ միասին՝ ռուսական հանրության մի զգալի հատվածի հոգեկերտվածքին հարազատ են սոցիալիստական պատկերա-

ցումները, որի հենքն ընդունված է համարել ռուսական գյուղական համայնքների ավանդական կացութաձևը: Ինչպես հայտնի է, ռուսաստանյան իրականությունում գաղափարական հակասությունները հանգեցրել են հեղափոխությունների (1917թ.՝ սոցիալիստական, 1991թ.՝ ազատական), դրանցից բխող հետևանքներով և հաղթած գաղափարախոսության գերակայության հաստատումով: Արդյունքում՝ համաշխարհային առաջատար լինելու նախապայմաններ և հավակնություններ ունեցող Ռուսաստանը վերջին հարյուրամյակում պարբերաբար հայտնվում է բարդ իրավիճակներում: Ելնելով այդ նկատառումներից՝ *ՌԴ* արդի իշխանությունները փորձում են համատեղել տարբեր գաղափարական հոսանքները: Այդ երկրում, բացի պահպանված կոմունիստական կուսակցությունից, գործում է նաև սոցիալիստական կողմնորոշումներ ունեցող «Արդարացի Ռուսաստան» *(Справедливая Россия)* կուսակցությունը, իսկ «Միասնական Ռուսաստան» *(Единая Россия)* կուսակցությունն իրեն համարում է պահպանողական:

Բոլոր պարագաներում, պետք է փաստել, որ գաղափարախոսական ոլորտի անբարենպաստ իրողություններն էական ազդեցություն են թողել ռուսական և այդ համատեքստում՝ անգամ ողջ սլավոնական հանրության զարգացման վրա:

Իսրայելյան փորձը. «Գաղափարախոսական տրիադան» արդյունավետ է գործում ոչ միայն խոշոր պետություններում: Օրինակ, մշտական հակամարտության իրադրությունում գտնվող Իսրայելը, որի քաղաքական համակարգում «գաղափարախոսական տրիադան» ներկայացված է մտածված համամասնությամբ, իր ստեղծման առաջին տարիներին սահմանամերձ շրջաններում հիմնել է մոտ 200 *կիբուց,* որոնք գործում են առայսօր: Դրանք գյուղատնտեսական կոմունաներ են, որոնք կատարում են նաև մարտական սահմանապահ զորքերի գործառույթներ: Միևնույն ժամանակ, կիբուցներում ունեցվածքն ընդհանուր է, կոլեկտիվ աշխատանքի արդյունքները բաշխվում են հավասարաչափ, ինչը հիշեցնում է խորհրդային ժամանակաշրջանի կոլտնտեսությունները: Կիբուցները ստեղծվել են ազգային պահպանողական (երբեմն՝ օրթոդոքսալ բնույթի) և սոցիալիստական ուղղվածություն ունեցող գաղափարախոսությունների յուրատեսակ

միասնության արդյունքում: Նման սիմբիոզն ապահովում է սահմանների պաշտպանների հայրենասիրական բարձր ոգին, որին մեծ չափով նպաստում է բոլորի հավասարության (այդ թվում՝ նյութական) սոցիալիստական սկզբունքը, որն, ի լրումն, պարունակում է նաև կազմակերպչական-մոբիլիզացիոն գործոն:

Վերը բերված օրինակներից հետևում է, որ գաղափարախոսական դաշտի հնարավորինս ներդաշնակությունը և համաչափությունը կանխորոշում են հանրության ազգային ռազմավարության արդյունավետությունը: Դա հիմք է տալիս համարելու, որ տվյալ երկրի գաղափարախոսական դաշտը և նրա ցուցանիշներն ազգային և տեղեկատվական անվտանգության համատեքստում անհրաժեշտ է ընդունել որպես առաջնային կրիտիկական ոլորտ:

Սակայն անվտանգությունը, ինչպես գիտենք, ստատիկ պաշտպանություն չէ, այլ ենթադրում է կառուցողական գործողությունների ռազմավարություն: Հետևաբար, եթե այս կամ այն հանրության գաղափարախոսական դաշտը չի համապատասխանում անվտանգության պահանջներին և այդպիսով չի խթանում հասարակության հոգևոր–մտավոր և սոցիալ-տնտեսական զարգացումը, ապա պաշտպանության միակ ճանապարհը տեղեկատվական-հասարակական տեխնոլոգիաների միջոցով լիարժեք գաղափարախոսական դաշտի ձևավորումն է:

Կարևոր է նաև այն հանգամանքը, որ ունիվերսալ գաղափարախոսությունների տեսական և գործնական կոնցեպտները զարգանում են միջազգային հանրության մի լայն հատվածում, ինչը թույլ է տալիս դրանց արդյունքներից օգտվել անգամ համապատասխան ռեսուրսներ չունեցող հասարակություններին: Մինչդեռ իրադրությունն ազգային-պահպանողական գաղափարախոսության ոլորտում փոքր-ինչ այլ է, քանի որ տեսական և բովանդակային հարցերի լուծումը հիմնականում կոնկրետ հասարակության խնդիրն է:

Ինչպես նշել ենք, ազգային-պահպանողական բնույթի գաղափարախոսությունը (այսուհետ՝ *ԱՊԳ)* հենվում է կոնկրետ հանրությանը բնորոշ ազգային-քաղաքակրթական-կրոնական արժեքային համակարգի, ինքնության վերաբերյալ պատկերացումների և պատմական ավանդույթների վրա: *ԱՊԳ-ն*, ինչպես և

մնացյալ գաղափարախոսական ուղղությունները, վերածվում է ազդեցիկ գործոնի, երբ դառնում է հանրային գիտակցության բաղադրամաս, իսկ դա հնարավոր է իրագործել միայն տեղեկատվական միջոցներով: Անշուշտ, այս հարցում առաջնային խնդիրը նման գաղափարախոսության հիմնական դրույթների մշակումն է: Սակայն դա չի նշանակում, թե համապատասխան համակարգի ձևավորումը պետք է իրագործվի միայն *ԱՊԳ* հիմնադրույթների վերջնական հստակեցումից հետո. նման հիմնադրույթների ձևավորումը և զարգացումը ենթադրում են մշտական կատարելագործում և գործնականում դրանց արդյունավետության փորձարկում: Այդպիսի մոտեցման պարագայում ներքին դաշտում տեղեկատվական-հոգեբանական գործողությունների հիմնական խնդիրները կարող են լինել.

- *ԱՊԳ* առանձին դրույթների ներդրումը հասարակության տեղեկատվական տարածքում:
- *ԱՊԳ* հիմնադրույթների պաշտպանությունն արտաքին և ներքին խեղաթյուրումներից:
- Ազգային շահերի համատեքստում *ԱՊԳ* կոնցեպտների տարածումն արտաքին տեղեկատվական դաշտում:

Միևնույն ժամանակ, *ԱՊԳ-ն,* լինելով *ՏԱ* կրիտիկական ոլորտ հանդիսացող «գաղափարախոսական տրիադայի» բաղադրիչ, իր հերթին պետք է ընկալվի որպես «կրիտիկական ենթակառուցվածք», քանի որ իրականացնում է ազգային ինքնության և արժեքային համակարգի զարգացման ու պահպանման գործառույթներ:

Սակայն, ինչպես արդեն նշել ենք, հանրության արժեքային համակարգը ստատիկ կատեգորիա չէ. այն փոփոխվում է՝ կախված պատմա-ռազմաքաղաքական, ինչպես նաև հասարակության էվոլյուցիոն կամ հեղափոխական զարգացումներից: Այսօր ցանկացած հասարակության արժեհամակարգի վրա էապես ներգործում են տեղեկատվական ինչպես նպատակաուղղված, այնպես էլ քաոտիկ տեղեկատվական հոսքերը, որոնք նկատելի չափով ձևավորում են գլոբալ հանրության մտածելակերպը, հոգեկերտվածքը և այդպիսով նաև՝ արժեքային համակարգը: Այդ իրողությունները բնորոշ են նաև Հայկական հանրությանը:

Գաղափարախոսական խնդիրները Հայկական հանրությունում. Ակնհայտ է, որ ուրույն քաղաքակրթական հատկանիշներով օժտված հայկական արժեհամակարգն այն հիմնասյուներից է, որոնց շնորհիվ պահպանվել է մեր ազգային-պատմական շարունակականությունը: Միևնույն ժամանակ, վերջին երկու հարյուրամյակում տեղի ունեցած աշխարհաքաղաքական և հեղափոխական գործընթացների հետևանքով Հայկական հանրությունը մի քանի անգամ փոխել է իր կեցության հասարակական-գաղափարախոսական միջավայրը. բավական է հիշատակել պարսկական տիրապետությունը, Ռուսական կայսրությունը, Առաջին, Երկրորդ և վերջապես Երրորդ հանրապետությունները: Արդյունքում՝ հանրության արժեհամակարգում կատարվել են զգալի, երբեմն՝ հակասական, բովանդակային փոխակերպումներ:

Միևնույն ժամանակ, նախորդ դարի 20-30-ական թվականների Երկրորդ հանրապետության հանրությանը պարտադրված կոմունիստական հիմնադրույթները նկատելիորեն փոխակերպվեցին և որքան հնարավոր է համատեղվեցին ազգային արժեհամակարգին հատուկ պատկերացումների հետ: Սակայն ներկայում դրանց մի զգալի մասը հակասության մեջ է գտնվում մեր իրողություններում նկատելի վուլգարացված և պարզունակացված ազատական գաղափարախոսության դրույթների հետ:

Նկատենք, որ հանրության արժեհամակարգի ուսումնասիրությունը համարվում է հրատապ խնդիր: Այդ համատեքստում միջազգային որոշ կազմակերպություններ լայնածավալ հետազոտություններ են իրականացնում ողջ աշխարհում: Օրինակ, Աշխարհի արժեքների ուսումնասիրություն (*World Values Survey*)[31] կազմակերպության իրագործած ուսումնասիրությունների համաձայն՝ ՀՀ բնակչությունը գտնվում է Հարավային Ասիայի և հետխորհրդային երկրների մշակութային տիրույթում, որտեղ գերակայում են ավանդական և զոյապահպանական տիպի արժեքները: Եվ այնուամենայնիվ, պետք է փաստել, որ Հայաստանի և Սփյուռքի բնակչության արժեհամակարգի վերաբերյալ պատկերացումները փոքր-ինչ ընդհանրական-զգացական բնույթ են կրում և միշտ չեն գիտականորեն հիմնավորված:

[31] Տե՛ս worldvaluessurvey.org

Մեկ անգամ ևս շեշտենք, որ *ԱԳՊ* և քաղաքականության առնչությունների սերտացումն ու դրանք կիրառական հարթություն փոխադրելն անհնար է պատկերացնել առանց համապատասխան տեղեկատվական քաղաքականության, և սա վերաբերում է ոչ միայն արժեհամակարգի հետ կապված խնդիրներին: Մասնավորապես, եթե *ՏԱ* տեսանկյունից դիտարկենք, թե ինչպես է լուսաբանվում հայրենական տեղեկատվական տարածքում մեր պատմության խորհրդային շրջանը, ապա կհամոզվենք, որ այստեղ առկա են հիմնախնդիրներ, որոնք կապված են տեղեկատվական անվտանգության հենասյուներից մեկի՝ պատմական հիշողության պահպանման հետ: Մինչդեռ այն հանրությունները, որոնք կորցնում են պատմական հենքը, առավել ենթակա են տեղեկատվա–հոգեբանական ազդեցություններին, և այս առիթով տեղին է հիշել չինական ասացվածքը, թե «պատմությունը մոռանալը դավաճանություն է»:

Տեղեկատվական տարածքում Երկրորդ հանրապետությանը վերաբերող մոտեցումները հիմնականում կրում են «ողբերգական» կամ «հեգնական» երանգ և հիշեցնում են բոլշևիկյան ոճը, երբ պախարակվում էր այն ամենը, ինչ կապված էր Առաջին հանրապետության հետ: Թերևս, ճիշտ էր փիլիսոփա Կառլ Շմիդտը, երբ պնդում էր, թե «Մարքսիստական և ազատական գաղափարախոսական/տնտեսական դիվականացման (դեմոնիզմի) փիլիսոփայական պարադիգմերը նույնն են»:

Մինչդեռ Երկրորդ հանրապետության գնահատականի հարցում նման մոտեցումն օբյեկտիվ պատմության խեղաթյուրում է, քանի որ, ողբերգական իրողություններից բացի, այդ ժամանակահատվածում ստեղծվել է հզոր գիտատեխնոլոգիական-արդյունաբերական համակարգ, իսկ ժողովրդագրական աճի պայմաններում ձևավորվել է բարձր կրթական և բարոյական ցենզ ունեցող ստեղծագործ հանրություն:

Պետք է, թերևս, հստակ գիտակցել, որ ցանկացած երկրի պատմություն ոչ միայն նրա քաղաքական վարչակարգի, այլև, առաջին հերթին, այդ երկրի հասարակության և ժողովրդի պատմությունն է: Այդ համատեքստում մենք պարտավոր ենք արձանագրել, որ հայաստանյան հանրությունն ավելի քան արժանապատիվ կերպով է տարել իրեն բաժին հասած քաղաքական-ռազմական և հեղափոխական փորձությունները: Խոր-

հրդային շրջանի ականավոր այլախոհ մտավորական Բորիս Կագարլիցկին, որն, ի դեպ, անցել է *«ԳՈՒԼԱԳ»-ի* բովով, բավական դիպուկ է նկատել, որ խորհրդային պատմության թերագնահատումն առաջին հերթին դավաճանություն է խորհրդային համակարգի զոհերի հանդեպ:

Մենք խնդիր չենք դնում իդեալականացնել մեր ոչ վաղ անցյալը, ինչպես և չի կարելի իդեալականացնել կամ դիվականացնել ցանկացած պատմական դարաշրջան: Միևնույն ժամանակ, պետք է ամրագրել, որ Առաջին հանրապետությունը Երկրորդ հանրապետության, իսկ վերջինս էլ՝ Երրորդ հանրապետության հենքն է, և այս շարունակականությունը պետք է համապատասխան կերպով մեկնաբանվի ու լուսաբանվի:

***

Ինչպես հետևում է այս գլխում ներկայացված նյութերից, այս կամ այն հանրության տեղեկատվական անվտանգությունն էապես կախված է առկա տեղեկատվական դաշտի բովանդակությունից: Վերջինս հիմնականում ձևավորում են, կիրառելով բազմաբնույթ մեթոդներ, զանգվածային լրատվամիջոցները: Իրենց հերթին լրատվամիջոցները ենթարկվում են որոշակի օրինաչափությունների, և նրանց գործունեությունն էապես պայմանավորվում է ինչպես հանրությունում գերակայող քաղաքական դոկտրիններով, այնպես էլ քաղաքակրթական ավանդույթներով: ԶԼՄ գործունեությանը վերաբերող տեսական մոտեցումները, նրանց կողմից օգտագործվող միջոցները, ինչպես նաև ԶԼՄ-ից ստացված տեղեկատվության վերլուծման մեթոդները և լրատվամիջոցների հետ կապված իրավական խնդիրները կներկայացվեն հաջորդ գլխում:

Օգտագործված գրականություն

1. *Тойнби А.Дж.,* Цивилизация перед судом истории, Сборник, М., Айрис Пресс, 2003, 592с.
2. *Арутюнян Г.,* Распад «системы» и формирование будущего, НОФ «Нораванк», Ереван, 2011.
3. *Հարությունյան Գ.,* ՀՀ տեղեկատվական համակարգի զարգացման հիմնախնդիրները ազգային անվտանգության համատեքստում, Եր., «Նորավանք» ԳԿՀ, 2003:
4. *Հարությունյան Գ.,* Ինտերնետ կառույցները հետժողովրդավարության և տեղեկատվական անվտանգության համատեքստում, «21-րդ ԴԱՐ», # 5 (33), էջ 5, 2010:
5. *О некоторых проблемах информационной безопасности (составитель и главный редактор Арутюнян Г.А.), Ер., НОФ «Нораванк», 2009.*
6. Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը (հեղինակային խմբի համաղեկավարներ Գագիկ Հարությունյան և Հայկ Քոթանջյան), Եր., «Նորավանք» ԳԿՀ, 2009, 114 էջ:
7. *Հարությունյան Գ.,* Հայագիտության ազգային ռազմավարության որոշ դրույթներ, «Գլորուս», #1(9), էջ 3, 2007:
8. *Thomas P. Rona,* “Weapon Systems and Information War”, Boeing Aerospace Co.,Seattle, WA, 1976.
9. *Libicki M.C.* What is Information Warfare?.-Washington, National defense univ.. 1995.
10. *Гриняев С.Н.,* «Поле битвы – киберпространство», Минск, «Харвест», 2004.
11. *Панарин И., Панарина Л.,* Информационная война и мир, М., ОЛМА-ПРЕСС, 2003.
12. *Прокофьев В.Ф.,* Проблема психотронного оружия и психотронной войны, http://csef.ru/ru/oborona-i-bezopasnost/348/1965.
13. *Расторгуев С.П.,* Информационная война, М., “Радио и связь”, 1999. 221 с.
14. *Лайнбарджер П.,* Психологическая война, М., Центрполиграф, 2013.
15. *Итоги Второй Мировой Войны (сборник статей*), М., Изд-во Иностранной литературы, 1957.
16. *Шреер Ф., «*Трансформирование разведывательных служб», Женевский центр демократического контроля над вооруженными силами, 2014.

17. *Arquilla J ., Rontfeldt D.,* The Emergence of Noopolitk: Toward an American Information Strategy, RAND Corporation, 1999, http:/www.washprofile.org/en/node/943.
18. *Kevin D. Admiral,* Effects-Based Operations: Enhancing Operational Art and Design in the 21st Century. Norfolk, VA: National Defense University, Joint Forces Staff College, 2005. 29 may 2009. http://handle.dtic.mil/100.2/ADA436609
19. *Nye J.S., Jr.,* Soft power. The means to success in world politics, New York, 2004.
20. *Фукуяма Ф.,* Наше постчеловеческое будущее: Последствия биотехнологической революции, М., Изд-во АСТ, 2008.
21. *Крауч К.,* Постдемократия, Государственный университет – Высшая школа экономики, Москва, 2010.
22. *Гундарева Л.,* Как готовят цветные революции, НВО, #19 (902), 2016.
23. *Нарочницкая Н.А.,* Оранжевые сети. От Белграда до Бишкека, М., Изд-во: СПб., 2008.
24. *Кагарлицкий Б.,* Политология революции, М., Алгоритм, 2007.
25. *Кара-Мурза С.,* Манипуляция сознанием, М., Алгоритм, 2000.
26. *Кара-Мурза С., Смирнов С.,* Манипуляция сознанием - 2, М., Эксмо, Алгоритм, 2009.
27. *Арутюнян Г., Гриняев С.,* «Захвати Уолл-стрит», «21-й ВЕК», # 1 (21), с. 5, 2012.
28. *Հարությունյան Գ.,* Բազմաբևեռ իրողությունները Մերձավոր Արևելքում և ցեղասպանությունը «վազող տողի» ռեժիմով, «21-րդ ԴԱՐ», թիվ 4 (50), էջ 5, 2013:
29. *Арутюнян Г.*, Рост экстремизма и фактор «интеллектуального паритета», 21-й Век, # 3(35), с. 5, 2015.
30. «Ближний Восток, Арабское пробуждение и Россия: что дальше?». Сборник статей (Ответственные редакторы - В.В. Наумкин, В.В. Попов, В.А. Кузнецов), ИВ РАН; Факультет мировой политики и ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова, М., ИВ РАН, 2012.
31. *Ryder N.,* The financial war on terrorism, New York, 2015.
32. *Куликов В.,* США и наркотики, http://ru.journal-neo.org-/2015/05/10/devil-s-weed-is-getting-legal-in-the-us/.
33. *Люлько Л.,* Как США посадили Россию на героин, http://top-war.ru/36131-kak-ssha-posadili-rossiyu-na-geroin.html

34. *Павловский Г.,* Интернет есть, счастья нет, Эксперт, # 30-31(715), с. 15, 2010.
35. *Берд А., Зондерквист Ян.,* Netokratia. Новая правящая элита и жизнь после капитализма, Стокгольмская школа экономики, СПб, 2005.
36. *Быстрицкий А.,* «Возрождение вида: «Гражданская журналистика против «профессиональной»: кто и как влияет на самосознание общества», Власть, # 19(1124), с. 26, 2015.
37. *Валлерстайн И., Коллинз Р., Манн М., Дерлугьян Г., Калхун К.*, Есть ли будущее у капитализма?, М., Изд-во Института Гайдара, 2015.
38. *Вахинский О.,* Homo economicus должен умереть, Эксперт, #17-18, с. 56, 2009.
39. *Почепцов Г.Г.,* Психологические войны, «Рефл-бук», «Ваклер», 2000.
40. *Почепцов Г.Г.,* Информационные войны, «Рефл-бук», «Ваклер», 2001.
41. *Տեր–Հարությունյան Գ.,* Բազմազաղափարախոսական հանրությունների ձևավորումը, Հանրապետական, #11, էջ 1, 2008:
42. *Титаренко М.П.,* Древнекитайский философ Мо – Ди, его школа и учение, Изд-во “Наука”, М., 1985.
43. *Шварц Е.,* Иранский парадокс. Станет ли Исламская Республика сильным игроком XXI века?, Политический класс, #52, 2009.

ԳԼՈՒԽ 4.

ԶԼՄ. ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐ

Ինչպես արդեն նշել ենք նախորդ գլուխներում, լրատվական միջոցների որակական փոփոխությունները հանդիսացել են տեղեկատվական հեղափոխությունների անբաժան մասը: Այսօր, համացանցի և սոցիալական մեդիայի ժամանակաշրջանում, ԶԼՄ-ի (որոնց անվանում են նաև *մեդիա*[1]) դերակատարումը գլոբալ հարթությունում սկզբունքորեն աճել է: Ավելին, որոշ հետազոտողներ գտնում են, որ զանգվածային լրատվամիջոցներն արդի հասարակությունների կառավարման հիմնական միջոցներից են, և դա առաջացրել է այսօր հաճախ հիշատակվող *մեդիակրատիա* (մեդիահիշխանություն) հասկացությունը: Նման իրողություններում պատահական չէ, որ ԶԼՄ խնդիրներին են ուղղված բազմաթիվ հիմնարար և կիրառական հետազոտություններ, որոնցում համալիր ուսումնասիրվում ու քննարկվում են լրատվամիջոցների գործունեությանը բնորոշ օրինաչափությունները, որոնք համառոտ կդիտարկվեն այս գլխում:

4.1. ԶԼՄ և զանգվածային հաղորդակցության միջոցների (ԶՀՄ) գործառնական առանձնահատկությունները

ԶԼՄ առաջացման և գործառման հիմնախնդիրներն ուսումնասիրվում են ամենատարբեր տեսանկյուններից՝ տեղեկատվական անվտանգության, ժուռնալիստիկայի, քաղաքագիտության, սոցիալ-հոգեբանության և այլն: ԶԼՄ՝ որպես քննարկման բազմակողմանի օբյեկտի, միջառարկայական լինելը պայմանավորված է հիմնականում 3 հանգամանքով.

1. Զանգվածային լրատվամիջոցները զանգվածային երևույթ են՝ իրենց ազդեցությամբ ենթադրում են լայն և բազմազան լսարան, որում ներառված են գրեթե բոլոր սոցիալական խմբերի, տարիքի, կրթության և հոգեբանության, զանազան քաղաքական կողմնորոշումներ ու արժեհամակարգեր ունեցող մարդիկ: Բացի այդ,

[1] Անգլերեն *media* կամ *massmedia* եզրը թարգմանվում է որպես տեղեկատվական միջոցների ամբողջություն:

զանգվածային վարքն ու հոգեբանությունը տարբերվում են անհատական մոտեցումներից, անձնական կարծիքից, վարքային կողմնորոշումներից, ինչի հաշվարկումը ևս ԶԼՄ-ի կողմից իրականացվող ներազդման արդյունավետության նախապայմաններից է: Հանրային կարծիքի վրա ներազդման, զանգվածային վարքի կառավարման գործառույթը ԶԼՄ-ին հաղորդել է կառավարման մարմնի, այն է՝ իշխանության պետական համակարգին հաջորդող սոցիալական ինստիտուտի՝ «Չորրորդ իշխանության» կարգավիճակ: Նման կարգավիճակը կարծես թե պարտավորեցնում է ԶԼՄ-ին ծառայել հանրության շահերին, նպաստել հանրային բարեկեցությանն ու պաշտպանվածությանը: Սակայն, ինչպես տարբեր քաղաքական վարչակարգերի պայմաններում իշխանության ավանդական ճյուղերի գործառումը միշտ չէ, որ նպաստում է հանրային շահին, այնպես էլ ԶԼՄ գործառումը տարբեր պետություններում տեղեկատվական պատերազմների համատեքստում կարող է ստորադասված լինել նաև այլ երկրների աշխարհաքաղաքական շահերին: Ի լրումն, արդի ժամանակաշրջանին բնորոշ «բազմակենտրոն» աշխարհակարգը հնարավոր է դարձրել ԶԼՄ մի հատվածին սպասարկել տնտեսական, հասարակական և այլ խոշոր անդրազգային կազմակերպությունների կորպորատիվ շահերը, որոնք կարող են չհամընկնել պետական և հանրային շահերի վերաբերյալ պատկերացումներին:

2. Զանգվածային լրատվամիջոցները գործ ունեն լրատվության, այն է՝ տեղեկատվության հետ: Տեղեկատվությունը բոլոր ժամանակներում համարվել է ներուժ և հնարավորություն՝ զարգացնելու հասարակությունը: Անշուշտ, ինչպես ցանկացած գիտելիք, այնպես էլ ԶԼՄ-ի կողմից տարածվող տեղեկատվությունը կարող է ինչպես օգնել, օրինակ՝ ապահովելով անհրաժեշտ տեղեկատվություն ստեղծված իրավիճակի մասին և նպաստելով այդ իրավիճակում ադեկվատ կողմնորոշվելուն, այնպես էլ վնասել՝ ապակողմնորոշելով, խուճապի մատնելով, հրահրելով վարքի հակասոցիալական դրսևորումներ և այլն: Այլ խոսքերով՝ ԶԼՄ-ի կողմից մատուցվող լրատվությունն ու տեղեկատվական ներազդումը կարող են հասարակության համար ապահովել ինչպես համակեցություն ու զարգացում, այնպես էլ հրահրել հակամարտություններ և բռնություններ:

3. ԶԼՄ-ն զանգվածային լրատվության, տեղեկատվական ազդեցության միջոց են և ստեղծված են միջնորդելու իրականության և լսարանի միջև կապը: Ինչպես ցանկացած այլ միջոց, գործիք, ԶԼՄ-ն ունեն գործելու ռազմավարություններ և մարտավարություններ, ներազդման գործիքաշար, սկզբունքներ և այդ սկզբունքներից բացառություններ: Բնականաբար, զանգվածային կարծիքի, ընկալումների և վարքի վրա ներազդելու գործընթացն ուղեկցվում է այնպիսի հնարքների օգտագործմամբ, որոնք կոչված են նպաստելու այդ ներազդման արդյունավետությանը: Սակայն միշտ չէ, որ լսարանը պատրաստ կլիներ գիտակցաբար ենթարկվել նման ազդեցությանը: Ուստի, ԶԼՄ-ի կողմից կիրառվող ներազդման տեխնոլոգիաները հաճախ անվանվում են մանիպուլյատիվ, այն է՝ հանրային կարծիքը, վախերն ու կարծրատիպերը շահագործող, խաղարկող, դրանց օգտագործմամբ սեփական ներազդման նպատակները հետապնդող: Այլ խոսքերով, հանրային կարծիքի և վարքի կառավարման կարողությունը ԶԼՄ-ին հաղորդում է իշխանության կամ մեկ այլ քաղաքական-հասարակական կամ տնտեսական ուժի ճյուղի գործառույթը, որից էլ, ելնելով տվյալ ուժի նպատակներից, բխում են ԶԼՄ-ի կողմից կիրառվող ներազդման հնարքները:

Այս ամենի հետ մեկտեղ, անհրաժեշտ է տարբերակել ԶԼՄ-ն և զանգվածային հաղորդակցության միջոցները՝ ԶՀՄ-ն: Այս եզրի տակ պետք է հասկանալ հանրային հաղորդակցության իրականացման տեխնիկական միջոցները, օրինակ՝ բջջային հեռախոսները, համակարգիչները համացանցով և այլն: ԶԼՄ հասկացությունը շատ ավելի լայն է և ներառում է տեղեկատվությունը, իսկ հաղորդակցման դեպքում՝ հաղորդագրությունը (*message*):

Համաձայն տեղեկատվական ոլորտի դասական Մարշալ ՄքԼուհանի՝ «Հաղորդագրությունն է մեդիան» թեզը բնութագրում է հասարակության և իրականության միջև կապի միջնորդավորվածությունը ԶԼՄ աշխարհում, ինչը, փաստորեն, ստեղծում է երկրորդ, երրորդ և բազում այլ զուգահեռ «իրականությունների» հավանականություն: Ինչպես ցանկացած միջնորդավորված հարաբերություն, մեդիա-աշխարհում միջնորդը

կարող է չարաշահել իր՝ իրականության և դրա վերաբերյալ հասցեատիրոջ միջև կապի ապահովման գործառույթը՝ ապահովելով իր մշտական առկայությունը մեր կյանքում ժամանակի պլանավորման հարցում, մեր մտածողության մեջ: Արդի լրատվամիջոցները փոխակերպում են մեզ շրջապատող աշխարհի իրական պատկերը՝ ելնելով տեխնիկական հնարավորություններից, հասարակության պահանջարկի վերաբերյալ սեփական պատկերացումներից, պատվիրատուի պահանջներից և բազմաթիվ այլ շահերից:

Զևական իմաստով տեղեկատվության՝ իրականությանն առավելապես մոտ լինելու տեսանկյունից, ամենահամարժեքը անմիջական կապն է տեղեկատվության աղբյուրի և տեղեկատվության հասցեատիրոջ՝ ստացողի միջև: Նման ուղղակի կապ կարող է ապահովվել մարդու անձնական փորձի և գիտելիքների, այս կամ այն փաստի հետ իր ուղղակի առնչության միջոցով: Քաղաքական հաղորդակցության դեպքում դա, օրինակ, ուղղակի շփումն է ընտրողների և ընտրություններին առաջադրված թեկնածուների միջև, թեկնածուների ուղիղ ելույթը հրապարակում՝ ընտրողների առջև: Նման ուղղակի շփումներն ու անձի՝ սեփական կարողությունների միջոցով աշխարհը ճանաչելու մշակույթը ժամանակի և տեխնոլոգիաների զարգացման ընթացքում փոխարինվել են միջնորդավորված հարաբերություններով, ինչն ունի և՛ օբյեկտիվ, և՛ սուբյեկտիվ պատճառներ:

Ժամանակակից ճանաչողության և հաղորդակցման միջնորդավորվածությունն օբյեկտիվորեն պայմանավորված է մարդու՝ ամբողջը ճանաչելու և յուրացնելու անկարողությամբ, որն, ըստ էության, անսպառ է և մշտապես փոփոխվող: Մարդու զգայարաններն ունակ չեն ապահովելու ողջ իրականության յուրացումը ոչ միայն իր ծավալով, այլև իր համարժեքությամբ: Մեր զգայարանների միջոցով իրականության յուրացումը բավական սուբյեկտիվ է և, արդեն իսկ, միջնորդավորված:

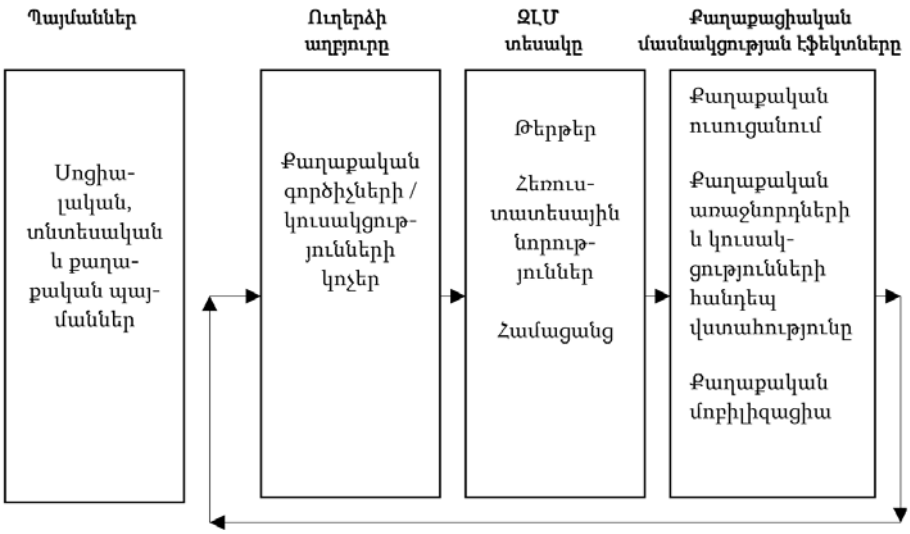
Բացի այդ, ուղղակի և անմիջական շփումն արդեն իսկ ունի շահագրգիռ, այն է՝ մեր շահերից կախյալ, դրանցով պայմանավորված բնույթ: Ոմանք նախընտրում են չնկատել այն, ինչն ըստ իրենց բացասական է և տհաճ, այլք տրամադրված են հոռետեսորեն և չեն հավատում դրական տեղեկատվությանը: Մարդու կենսափորձն ու կարծրատիպային ընկալումները նույնպես

սահմանափակում են և ուղղորդում իր՝ նոր տեղեկատվության ընկալման գործընթացը, որը կարող է ուղեկցվել իր նախապատվություններին, շարժառիթներին ու նախապաշարմունքներին հակասող տեղեկատվության՝ ի սկզբանե չընդունմամբ, առանց ստուգելու դրա արժանահավատությունն ու կարևորությունը: Մարդկանց նախասիրությունները ստեղծում են իրականության ընկալման և իրականության, այդ թվում այլ մարդկանց հետ հաղորդակցման յուրահատուկ մի ֆիլտր, որը զտում է միջավայրից եկող ազդանշաններն ու թույլ տալիս միայն այն ազդանշանների մուտքը, որոնք համապատասխանում են մարդու կողմից մինչ այդ ձևավորված արժեհամակարգին, սկզբունքներին:

Մարդու կողմից իրականության սահմանափակ ճանաչողությունն ու միջավայրի հետ հաղորդակցումն էլ ավելի են կողմնակալ դառնում ԶԼՄ միջնորդությամբ: Իհարկե, ԶԼՄ-ի շնորհիվ մարդու ճանաչողական դաշտն անհամեմատ ավելի լայն և ընդգրկուն է դառնում: ԶԼՄ և ԶՀՄ օգնությամբ հաղթահարվում են տարածական և ժամանակային սահմաններն ու սահմանափակումները. հնարավոր է դառնում ճանաչել անցյալի և անգամ ապագայի իրադարձությունները, կերպարներին, անուղղակի մասնակցել այլ աշխարհագրական տարածքներում տեղի ունեցող գործընթացներին:

Սակայն, մյուս կողմից, ունենալով նման գրեթե մենաշնորհային կարողություն՝ ԶԼՄ-ն չեն կարող չօգտվել նման հնարավորությունից՝ իրականացնելու հասարակությունների կառավարման սեփական ռազմավարությունները, ձևավորելու իրենց կողմից կառավարելի տրամադրություններ, պատկերացումներ և վարքաձևեր: Պ.Նորիսը նկարագրում է ԶԼՄ միջնորդավորող դերը քաղաքական ուժերի և զանգվածային վարքի ու տրամադրությունների միջև հետևյալ սխեմայով (տե՛ս *Նկ. 4.1)* [1]:

Գծապատկերից երևում է, որ ԶԼՄ-ն կարող են հանդես գալ քաղաքական գործիչների և կազմակերպությունների հետ միասնաբար՝ հասարակական կարծիքի և վարքի վրա համատեղ ուժերով ներազդելով, ինչպես նաև ինքնուրույն. այս դեպքում ԶԼՄ-ից էապես կախված է բնակչության կողմից քաղաքական այս կամ այն ուժի ընկալման և համապատասխան արձագանքի բնույթը: Նույն կերպ լրատվամիջոցները կարող են ներկայացնել ցան-



Նկ. 4.1

կացած այլ երևույթի կամ իրադարձության մասին տեղեկատվությունը՝ նպատակ ունենալով բնակչության այս կամ այն տիպի արձագանքի խթանումը: Այսպիսով, ԶԼՄ-ից են էապես կախված բնակչության՝ անմիջական և համընդհանուր իրականության մասին տեղեկացվածության մակարդակը, որակը, բնույթը, իրազեկման որակից՝ որոշումների ընդունման համապատասխանությունը, արդյունքում՝ անձի և հասարակության տեղեկատվական անվտանգությունը:

4.2 Ֆրեյմավորման (շրջանակավորման) հայեցակարգը ԶԼՄ արդի տեսությունների և տեխնոլոգիաների համակարգում

Ֆրեյմավորում (*Framing*) կամ շրջանակավորում տեսության հիմնական իմաստը կարելի է արտահայտել հետևյալ կերպ. «Իրականությունն այն չէ, ինչի մասին խոսում ես, այլ այն, թե ինչպես ես խոսում» [2, էջ 9]: Այլ խոսքերով՝ իրականության մասին պատկերացումների ձևավորումն էապես կախված է մատուցման եղանակներից: Ֆրեյմավորման գաղափարը քաղաքական և, հատկապես, նախընտրական տեխնոլոգիաներում ինքնաբուխ չի ստեղծվել. այն հիմնականում հենված է սոցիոլոգիական տեսությունների վրա: Ինչ վերաբերում է քաղաքական հաղորդակցություններին, ապա ֆրեյմավորման գաղափարը շրջանառության մեջ դնելը վերագրվում է Ֆրանկ Լունտցին և Ջորջ Լակոֆին:

Շրջանակավորումը սահմանվում է որպես մի գործընթաց, որում «հաղորդակցության աղբյուրը ստեղծում և սահմանում է իր լսարանի համար սոցիալական կամ քաղաքական որևէ հիմնախնդիր» [3]:

Հաղորդակցությունների ոլորտի հայտնի մասնագետներ Դ.Շոյֆելեն և Դ.Տևկսբերին շրջանակավորումը համարում են քաղաքական հաղորդակցությունների մոդելներից մեկը՝ նշելով. «Շրջանակավորումը և՛ մակրո-, և՛ միկրոմակարդակի կառույց է» [4]: Որպես մակրոկառույց՝ «շրջանակավորում» հասկացությունը վերաբերում է տեղեկատվության մատուցման եղանակներին, որոնք լրագրողներն ու հաղորդակցությունների այլ մասնագետներն օգտագործում են՝ մատուցելով տեղեկատվությունն այնպես, որպեսզի այն իրենց լսարանի կողմից անպայման ստանա արձագանք՝ օգտագործելով լսարանի ընկալման սխեմաները [5]: Սա, իհարկե, չի նշանակում, թե լրագրողների մեծ մասը փորձում է ամեն գնով ստանալ լսարանի անհրաժեշտ արձագանքը՝ հորինելով իրականության մասին պատմություններ: Իրականում նրանց համար ֆրեյմավորումը մատուցվող խնդիրը պարզեցնելու անհրաժեշտ գործիք է՝ ելնելով ցանկացած ԶԼՄ գործունեության հետ կապված սահմանափակումներից, օրինակ՝ լրատվական թողարկումների համար հատկացվող եթերային կարճ ժամանակից կամ ուղիղ եթերից [6]: Այլ խոսքով՝ «շրջանակները» հարաբերականորեն բարդ և բազմաշերտ հիմնախնդիրների մատուցման կարևոր գործիքներ են, որոնց շնորհիվ այդ հիմնախնդիրները մատչելի են դառնում սովորական լսարանի համար, քանի որ համահունչ են վերջինիս ընկալողականությանը: Եվ որպես միկրոկառույց՝ շրջանակավորումը նկարագրում է այն, թե ինչպես են կիրառում հիմնախնդիրների մասին տեղեկատվության մատուցման եղանակները՝ աշխատելով տպավորիչ լինել» [2, էջ 12]:

Զանգվածային տեղեկատվության ֆրեյմավորման վրա ազդող գործոններից կարելի է առանձնացնել հետևյալները [7, էջ 564-565].

1. ***Սոցիալական նորմերն ու մշակութային արժեքները.*** Զանգվածային հաղորդակցության իրականացման ընթացքում լրատվական և այլ միջոցները մատուցում ու մեկնաբանում են իրականությունը՝ ելնելով հասարակության մեջ ընդունված վարքականոններից, սովորույթներից, ազգային արժեքների և

ավանդույթների մասին պատկերացումներից: Այդ արժեքներին և ավանդույթներին չհամապատասխանող և հակասող սոցիալական փաստերը կա՛մ տեղ չեն գտնում եթերում, կա՛մ էլ մատուցվում են համապատասխան մեկնաբանմամբ: Սոցիալական մշակույթի և արժեքների պայմանավորմամբ զանգվածային հաղորդակցությունը հատկապես բնութագրական պետք է լինի պետական ԶԼՄ-ի համար, որոնց նպատակներից է՝ հասարակությունում քարոզել հայրենասիրության, միասնականության, խաղաղության և ազատության բարձր արժեքներ և դրանով իսկ նպաստել հասարակության և պետության զարգացմանը:

2. ***Կազմակերպական բնույթի սահմանափակումներն ու ճնշումները.*** Յուրաքանչյուր լրատվական կազմակերպություն՝ հեռուստաընկերություն, ռադիո, մամուլ և այլն, ունի իր ներքին «խոհանոցը», այն է՝ թեմատիկ ուղղվածությունը և ժանրը, տեղեկատվության մատուցման իր սկզբունքները, նախասիրությունները և թիրախային լսարանը: Այսպես, ԶԼՄ-ն կարող են. շրջանակավորել (սահմանափակել և ուղղորդել) իրենց հաղորդումներն ըստ քաղաքական, մշակութային և այլ ուղղությունների, համապատասխանեցնել տեղեկատվության մատուցման եղանակները թիրախային լսարանների պահանջներին: Բացի տեղեկատվության մատուցման մասնագիտական բնույթի սահմանափակումներից, զանգվածային հաղորդակցության ֆրեյմավորման վրա էական ազդեցություն ունեն ԶԼՄ ֆինանսական խնդիրները: Լրատվամիջոցների մի մասը պատկանում է քաղաքական կամ գործարար վերնախավի ներկայացուցիչներին, որոնք իրականացնում են իրենց շահերից բխող գործունեություն: ԶԼՄ-ն օրենքով սահմանված կարգով կարող են իրականացնել քաղաքական քարոզչություն, տնտեսական գովազդ, եթերի ժամանակի կամ մամուլի ծավալի զգալի մասը հատկացնել սեփականատիրոջ կամ ֆինանսավորողի քաղաքական գործունեության և նպատակների լուսաբանմանը:

3. ***Սոցիալական տարբեր խմբերի (շահերի խմբերի) ճնշումներ.*** Նպատակային լսարանների իրավունքների և էթիկական նորմերի խախտումը ԶԼՄ-ի կողմից մատուցվող տեղեկատվության բովանդակության և մատուցման ձևի տեսան-

կյունից պարբերաբար հարուցում է նրանց հանդեպ հասարակության բողոքը: Օրինակ, մանկական եթերում բռնության դեպքերի ակնհայտ ցուցադրումը, քրեական ենթամշակույթի քարոզումը, կրթական հաղորդումների սակավությունը, տարբեր տիպի խտրականությունների սերմանումը կարող են ծնողական կազմակերպությունների, մանկավարժների և շահագրգիռ այլ կողմերի բողոքներ հրահրել, ինչը կարող է անգամ կասեցնել տվյալ լրատվական միջոցի գործունեությունը: Համապատասխանաբար, մասնագիտորեն աշխատող ԶԼՄ-ն, հաշվի առնելով թիրախային լսարանների առանձնահատկություններն ու կարիքները, կիրառում են իրականության մասին տեղեկատվության ֆրեյմավորման համարժեք մոտեցումներն ու եղանակները, որոնք սահմանափակում են եթերն անցանկալի տարրերից:

4. ***Լրագրողական գործունեության, այդ թվում լրատվության մատուցման մասնագիտական ձևաչափեր.*** ԶԼՄ գործունեությունը կանոնակարգված բնույթ է կրում և իրականացվում է հստակ ձևաչափերով, որոնք պայմանավորում են մատուցվող տեղեկատվության շրջանակավորումը՝ տեղադրումն այդ ձևաչափերում և համապատասխան մատուցումը թիրախային լսարաններին: Մասնագետներն առանձնացնում են *դրվագային շրջանակավորում,* երբ հիմնախնդրի մասին տեղեկատվությունը մատուցվում է որևէ իրադարձության, միջոցառման ժամանակ, կապակցվում կոնկրետ դեպքի հետ: *Թեմատիկ շրջանակավորումը* հիմնախնդրի մասին տեղեկատվությունը մատուցում է լայն և ավելի վերացական սոցիալական համատեքստում: Դա ենթադրում է ավելի մեծ նախապատրաստական և բովանդակային աշխատանք, պահանջում է լուսաբանվող հիմնախնդրի վերաբերյալ իրականացնել որոշակի ուսումնասիրություն: Հաշվի առնելով լրագրողների ժամանակի սահմանափակությունը՝ նրանց կողմից ավելի հաճախ կիրառվում է դրվագային, քան թեմատիկ շրջանակավորումը: Ի լրումն, դրվագային շրջանակավորումը, կապված լինելով կյանքից վերցված պատմությունների հետ, սովորաբար ավելի է գրավում հանրությանը և այդ պատճառով նույնպես նախընտրելի է լրագրողների աշխատանքում:

5. ***Լրագրողների անհատական բնութագրիչները, սեփական անձնական և մասնագիտական մոտեցումները տեղեկատվության ֆրեյմավորման կարևորագույն գործոններից են.*** Լրագրողների անհատական մոտեցումն իրականությանը, լուսաբանվող հիմնախնդիրներին, տեղեկատվության մատուցմանը, անկախ իր՝ օբյեկտիվ լինելու վերաբերյալ այս կամ այն մոտեցումներից և փորձերից, այնուամենայնիվ, ֆրեյմավորված է և կախված բազում գործոններից, այդ թվում.
- Լրագրողի պատկերացումներից օբյեկտիվության մասին;
- Լրագրողի պատկերացումներից իր մասնագիտության և անձնական առաքելության, նպատակների և խնդիրների մասին;
- Լրագրողի պատկերացումներից համընդհանուր «խաղի կանոնների»՝ արդարության, մրցակցության, ընդունելի ու անընդունելի վարքաձևերի, մասնագիտական և մարդկային հարաբերությունների էթիկայի և այլնի մասին;
- Վերաբերմունքն իր լսարանի հանդեպ. այն դիտարկվում է իբրև անդեմ զանգվա՞ծ, թե՞ իր աշխատանքի որակի կարևորագույն գնահատող և այլն:

6. ***Քաղաքական գաղափարախոսություն, ազգային արժեքներ, իրավական նորմեր***. Լրագրողների և ԶԼՄ գործունեությունն անգամ խոսքի ազատության պաշտպանվածության պայմաններում սահմանափակվում է ազգային և տեղեկատվական անվտանգության, ինչպես նաև ազգային շահերի հետ առնչվող նկատառումներով:

Քաղաքական հաղորդակցությունների խոշոր մասնագետ Ռոբերտ Էնթմանը գտնում է, որ ֆրեյմավորումը զանգվածային բնույթ ունեցող ցանկացած քաղաքական հաղորդակցության կառուցվածքն է: Շրջանակավորումը ոչ միայն անխուսափելի է, այլև պայմանավորում է տեղեկատվական դաշտում քաղաքական իրադարձությունների մասին հաղորդագրության ձևավորման ու հասարակայնությանը դրա փոխանցման, հասարակայնության շրջանում այդ իրադարձությունների մասին համապատասխան պատկերացումների ու տրամադրությունների ձևավորման հիմնական մեխանիզմը: Համաձայն Էնթմանի. «Շրջանակավորումը կենտրոնական նշանակություն ունեցող գործընթաց է, որի միջոցով պետական պաշտոնյաներն ու լրագրողները քաղաքական բնույթի ազդեցություն

են իրականացնում ինչպես միմյանց, այնպես էլ հանրության հանդեպ»: Արդյունավետ քաղաքական հաղորդակցությունը պահանջում է իրադարձությունների, հիմնախնդիրների և մասնակիցների մասին տեղեկատվության այնպիսի ֆրեյմավորում, որը նպաստում է ոմանց համար շահավետ, այլոց համար՝ ոչ ձեռնտու ընկալումների և մեկնաբանումների ձևավորմանը: Շրջանակավորման արդյունքում իրադարձությունների կամ հիմնախնդիրների որոշակի կողմեր ներկայացվում են ընդգծված կերպով, դրանց միջև ստեղծվում են կապեր, ինչը նպաստում է կոնկրետ մեկնաբանություններին, գնահատականներին և/կամ լուծումներին [8, էջ 417]:

Փաստորեն, քաղաքական տեղեկատվահաղորդակցական գործընթացների ֆրեյմավորումը, ըստ Ռ.Էնթմանի, պետական իշխանության համակարգի կողմից պետության և հասարակության արդյունավետ կառավարման սկզբունքային խնդիրներից է: Ընդ որում՝ շրջանակավորումը պայմանավորված է իշխանության և քաղաքականության իրականացման բրգաձև կառուցվածքով, որում հիմնական ազդակներն ու տեղեկատվության մատուցման ձևն ու բովանդակությունը գլխավորապես կարգավորվում են վերևից ներքև: Նկատենք, որ պետական իշխանության և կառավարող էլիտաների կողմից քաղաքական լրատվահոսքերի՝ վերևից ներքև շրջանակավորելու միտումն առկա է ոչ միայն ոչ ժողովրդավարական, այլև ժողովրդավարական վարչակարգերի պայմաններում: Յուրաքանչյուր իշխանություն փորձում է հասարակությանն առաջարկել իրականության իր տեսանկյունը՝ դրան ծառայեցնելով հնարավոր միջոցները, այդ թվում՝ տեղեկատվական: Սակայն, եթե վերևից ներքև քաղաքական հաղորդակցությունների ֆրեյմավորման գործընթացը հատկանշական է ամբողջատիրական (տոտալիտար) վարչակարգերի համար, ապա ժողովրդավարության պայմաններում առկա է նաև հակառակը՝ ներքևից վերև իրականացվող տեղեկատվական գործընթացների տիրույթը, որոնք մշտապես վիճարկում են քաղաքական վերնախավի տեսլականն ու ֆրեյմավորումը:

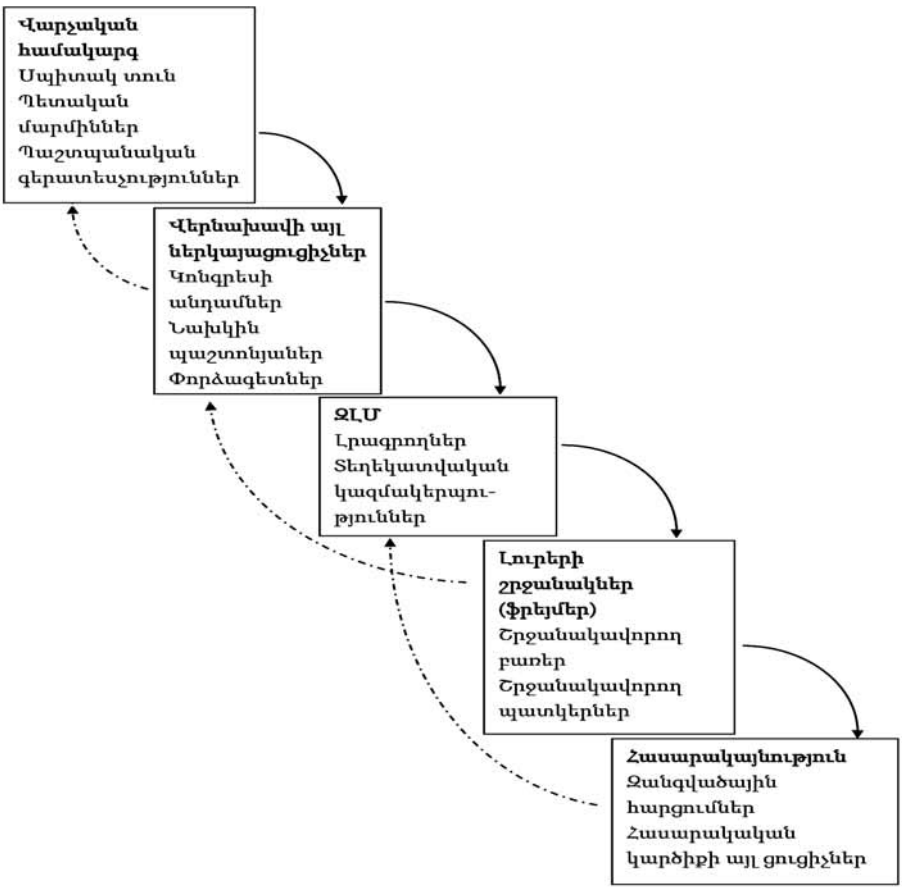
Քաղաքական տեղեկատվահաղորդակցական գործընթացների ֆրեյմավորումը ներքևից վերև, դրանով իսկ՝ պետական իշխանության մարմինների կողմից տեղեկատվության միակողմանի ֆրեյմավորման հակադարձումը Ռ.Էնթմանն անվանում է *«հակա-*

ֆրեյմավորում»: Քաղաքական տեղեկատվահաղորդակցական գործընթացների ֆրեյմավորման երկկողմանի՝ վերևից ներքև իրականացվող պաշտոնական ֆրեյմավորումն ու ներքևից վերև եկող, պաշտոնական հաղորդակցությունների հետ մրցակցող այլընտրանքային ֆրեյմավորման համակարգը Ռ.Էնթմանն անվանում է «Ցանցերի կասկադային ակտիվացում»՝ նկատի ունենալով նմանությունը վերևից ներքև և ներքևից վերև եկող տեղեկատվական հոսքերի և կասկադներում (արհեստական ջրվեժներում) ջրի շրջապտույտի միջև: Ինչպես կասկադից թափվող ջրի, այնպես էլ վերևից ներքև իրականացվող քաղաքական տեղեկատվահաղորդակցական գործընթացների դեպքում ջուրը (տեղեկատվությունն) իջնում է ավելի հեշտ՝ գրեթե չհանդիպելով դիմադրության: Օրինակ, ԱՄՆ նախագահների կողմից հրապարակայնորեն հնչեցվող գրեթե յուրաքանչյուր խոսք և առավել ևս պաշտոնական հայտարարություն անմիջապես տարածվում են տեղեկատվական ցանցերով և արագ հասնում բոլոր սպառողներին: Ի տարբերություն՝ ներքևից վերև եկող այլընտրանքային տեղեկատվությունը, կասկադում շրջապտույտ կատարող ջրի նման, մեծ դժվարությամբ է բարձրացվում վերև (պահանջվում են պոմպեր և մեխանիզմներ), և միայն առանձին դեպքերում է հասնում մինչև տեղեկատվական ցանցի ամենավերևի հատվածները:

Քաղաքական տեղեկատվահաղորդակցական գործընթացների ֆրեյմավորման երկկողմանի՝ վերևից ներքև ու ներքևից վերև եկող, պաշտոնական ֆրեյմավորման և հակաֆրեյմավորման համակարգը («Ցանցերի կասկադային ակտիվացում» մոդելը), ըստ Ռ.Էնթմանի, ԱՄՆ-ի պարագայում ունի հետևյալ կառուցվածքը [8, էջ 419] *(տե՛ս Նկ. 4.2)*[2]:

Ներկայացված գծապատկերից կարելի է տեսնել, որ եթե քաղաքական հաղորդակցությունների և տեղեկատվական գործընթացների վրա վերևից ներքև իրականացվող ներազդումն ու ֆրեյմավորումը կրում են մշտական բնույթ և տարածվում համակարգի բոլոր տարրերի վրա, ապա, ըստ Ռ.Էնթմանի,

[2] Պետք է հաշվի առնել, որ գծապատկերում բերվում են ԱՄՆ քաղաքական տեղեկատվահաղորդակցական համակարգին հատուկ տարրերը, ինչպես, օրինակ, Սպիտակ տունը: Սակայն տվյալ մոդելը կարող է տեղայնացվել և կիրառվել ցանկացած պետության տեղեկատվահաղորդակցական համակարգում իրականացվող շրջանակավորման գործընթացների վերլուծության համար:



Նկ. 4.2.
«Ցանցերի կասկադային ակտիվացման» մոդելը

հակառակ ուղղությամբ տեղեկատվության ձևավորումն ու ձևակերպումը մշտական բնույթ չեն կրում: Նման պարագայում աշխատում է հետևյալ մեխանիզմը. փորձագետներ – քաղաքական որոշումներ ընդունող սուբյեկտներ, տեղեկատվություն – փորձագիտական հանրություն և նախկին պաշտոնյաներ, հասարակական կարծիք – ԶԼՄ: Հատկանշական է, որ հասարակական կարծիքի ուղղակի ազդեցություն պետական իշխանության մարմինների և ընդունվող որոշումների վրա չի նախատեսվում, ինչպես նաև չի նախատեսվում ԶԼՄ (լրագրողներ, տեղեկատվական կազմակերպություններ) ուղղակի ազդեցություն պետության քաղաքական վերնախավի վրա:

Սակայն Ռ.Էնթմանի վերջին դրույթների հետ կարելի է միայն մասամբ համաձայնել: Արդի պատմությանը հայտնի են բազում

դեպքեր, երբ հասարակական կարծիքի համապատասխան կազմակերպված դրսևորման արդյունքում պետությունների կառավարությունները ոչ միայն փոխել են իրենց կողմից մինչ այդ ընդունված որոշումները, այլև պաշտոնաթող են եղել: Բացի այդ, յուրաքանչյուր հանրաքվե կամ զանգվածային բողոքի դրսևորում որոշակի իմաստով հավաքական հասարակական կարծիքի ցուցադրության միջոցով իրականության մասին տեղեկատվության շրջանակավորում է, որի հիման վրա իշխանությունները պարտավոր են ադեկվատ որոշումներ ընդունել: Հակառակ դեպքում, գործելով հասարակության և սոցիալական տարբեր խմբերի կենսական պահանջմունքների մասին ներքևից եկող տեղեկատվությունից անկախ, այն շրջանցելով և արհամարհելով, իշխանությունները վաղ թե ուշ կբախվեն զանգվածային հանրային բողոքների հետ և կզրկվեն հասարակության ու պետության շահերը ներկայացնելու իրավունքից:

Ինչ վերաբերում է ԶԼՄ ուղղակի ազդեցությանը պետության քաղաքական վերնախավի վրա՝ քաղաքական հաղորդակցությունների իրականացման ձևի և բովանդակության վերաձևակերպման նպատակով, ապա այստեղ նույնպես կարելի է միայն մասամբ համաձայնել Ռ.Էնթմանի կառուցած մոդելի հետ, որում այդ ազդեցությունը ներքևից վերև բացակայում է: Ըստ տվյալ մոդելի՝ ԶԼՄ-ն առհասարակ չունեն ուղիղ վերընթաց ազդեցության հնարավորություն վերնախավի, փորձագետների, կառավարման օղակների վրա և հիմնականում ֆրեյմավորում են տեղեկատվությունը (առաջին հերթին՝ քաղաքական նորությունների բովանդակությունն ու մատուցման ձևերը)՝ ըստ վերևից եկող համապատասխան ձևաչափերի և հրահանգների: Չնայած այս իրավիճակի ինստիտուցիոնալացված բնույթին և մշտականությանը, այնուամենայնիվ, ԶԼՄ-ն միշտ չէ, որ հանդես են գալիս միայն ենթարկվող դերում և իրենց կողմից տեղեկատվության մատուցումը ենթարկում քաղաքական և տնտեսական վերնախավի պատվերին:

Պետք է նշել նաև, որ ընդունված է տարբերակել լրագրողների կողմից լուրերի (և առհասարակ տեղեկատվության) շրջանակավորման պասիվ իրականացումն այլ մարմինների ազդեցության հետևանքով (այդ իրողությունն անվանում են «շրջանակի փոխանցում») և լրագրողի կողմից իր իսկ նախաձեռնությամբ և մոտեցումներով կատարվող շրջանակավորումը

(«շրջանակի տեղադրում») [9, էջ 62]: Համաձայն Մ.Բրյուգեմանի, եթե լրագրողական նյութում այլ աղբյուրներից օգտագործվող տեղեկատվությունը վերցված է չակերտների մեջ և ուղեկցվում է լրագրողի սեփական մեկնաբանումներով, ապա մեծ հավանականությամբ կարելի է խոսել լրագրողի կողմից «շրջանակի տեղադրման» մասին: Մինչդեռ, լրագրողական նյութում այլ աղբյուրներից հղված տեղեկատվության գերակայությունն ու ուղղակի ներկայացումն առանց մեկնաբանման վկայում են լրագրողի սեփական ներդրման սակավության կամ բացակայության, համապատասխանաբար՝ այլոց կողմից շրջանակավորված նյութի ուղղակի փոխանցման կամ «շրջանակի փոխանցման» մասին [9, էջ 64-65]: Ամեն դեպքում, Մ.Բրյուգեմանի կարծիքով, նշված ձևերը մաքուր տեսքով երբեք առկա չեն, լրագրողն իր աշխատանքում մշտապես վերաֆրեյմավորում է առկա ընկալողական շրջանակներում ձևավորված տեղեկատվությունը կամ վերաշրջանակավորում շրջանակները:

Մ.Բրյուգեմանն առանձնացնում է երեք մակարդակ, որոնցում դրսևորվում են լրագրողի կողմից տեղեկատվության շրջանակավորման տարբեր սկզբունքներ.

1. Անհատական մակարդակ

1.1. *Լրագրողի կողմից տեղեկատվության շրջանակավորումն անհատական մակարդակում կախված է իր մասնագիտական դերի և դիրքի առանձնահատկություններից*: Հեղինակն առանձնացնում է երեք հիմնական դիրքավորում, որոնք պայմանավորում են լրագրողի տեսանկյունն իրականությանը.

- լրագրողի քիչ թե շատ ակտիվ միջամտող դերը, երբ նա հիմնականում ինքնուրույն է իրադարձությունների լուսաբանման և մեկնաբանման հարցում, և հանդես է գալիս որպես «շրջանակի տեղադրող»,
- լրագրողի դիրքը հակամարտող կողմերի միջև, մասնավորապես՝ ներքաղաքական կոնֆլիկտում, երբ նա զբաղեցնում է կա՛մ կողմերից մեկի, կա՛մ միջանկյալ օղակի տեղն ու համապատասխանաբար ֆրեյմավորում իրադարձությունները,
- լրագրողի շուկայական դիրքորոշումը, երբ նա կա՛մ շահույթ է հետապնդում, կա՛մ աշխատում հանրային շահերի համար:

1.2. *Արմատացած արժեքներ և սկզբունքներ, որոնք լրագրողին դրդում են հատուկ շեշտադրել այս կամ այն իրողությունը, հիմնախնդիրը, երևույթը:* Օրինակ, եթե լուսաբանելով բնապահպանական հարցեր, լրագրողն ինքն է բնության պահպանման ջատագովը, ապա իր կողմից նյութի ֆրեյմավորումն ավելի հավանական է, որ կմատուցվի հեղինակային մեկնաբանումներով և ընդգծվածությամբ, ու այլ սուբյեկտների կողմից կատարված ֆրեյմավորման ուղղակի փոխանցում («շրջանակի փոխանցում») չի լինի:

2. Կազմակերպական և մասնագիտական մակարդակ

2.1. *Խմբագրության հետ համաձայնեցման կամ հարաբերական ազատության տարբերակները:* Լրագրողները կարող են հայտնվել պայմաններում, երբ իրենցից կպահանջվի խստիվ հետևել խմբագրության ընդհանուր դիրքորոշմանը, կամ էլ հնարավորություն կստեղծվի և անգամ կխրախուսվի լինել հարաբերականորեն ինքնուրույն: Առաջին դեպքում լրագրողն իր նյութի շրջանակավորման ընթացքում հիմնականում հանդես կգա որպես այլ սուբյեկտների կողմից սահմանված չափորոշիչների կիրառողը, այն է՝ լսարանին «շրջանակների փոխանցողը»: Մինչդեռ, ճկուն սկզբունքներով կառավարվող լրատվական գործակալությունում հարաբերականորեն ազատ լրագրողն ավելի հավանական է, որ կկիրառի տեղեկատվության շրջանակավորման սեփական մոտեցումներն ու հանդես կգա որպես «շրջանակներ տեղադրող»:

2.2. *Մասնագիտացված լրագրություն:* Առանձին ոլորտային հիմնախնդիրների բնագավառում մասնագիտացած լրագրողների աշխատանքը ֆրեյմավորված է իրենց թեմատիկ նախասիրություններով, խորացված գիտելիքներով, նաև որոշակիորեն կարծրացած պատկերացումներով: Մասնագիտացած ոլորտում բացահայտվող հիմնախնդիրների լուսաբանման ժամանակ նյութի ֆրեյմավորումը հավանականորեն կլինի լրագրողի ինքնուրույն աշխատանքը, սեփական նախաձեռնության դրսևորումն ու անհատական ներդրումը:

3. Մակրոմակարդակի գործոններ

3.1. *Ազգային շահերի գերակայության գործոնը:* Ինչպես նշում է Մ.Բրյուգեմանը, եթե պետության հիմնական քաղաքական ուժերը

եկել են համաձայնության պետության զարգացման գերակայությունների, ազգային շահերի, դաշնակիցների, արտաքին թշնամիների և այլնի վերաբերյալ, ապա լրագրողների կողմից այդ հարցերի լուսաբանումը շրջանակավորվելու է համաձայն պետական դիրքորոշման: Անգամ հակառակը մտածող լրագրողը հավանական է, որ չի կիրառի նյութի մատուցման ծայրահեղ մոտեցումներ և հակված կլինի մնալու եթե ոչ իշխանամետ, ապա չեզոք դիրքերում՝ հավասարապես անդրադառնալով բոլոր տեսակետներին:

3.2. *Բևեռացված բազմակարծություն:* Եթե լրագրողների գործունեությունն իրականացվում է գլոբալ հիմնախնդիրների շուրջ առկա անհամաձայնությունների և պետությունների դիրքորոշումների բևեռացվածության պայմաններում, ապա լրագրողները կա՛մ ստանձնում են այդ բևեռացված դիրքորոշումների կողմնակիցը լինելու մոտեցումն ու համապատասխանորեն ֆրեյմավորում իրենց նյութը, կա՛մ էլ փորձում են պահպանել չեզոքություն:

3.3. *Լսարանի դրական արձագանքը և հետադարձ կապը:* Այս կարևոր գործոնները պայմանավորում են լրագրողի կողմից նյութի ֆրեյմավորման առանձնահատկությունները: Լրագրողը, անգամ պատվիրատուի շահերը ներկայացնելիս, կարևորում է լսարանի կողմից իր նյութի գնահատումն ու պահանջված լինելը: Լսարանի դրական արձագանքը որոշակիորեն ուղղորդում են լրագրողի կողմից նյութի մատուցման եղանակներն ու շեշտադրումները: Սա առավել կարևոր է արդի պայմաններում, երբ թվային մեդիայի հնարավորություններն ապահովում են ԶԼՄ և լսարանի մշտական երկխոսությունն ու հետադարձ կապը [9, էջ 71-73]:

Բացի ընդհանուր գաղափարախոսական, կազմակերպական, քաղաքական, հոգեբանական և այլ գործոններից, որոնք ազդում են տեղեկատվահաղորդակցական գործընթացների շրջանակավորման վրա, կիրառվում են նաև տեխնիկական բնույթի մեթոդներ, որոնք ապահովում են նյութի մատուցման ձևավորումն ու համապատասխանեցումը և՛ լսարանի պահանջներին, և՛ լրատվամիջոցի ռազմավարություններին: Այդ նպատակով կիրառվում են տեքստային և պատկերային շրջանակավորման բազմաթիվ մեթոդներ՝ տեղեկատվության մատուցումը տեքստի և պատկերի համակցման, ձայնային ուղեկցության միջոցով և այլն:

Նկ. 4.3

Որպես օրինակ կարելի է դիտարկել պատկերային շրջանակավորման հետևյալ փորձը, որը վկայում է տեղեկատվության պատկերային շրջանակավորման արդյունքում մատուցվող բովանդակության մասնակի և կողմնակալ շեշտադրման ռազմավարության մասին: Արդյունքում՝ միևնույն լուսանկարը[3] կարող է տարբեր և նույնիսկ միմյանց հակասող զգացմունքներ և արձագանքներ հրահրել *(տե՛ս Նկ. 4.3):*

Այսպիսով, շրջանակավորման տեսության հիմնական բովանդակությունն այն է, որ.

1. Ցանկացած տեղեկատվական աղբյուրի կողմից իրականության մասին տեղեկատվության մատուցումը սահմանափակված է կոնկրետ տեսադաշտով, այն տեղադրված է յուրահատուկ «շրջանակների» մեջ, որոնք արտացոլում են տեղեկատվությունը մատուցողի նպատակները, մոտեցումները, շահերը, տեսանկյունը:
2. Իրականության մասին մատուցվող տեղեկատվության ընկալումը նույնպես շրջանակավորված է: Այն սահմանափակված

[3] http://9gag.com/gag/16718/how-the-media-can-manipulate-our-viewpoint:
Ավելի մանրամասն տե՛ս *Առաքելյան Լ.*, Սիրիական հակամարտության արտացոլումը ռուսական և ամերիկյան լրատվական գործակալություններում, http://www.diplomat.am/publ/public/14-1-0-851:

է ոչ միայն տեղեկատվությունը մատուցողի կողմից ի սկզբանե ձևավորված տեսանկյունով և աշխարհայացքային, մասնագիտական, արժեքային սահմաններով, այլ նաև հաղորդագրության հասցեատիրոջ ընկալողականությամբ, աշխարհայացքով, լեզվով, պատկերացումներով և ստացված տեղեկատվությունը համարժեքորեն յուրացնելու ունակությամբ:

3. Իրականության մասին տեղեկատվության ձևավորման, ձևակերպման, ուղարկման, ստացման և յուրացման ընթացքում տեղի ունեցող ֆրեյմավորման գործընթացը կարող է լինել ինչպես նպատակային, այնպես էլ բնականոն: Մասնավորապես, բնականոն ֆրեյմավորման պատճառով տեղեկատվության ցանկացած աղբյուրի կողմից իրականության ճանաչման ընթացքում կիրառվող անգամ ամենակատարյալ տեխնոլոգիաները չեն կարող ամբողջությամբ և լիովին համարժեքորեն արտահայտել իրականության բոլոր կողմերը, տարրերը, առանձնահատկությունները, ցույց տալ իրականությունը մշտական փոփոխության, դրանում առկա գործընթացների բազմազանության մեջ: Մարդու զգայարաններն ու տեխնիկական միջոցները չեն կարող ապահովել ընդհանուրի համարժեք արտացոլումն այնպես, ինչպես ամբողջը չի կարող լիարժեքորեն տեղավորվել իր մասերից մեկում:
4. Տեղեկատվության նպատակային ֆրեյմավորումը պայմանավորված է հասարակության կառավարման նպատակներով և խնդիրներով, դրանից են բխում նաև ԶԼՄ-ի կողմից իրականության մատուցման գործիքարանի կիրառման առանձնահատկությունները: Մասնավորապես, ԶԼՄ-ի կողմից իրականության և սպառողների միջև կապի միջնորդավորումը մշտապես բխում է կոնկրետ նպատակներից, այդ թվում՝ հասարակության մեջ անհատի, իսկ պետության մեջ՝ անհատի և հասարակության կառավարման խնդիրներից: Անգամ իրականության որևէ դրսևորման, մասի ուղղակի և «անկողմնակալ» մատուցումը կամա թե ակամա կողմնակալ է, քանի որ ի սկզբանե սահմանափակ է, միակողմանի, ամբողջից առանձնացված, տեղավորված տեսախցիկի, հեռուստացույցի, ռադիոընդունիչի, համակարգչի կամ մամուլի էջի ֆիզիկական, վիզուալ (պատկերային) կամ ֆիզիկական սահմանների մեջ:

5. Տեղեկատվության շրջանակավորման ռազմավարությունները կարող են նպաստել ինչպես հասարակության և պետության արդյունավետ կառավարման, այնպես էլ հասարակական ընկալումների շեղման, ապակողմնորոշման, բախումների խրախուսման նպատակով: Տեղեկատվության շրջանակավորման մեթոդները ներառում են մատուցման եղանակների տարաբնույթ կիրառումներ, տեղեկատվության բովանդակության և ձևի տարբեր կողմերի շեշտադրումներ, բովանդակության շեշտադրված իմաստի փոխանցում կարգախոսների միջոցով, փաստարկման, այդ թվում ապացուցման, համոզման, հիմնավորման, հռետորության բազում ռազմավարութունների կիրառում (փաստարկման եղանակների և կիրառման ռազմավարությունների մասին տե՛ս [10]):

4.3. Օրակարգի ձևավորման տեսություն

Հասարակության և առանձին անհատի տեղեկատվական պաշտպանվածության հետ է առնչվում 1970-ական թթ. Մաքսվել Մկքոմբսի և Դոնալդ Շոուի կողմից մշակված «Օրակարգի ձևավորման» տեսությունը, որը բնութագրում է ԶԼՄ-ի՝ հասարակական կյանքի վրա ներազդելու և այն պայմանավորելու գործընթացը [11]: Համաձայն այդ տեսության, արդի ԶԼՄ-ն, հնարավորություն ունենալով ընդգրկելու հասարակության մի զգալի մասին իրենց տեղեկատվական դաշտում, ձգտում են մարդկանց վարքն ու մտածողությունը, արժեհամակարգն ու կյանքի ծրագրումը ենթարկել սեփական ռազմավարություններին՝ ազդեցության օրակարգին: Այլ խոսքերով՝ անհատը ԶԼՄ դարաշրջանում իր կյանքի օրակարգն ավելի հակված է համապատասխանեցնելու այն թեմաներին, որոնք առաջարկում են տեղեկատվական հոսքերը: Համաձայն տեսության հեղինակների. «Մամուլն այնքան էլ արդյունավետ չէ, երբ հուշում է մարդկանց, թե ինչ մտածել, սակայն միանշանակորեն արդյունավետ է, երբ իր ընթերցողներին ասում է, թե ինչի մասին մտածել» [12, էջ 193]:

Թեմատիկ նախապատվությունների ձևավորումը ԶԼՄ-ով նպաստում է հասարակական կարծիքի կառավարմանը, տեսանկյունների համակարգմանը և դրանով իսկ՝ ԶԼՄ-ի միջոցով հասարակության կառավարմանը: ԶԼՄ դարաշրջանում հանրա-

յին քննարկումների առարկան են դառնում այն հարցերը, որոնք բարձրացվում են ԶԼՄ-ի կողմից: Հանրային քննարկումներից ելնելով՝ առանձին անհատներ փորձում են տեղավորվել ընդհանուր թեմատիկ շրջանակներում, «ապրել» գլոբալ իրադարձություններով կամ այլ խոսքերով՝ «Մենք կարևորում ենք այն, ինչ կարևորում է մեդիան» [13, էջ 332]:

Քաղաքական իրադարձությունների թեմատիկ ուղղությունները, որոնցով տարված է հասարակության մի զգալի մասը, բխում են ոչ թե անհատի սեփական մտածելակերպից և նախասիրություններից, այլ ԶԼՄ կատարած թեմատիկ ընտրությունից: ԶԼՄ-ում ներկայացված իրադարձությունը (ահաբեկչական գործողություն, դժբախտ պատահար կամ «շոու աստղի» ամուսնալուծություն) անմիջապես դառնում են հանրային քննարկումների, այն է՝ մարդկանց մտածողության առարկան: Օրինակ, կինոնկարներում ցուցադրվող հարսանեկան ծիսակատարությունը դրդում է, որպեսզի սեփական ամուսնությունը վերածվի նման մի հանդեսի, նորաձևության մասին տեղեկատվությունը փոխարինում է մեր սեփական ճաշակին և այլն:

Աշխարհի տարբեր մասերում բնակվող մարդկանց՝ իրենց մտածողությամբ, օրակարգով, սովորություններով և վարքով միմյանց ավելի ու ավելի նմանվելու միտումը գլոբալ միանման տեղեկատվության մշտական ազդեցության արդյունք է: Տեսության հեղինակները չեն որակում այն որպես «լավ» կամ «վատ», այլ մատնանշում են սեփական օրակարգերի կորուստը, որի հետևանքով բոլորի նույնականացումը և հասարակության գլոբալ կառավարումը սեփական «Ես»-ի կորուստը երբեմն անշրջելի է դարձնում:

Միևնույն ժամանակ, հարց է առաջանում. արդյո՞ք ԶԼՄ-ն են ձևավորում հանրային մտածողությունը, ճաշակը և վերջին հաշվով՝ մարդկանց կյանքի օրակարգը, թե՞ մարդիկ իրենց սովորույթներով և նախասիրություններով պայմանավորում են տեղեկատվական հոսքերի թեմատիկան և բովանդակությունը: Սա «Օրակարգի ձևավորման» տեսության այն խնդիրն է, որի շուրջ վիճաբանությունը տեղի է ունենում մինչև այժմ:

Տեսության հեղինակներն ու կողմնակիցները փորձել են պատասխանել վերոնշյալ հարցին: Օրինակ, հայտնի է, որ եթե, որևէ տաղանդավոր անձ գրում է երաժշտություն, ապա այն երբեք

չի ներազդի հանրային ճաշակի վրա, եթե չհայտնվի ԶԼՄ-ում: Այսինքն՝ նման պարագաներում մենք ավելի շատ կարիքն ունենք ԶԼՄ-ի, քան ԶԼՄ-ն՝ մեր: Ի լրումն, մարդիկ ԶԼՄ-ին քիչ թե շատ վստահում են՝ անկախ նրանից, որ ԶԼՄ պատմության մեջ հայտնի են կեղծիքի և ապատեղեկատվության բազում փաստեր: Անգամ չվստահելով՝ դիտում են, ընթերցում և ունկնդրում: «Օրակարգի ձևավորման» տեսության կողմնակիցները դա բացատրում են նրանով, որ մարդիկ բազմակողմանի տեղեկատվության կարիքն ունեն՝ կյանքում կողմնորոշվելու, իրադարձություններին տեղյակ լինելու, «խաղի կանոններն» իմանալու և սխալներ չգործելու համար: Անձի սոցիալականացումը ենթադրում է միջավայրում առկա վարքային նորմերի և կանոնների իմացություն, և, ինչպես ասում են տեսության հեղինակները՝ «կողմնորոշվելու անհրաժեշտությունը» դրդում է մարդկանց դիմել տեղեկատվական աղբյուրին՝ ԶԼՄ-ին: Բնականաբար, տեղեկատվության բազմազանության, մատչելիության, մատուցման բազմապիսի ձևերի առումով ավանդական տեղեկատվական աղբյուրները՝ ծնողները, ուսումնական հաստատությունները, եկեղեցին, զիջում են ԶԼՄ-ին, և, համապատասխանաբար, հենց ԶԼՄ-ն են զգալի չափով ձևավորում անձի աշխարհընկալումն ու վարքագիծը:

Ինչ վերաբերում է անձնական փորձին, ապա մարդկանց մեծ մասը նախընտրում է նախապես տեղեկանալ իրավիճակի և հնարավոր ռիսկերի մասին և անձամբ դրանց չբախվել: Դրանից է, որ ժամանակակից մարդու կերպարն էապես կապված է ոչ թե իրական կյանքի, փորձությունների, արկածների և այլ մարդկանց, այլ հեռուստացույցի և համակարգչի հետ: Մարդիկ նախընտրում են հեռավորության վրա գտնվելով իրական կյանքից՝ դիտել այն էկրանին, հարմար նստած բազկաթոռին: Որքան քիչ է մարդն առնչվում իրականության հետ, այնքան շատ է հակված վստահելու ԶԼՄ-ին: Եվ հակառակը, որքան շատ է մարդ կապվում ԶԼՄ-ին, այնքան քիչ է հակված անմիջապես առնչվելու իրականությանը: Հեռուստահաղորդավարների «Մնացեք մեզ հետ» կարգախոսն ուղղակի և զանգվածային դրսևորում է ստանում:

Հետազոտող Ռեյ Ֆանկհաուզերը «Օրակարգի ձևավորման» տեսությունը հաստատելու նպատակով 1960-1970թթ. ընթացքում մշտապես կոնտենտ-վերլուծության է ենթարկել ԱՄՆ ամենաընթերցվող ամսագրերի բովանդակությունը՝ առանձնաց-

նելով ընթերցողներին առաջարկվող հիմնական թեմաները: Ապա նա այդ թեմաները համեմատում էր Գելափի հիմնադրամի կողմից յուրաքանչյուր տարվա վերջին իրականացվող զանգվածային հարցման արդյունքների հետ, որով մարդկանց առաջարկվում էր նշել այն ամենակարևոր հիմնախնդիրները, որոնք հուզում են Ամերիկային: Պարզվել է, որ տարվա վերջում մարդիկ նշում են հենց այն հիմնախնդիրները, որոնք տարվա ընթացքում իրենց մատուցել են զանգվածային լրատվամիջոցները: Հատկանշական է, որ ինքը՝ Ֆանկհաուզերը, նշում էր, որ այս տեսությունը ճշմարիտ է միայն այն դեպքում, երբ Գելափի հիմնադրամի հարցերին մարդիկ անկեղծ են պատասխանում (տե՛ս [13, էջ 336]):

Հետաքրքիր է նկատել, որ տեսության հեղինակներ Մկքոմբսը և Շոուն գտնում են, որ ավանդական ԶԼՄ-ից հենց մամուլն է ամենաազդեցիկը օրակարգի ձևավորման գործում, քանի որ մամուլում թեմաների քննարկումը խորքային է և փաստարկված, մինչդեռ ռադիոն և հեռուստատեսությունն օրակարգային թեմաները պարզապես թվարկում են կամ ցուցադրում՝ առանց խորքային հիմնավորումների [13, էջ 337]: Մի կողմից՝ սա նշանակում է, որ մամուլի ընթերցողները ստանում են ավելի ճշգրտված տեղեկատվություն ու ավելի տեղեկացված են: Մյուս կողմից՝ նրանք ավելի են հակված վստահելու մամուլին և, համապատասխանաբար, այն նախընտրում են տեղեկատվության այլ աղբյուրներին, ներառյալ սեփական կարծիքն ու փորձը: Սա, իհարկե, չպետք է բացարձակաբար ընկալել և ընդունել որպես անվերապահելի ճշմարտություն: Բոլոր տեսությունները, ներառյալ տվյալ տեսությունը, ունեն բացառություններ և ոչ միանշանակ դրույթներ:

«Օրակարգի ձևավորման» տեսության հիմնական հարցադրումներից է, թե ովքեր են ձևավորում ԶԼՄ օրակարգը և, համապատասխանաբար, կառավարում զանգվածային կողմնորոշումները, ճաշակը և առաջնահերթությունները: Տեսության հեղինակները գտնում են, որ ԶԼՄ օրակարգը ձևավորվում է «վերևից» և «ներքևից»: «Վերևից» ԶԼՄ օրակարգը թելադրում են խոշոր մեդիա-ընկերությունների սեփականատերերը, գլխավոր խմբագիրները, ինչպես նաև խոշոր ձեռնարկատերերը, որոնք վճարում են մեդիա-արտադրանքի համար և թելադրում իրենց կողմից կարևորվող թեմաներն ու դրանց մատուցման շեշտադրումները:

Խոշոր ԶԼՄ-ն իրենց օրակարգն են թելադրում ավելի մանրերին. միջազգային իրադարձությունների ընտրված համախմբի մասին խոշոր ԶԼՄ տեղեկատվությունը գրեթե ուղղակիորեն արտապատկերվում է ազգային փոքր ԶԼՄ-ի կողմից, ինչը պայմանավորում է նաև աշխարհում տեղեկատվական հոսքերի կառավարման հիմնական ուղղությունները՝ կենտրոնից դեպի ծայրամասեր:

ԶԼՄ օրակարգը որոշ իմաստով ձևավորվում է նաև «ներքևից»՝ իրադարձությունների օբյեկտիվ ընթացքից, որոնց մի մասի ներկայացուցիչները հատուկ ջանքեր են գործադրում՝ ԶԼՄ ուշադրությանն արժանանալու և դրանով սեփական հիմնախնդիրները լուծելու նպատակով: Այսպես, շահերի բազմաթիվ խմբեր, ցուցարարներ, գիտնականներ և այլք իրենց բողոքի հրապարակային գործողություններով, մասնագիտական միջոցառումներով (գիտաժողովներով և այլն) փորձում են գրավել ԶԼՄ ուշադրությունը և այդպիսով տեղեկացնել հանրությանը հիմնախնդիրների վերաբերյալ: Սակայն նրանք, ովքեր չեն հայտնվում ԶԼՄ-ում, իրենց նպատակների, խնդիրների և արդյունքների հրապարակայնացման առումով հաջողության չեն հասնում:

4.4 Բռնության քարոզման (կուլտիվացիայի) տեսություն

Ժամանակակից ԶԼՄ տեսություններից է այսպես կոչված «Կուլտիվացիայի տեսությունը», որի հեղինակն է Ջորջ Գերբները [14, էջ 176-207; 15, էջ 17-40]: Համաձայն այդ տեսության, ԶԼՄ, այդ թվում՝ հեռուստատեսության եթերի բովանդակությունը յուրահատուկ մի տեքստ է, որի օգնությամբ ի սկզբանե ձևավորված և ծրագրված տեղեկատվությունը փոխանցվում է սպառողին՝ համապատասխան արձագանքներ, հույզեր, մտքեր, վարքային դրսևորումներ ձևավորելու նպատակով: Կախված նրանից, թե ինչն է գերակշռում անընդմեջ և շուրջօրյա սկզբունքով հաղորդվող տեղեկատվությունում, կարևորվում է նաև այն, թե ինչն է լինելու գերակշռողը մարդու, ինչպես նաև զանգվածի մտածողության և վարքի մեջ:

Սկսած 1967-ից՝ Գերբները և նրա գործընկերներն իրականացրել են մի շարք հետազոտություններ՝ բացահայտելու համար այդ ժամանակի ԱՄՆ հեռուստատեսության եթերում գերակշռող թեմաները, սյուժեները, բովանդակությունը: Մասնա-

վորապես, նպատակ է դրվել պարզելու, թե հեռուստաեթերի որ մասնաբաժինն է կազմում բռնությունը, որը սահմանվել էր որպես «Ուժի բացահայտ դրսևորում, որի նպատակն է վիրավորել կամ սպանել» [16, էջ 64]: Բռնության սահմանման մեջ կարելի է ներառել նաև մարդու՝ բռնության զոհը դառնալու հավանականության մասին սյուժեների ցուցադրումը, երբ անգամ ուղղակի բռնության բացակայությամբ հեռուստադիտողն այն սպասում է տեսնել:

Գերբների խումբը 10 տարիների ընթացքում մշտադիտարկել է ակտիվ հեռուստաժամերի (20.00–23.00) եթերը շաբաթվա կտրվածքով, ինչպես նաև մանկական հեռուստահաղորդումները՝ շաբաթ և կիրակի օրերին, ժամը 8.00-14.00-ը: Արդյունքում պարզվել է, որ.

- Բռնությամբ հեռուստաեթերի հագեցածության մակարդակը յուրաքանչյուր տարվա կտրվածքով մոտավորապես նույնն էր;
- Շաբաթվա ընթացքում միջինը հեռուստահերոսների 2/3-ը ցուցաբերել է բռնության այս կամ այն ձևը;
- Դրամատիկական հաղորդումները (հեռուստատեսային ֆիլմերն ու սերիալները) միջինը պարունակել են ժամում բռնության 5 սյուժե;
- Մանկական հաղորդումները պարունակել են ժամում միջինը բռնության 20 սյուժե [13, էջ 301-303]:

Բռնությամբ հեռուստաեթերի հագեցածությունը պայմանավորված է երկու հանգամանքով: Նախ՝ մարդիկ նախընտրում են իմանալ «ճշմարտությունը», ճանաչել «իրական կյանքը», որը, ըստ ավանդույթի, պետք է որ բարդ, դաժան լինի, քանի որ մեծ մասամբ այդպես է սերնդեսերունդ փոխանցվում կյանքի և կյանքին հարմարվելու վերաբերյալ ընկալումների ամբողջությունը: Նույն պատկերացումների համաձայն, «վարդագույն ակնոցներով» կյանքին նայելն ինքնախաբեություն է և չի օգնում: Միևնույն ժամանակ, որքան շատ է տեղեկությունը կյանքի դժվարությունների, իրական «խաղի կանոնների» մասին, այնքան ավելի համարժեք և արդյունավետ կլինեն պատասխան գործողությունները: Համապատասխանաբար, հենց հասարակությունն է, որ հեռուստաեթերում «կյանքի դաժան օրենքների» մասին տեղեկատվություն է փնտրում. հեռուստադիտողի պահանջարկը ձևավորում է համապատասխան առաջարկը՝ հեռուստաեթերը

հագեցվում է բռնության տեսարաններով, դրամատիկ իրավիճակներով, պայքարով, կյանքը պատկերվում է գորշ գույներով:

Առկա է նաև հակառակ ազդեցությունը. որքան շատ են մեզ բռնություն ցուցադրում, այնքան հեշտ ենք մենք դրան համակերպվում, և բռնությունը դառնում է կյանքի մասին մեր, հատկապես երեխաների պատկերացումների անքակտելի մասը: Այս դեպքում կարելի է խոսել այն մասին, որ հենց առաջարկն է ձևավորում պահանջարկը: Բռնության ցուցադրումը մոդայիկ է դառնում. մարդիկ սկսում են միմյանց հետ կոպտորեն խոսել և անտեսել այլոց, իսկ բռնի ելքերով վիճաբանություններն ու կոնֆլիկտները դառնում են հարցերի լուծման հիմնական մեխանիզմը:

Ուսումնասիրելով հայկական արդի հեռուստաթերը՝ Վ.Միրաքյանը գալիս է նույն եզրակացության, ինչ Ջ.Գերբները 50 տարի առաջ ԱՄՆ-ում: Ըստ հեղինակի, ժամանակակից հայկական հեռուստաթերում և հատկապես հեռուստասերիալներում, որոնք ակտիվորեն դիտվում են նաև անչափահասների կողմից, տարատեսակ բռնությունը (հոգեբանական և ֆիզիկական, մարդկային տառապանք, բռնություն հակառակ սեռի ներկայացուցչի հանդեպ և այլն) կազմում է հայկական հեռուստասերիալների սյուժեների մեծ մասը. «Հայկական հեռուստասերիալներում գերակշռում է ագրեսիվ բովանդակությունը, որը կարող է ձևավորել ագրեսիվ սոցիալական դիրքորոշումներ» [17, էջ 60]:

Հեռուստաթերի բովանդակության վերլուծությունը թույլ է տալիս առանձնացնել բռնության զոհերի, ինչպես նաև ակտիվ կողմի, որոնք, իհարկե, տարբեր հասարակությունների պայմաններում կարող են տարբերվել: Այսպես, Ջ.Գերբների հետազոտությունների համաձայն՝ բռնության օբյեկտ են հանդիսացել հիմնականում կանայք, ինչպես նաև ԱՄՆ «գունավոր» բնակչությունը՝ աֆրոամերիկացիներ, ինչպես նաև մեքսիկացիներ, որոնք այդ ժամանակ, ի տարբերություն «զտարյուն ամերիկացիների», պակաս իրավունքներ ունեին և ավելի խոցելի էին: Մյուս կողմից՝ հենց այդ փոքրամասնություններն էին նաև ցուցադրվում որպես բացասական հեռուստակերպարներ՝ հանցագործներ, թմրամոլներ և այլն:

Ոլորտում Ջ.Գերբների կարևոր ներդրումներից է հեռուստադիտողների տիպաբանումը, որի համաձայն՝ հեռուստադիտողները բաժանվում են երկու խմբի.

1. *«Ծանր» հեռուստադիտողներ*, որոնք անընդմեջ 4 և ավելի ժամ դիտում են հեռուստացույց՝ անկախ նրանից, թե ինչ է ցուցադրվում, և որոնց համար հեռուստացույց դիտելը ինքնանպատակ է: Նման մարդկանց Գերբներն անվանում է «թախտին նստած *չիպս* ուտողներ»: «Ծանր» հեռուստադիտողները՝ թմրադեղեր օգտագործողների նման, չեն կարող ձերբազատվել այդ կախվածությունից: Նման հեռուստադիտողները հիմնականում գործազուրկ են, չեն սովորում (կամ կարծում են, թե սովորում են հեռուստահաղորդումներից), ակտիվ կենսակերպ չունեն, չեն զբաղվում սպորտով, որպես հետևանք՝ էլ ավելի են կտրվում իրականությունից և իրականությունն ընկալում են բացառապես ըստ հեռուստահաղորդումների: Համապատասխանաբար, հեռուստատեսային բռնությունը նրանց համար դառնում է իրական կյանքի մասին պատկերացումների անքակտելի մասը, հիմնական սյուժեն:
2. *«Թեթև» հեռուստադիտողները* հեռուստատեսությունը կուռք չեն դարձնում, այն ընկալում են որպես բազում տեղեկատվական աղբյուրներից ընդամենը մեկը, և առհասարակ ԶԼՄ սպառումը կյանքի իմաստը չեն դարձնում: Դիտելով նախընտրելի հաղորդումը՝ փոխում են ալիքը կամ անջատում հեռուստացույցը՝ ունենալով այլ գործեր և զբաղմունքներ: Բնականաբար, անձնական փորձն ու տեղեկատվության այլ աղբյուրներն այդ մարդկանց մեջ նվազեցնում են հեռուստատեսային բռնությունից ազդվելու հավանականությունը:

Փաստորեն, ըստ վարկածի, «ծանր» հեռուստադիտողները պետք է որ իրականությունն ավելի բռնի պատկերացնեն, քան «թեթևները»: Վարկածը ստուգելու համար Ջ.Գերբներն իրականացրել է հարցում, որի արդյունքում պարզվել է հետևյալը.

- ***Հանցագործության զոհը դառնալու հավանականությունը***. եթե, ըստ հարցումների, «թեթև հեռուստադիտողները» հանցագործության մեջ ներառված լինելու հավանականությունը գնահատում են որպես 1-ը 100-ից, ապա, ըստ «ծանր» հեռուստադիտողների, այդ հավանականությունը 10 անգամ ավելի բարձր է՝ 1-ը 10-ից: Մինչդեռ, Գերբների ուսումնասիրած վիճակագրական տվյալների համաձայն՝ իրականում այդ հավանականությունն էլ ավելի փոքր է՝ 1-ը 10.000-ից:

Ստացվում է, որ հեռուստաթերթերում բռնությունը չափազանցված և ուռճացված է, իսկ «ծանր» հեռուստադիտողների պատկերացումները շատ ավելի են հեռու իրականությունից, քան «թեթևներինը»:

- ***Գիշերը միայնակ զբոսնելու վտանգը*** նույնպես ուռճացված էր: Ըստ Ջ.Գերբների ուսումնասիրած վիճակագրության, գիշերը միայնակ զբոսնելու հետ կապված վտանգները 10 անգամ ավելի քիչ հավանական են, քան կարծում են «ծանր» հեռուստադիտողները:
- ***«Ծանր» հեռուստադիտողները թյուր պատկերացում ունեն մարդկանց զբաղեցրած մասնագիտությունների մասին:*** Նրանց կարծիքով՝ մարդկանց մեծ մասը կա՛մ իրավաբան է, կա՛մ բժիշկ, կա՛մ պետական համակարգի ծառայող, կա՛մ էլ ոստիկան: Փաստորեն, սա արտացոլում է հեռուստաֆիլմերում և սերիալներում հիմնական դերակատարների մեծ քանակը:
- ***Մարդկանց հանդեպ անվստահությունը:*** «Ծանր» հեռուստադիտողներն ավելի քիչ են վստահում մարդկանց, քան «թեթևները»՝ նշելով. «Մարդիկ հիմնականում միայն իրենց մասին են մտածում», «Մարդկանց հանդեպ արա այն, ինչ իրենք դեռ չեն հասցրել քեզ հետ անել» և այլն [13, էջ 302-304]:

Բացի այն, որ հեռուստատեսությունը բռնություն է քարոզում և կուլտիվացնում, այն նաև էլ ավելի է ծանրացնում մարդու անձնական բացասական փորձը: Այսպես, եթե մարդն իր կյանքում բախվել է բռնության, դարձել է դրա զոհը, ապա դիտելով նմանատիպ դրսևորումներ հեռուստաէկրանին՝ էլ ավելի է հաստատվում զոհի կարգավիճակում, ոչ միայն չի կարողանում մոռանալ իր հետ պատահածը, այլև շարունակում է խորացնել իր հոգեբանական ապրումները: Նույնը վերաբերում է իրական կյանքում բռնություն կիրառողներին, որոնք դիտում են այդ վարքը հեռուստահերոսների կատարմամբ և էլ ավելի համոզվում, որ ճիշտ են վարվել:

Որպես հետևանք, ըստ Ջ.Գերբների, հանրությունում ձևավորվում են վախեցած, անորոշության մեջ ապրող քաղաքացիներ, որոնց կառավարելը հեշտ է: Մյուս կողմից՝ բռնության քարոզման արդյունքում պետական ուժային կառույցները միշտ կունենան հասարակության մեջ քրեական հանցագործությունների թվի աճ և հիմնավորում հասարակությունում ճնշումներ իրագործելու

համար: Քաղաքական և ուժային կառույցների ուռճացված անձնակազմն ու դրանց համար բյուջեից հատկացվող խոշոր գումարները՝ «բռնության դեմ պայքարելու համար», միշտ էլ կարելի է հիմնավորել՝ օգտագործելով հեռուստադիտողների վախերը [13, էջ 302-307]:

Ինչպես և ցանկացած տեսությունում, «Բռնության քարոզման (կուլտիվացիայի)» տեսությունում առկա են վիճահարույց մոտեցումներ: Մասնավորապես, տեսության վիճելի հարցերից են.

- Տեսության մեջ բռնության սահմանումը չի տարբերակում կեղծ, հորինված բռնությունը (ինչպես, օրինակ, «սարսափ» կինոնկարներում և հեքիաթներում) իրական բռնությունից (իրական կյանքին առավելապես մոտ իրավիճակների ցուցադրությամբ) [15, էջ 64]: Իրական կյանքին մոտեցված սյուժեներն առավելապես ազդեցիկ են, մինչդեռ հորինված և ֆանտաստիկ սյուժեների ընկալումը մարդկանց կողմից միշտ չէ, որ արտապատկերվում է իրականության վրա և, համապատասխանաբար, այլ կերպ է ազդում:
- Տարբեր մարդիկ միևնույն տեղեկատվությունը և, մասնավորապես, բռնության տեսարանները տարբեր կերպ են ընկալում, ինչը կախված է անհատական հոգեբանական առանձնահատկություններից: Ուստի, հեռուստատեսային բռնության ազդեցության հետևանքները դժվար է միանշանակորեն կանխատեսել: Բացի այդ, հեռուստադիտողը միշտ կարող է փոխել ալիքը՝ հրաժարվելով դիտել բռնության տեսարաններ և նախընտրելով մեկ այլ սյուժե [13, էջ 308]: Սակայն, մյուս կողմից, եթե հեռուստադիտողներն իրենք են փնտրում բռնության մասին սյուժեներ՝ կյանքի դժվար և դաժան պահերին կողմնորոշվելու ցանկությունից դրդված, ապա նրանք հավանաբար նախընտրելու են հենց այն ալիքները և հեռուստահաղորդումները, որոնք քարոզում են բռնություն:
- Բռնության և, մասնավորապես, հանցավոր վարքի պատճառները տարբեր են. անբարենպաստ սոցիալական միջավայր, տարբեր տեսակի հոգեկան հիվանդություններ, կրթության բացակայություն, անձնական դրդապատճառներ և այլն: ԶԼՄ-ով բռնության քարոզումը և դրա կրկնօրինակումը կարող են իրականության մեջ բռնության գործադրման պատճառներից մեկը լինել, ուստի այն չպետք է բացարձակացնել:

***

ԶԼՄ–ի միջոցով տեղեկատվություն տարածելու ռազմավարության մշակումը և հանրության արձագանքի մեխանիզմների ուսումնասիրությունը ենթադրում են նաև բարձրացնել մատուցվող նյութերի ազդեցության չափը: Այդ նպատակով կիրառվում են տարաբնույթ մարտավարություններ և սոցիալ-հոգեբանական մեթոդներ, որոնք կարող են էապես մեծացնել լսարանի վրա ազդեցությունը և այդպիսով ձևավորել հանրությունում ցանկալի մոտեցումներ և պատկերացումներ այս կամ այն խնդրի շուրջը: Հաջորդ ենթագլուխներում համառոտ կդիտարկվեն նման այն մեթոդները, որոնք, թերևս, առավել հաճախ են կիրառվում ԶԼՄ գործառույթներում:

4.5 Մանիպուլյացիա. մոտեցումներ և մեթոդներ

Ինչպես արդեն նշել ենք, ժամանակակից հասարակությունը հաճախ բնորոշվում է որպես «մեդիակրատիկ», որտեղ իրական իշխանության մի զգալի մասը պատկանում է ԶԼՄ-ին: Համաձայն նշված եզրի հեղինակ Ռ.Դեբրեի, արդի զանգվածային լրատվամիջոցները կատարում են այն գործառույթները, որոնք միջնադարյան Եվրոպայում իրականացնում էր եկեղեցին, սակայն հասարակության գիտակցությունում նախկին սրբերին փոխարինել են տարաբնույթ «աստղերը» և «կուռքերը», ու մարդիկ ավելի հավատում են ԶԼՄ-ով տարածվող գաղափարներին և մտքերին [18, էջ 11]: Պատահական չէ, որ դեռևս Հեգելը թերթերի ընթերցումն անվանել է «մարդու առավոտյան աղոթք»: Մեծ փիլիսոփայի այս դիտարկումը մեր ժամանակներում առավել հրատապ է դարձել, քանի որ հասարակությունում լրատվամիջոցները ոչ այնքան վերջին նորություններն են հայտնում, որքան ներշնչում են ընդհանուր տրամադրվածություն և արժեքահամակարգային կողմնորոշում: ԶԼՄ-ի միջոցով է, որ կարգավորվում է սոցիալական ու քաղաքական վարքը, հաղորդվում կյանքի բարոյական ու հոգեբանական երանգը, փոփոխվում կամ ամրապնդվում են ընկալման կարծրատիպերն ու արձագանքները: Ի լրումն, լրատվամիջոցները վերածվել են ռազմաքաղաքական, տնտեսական և սոցիալական գործընթացների իրականացման կարևորագույն միջոցի և այդպիսով զգալիորեն ձևավորում են հասարակական գիտակցությունը և կարծիքը:

Ժամանակակից աշխարհում քաղաքական տեղեկատվական-հաղորդակցական գործընթացներում հաճախ կիրառվում են ոչ միայն առանձին հնարքներ, այլև հատուկ մանիպուլյատիվ տեխնոլոգիաներ: Ըստ հայազգի հանրահայտ հետազոտող Ս.Կարա-Մուրզայի՝ մանիպուլյացիան հասարակական գիտակցության և մարդկանց վարքագծի թաքնված ղեկավարումն է՝ ուղղված նրանց որևէ գործողության (կամ անգործության) դրդելու՝ մանիպուլացնողի շահերին համապատասխան [19, էջ 47]: Հերբերտ Ֆրանկեն տալիս է հետևյալ բացատրությունը. «Մանիպուլյացիա ասելով հասկանում ենք հոգեբանական ազդեցություն, որը տեղի է ունենում գաղտնի և, հետևաբար, ի վնաս այն անձանց, որոնց դեմ այն ուղղված է» [20, էջ19]:

Մանիպուլյացիան թաքնված ազդեցություն է, որի փաստը չպետք է նկատվի մանիպուլյացիայի օբյեկտի կողմից: Ինչպես նշում է Շիլլերը. «Մանիպուլյացիայի հաջողությունը երաշխավորված է, եթե մանիպուլյացիայի ենթարկվողը հավատում է, որ կատարվող բոլոր իրադարձությունները բնական են և անխուսափելի: Այլ կերպ ասած՝ մանիպուլյացիայի համար անհրաժեշտ է կեղծ իրականություն, որում դրա ներկայությունը նկատելի չի լինի» [21, էջ15]: Ըստ Վ.Ամելինի՝ քաղաքական մանիպուլյացիան ենթադրում է հետևյալ գործողությունները [22, էջ 32].

1. «Օբյեկտիվ» տեղեկատվության ներմուծում հասարակական գիտակցություն, որը հասարակության որոշակի հատվածի համար ցանկալի է:
2. Հասարակական գիտակցության համար ցավոտ խնդիրների վերաբերյալ վախ, անհանգստություն, ատելություն և այլն ներշնչելու նպատակով:
3. Հոչակված կամ ոչ հոչակված մտադրությունների իրականացում, որոնց հասնելու գործընթացը մանիպուլյատորը կապում է հասարակության կողմից իր դիրքորոշման սատարման հետ:

Նշենք, որ առաջին կետը համապատասխանում է մանիպուլյացիայի խնդիրներին, երկրորդը՝ մեթոդներին, իսկ երրորդն ուղղված է հասնելու քաղաքական-տնտեսական նպատակներին:

Գործող օրենսդրությանը համապատասխանության տեսանկյունից մանիպուլյատիվ տեխնոլոգիաները տարանջատվում են օրենքով կարգավորվողների և իրավական նորմերին հակա-

սողների, ըստ ազդեցության՝ ուղիղ և թաքնված, ըստ ձևի՝ ագիտացիոն, տնտեսական, վարչական և սադրիչ, ըստ կրիչների՝ տպագիր, էլեկտրոնային և այլն:

Մանիպուլյատիվ տեխնոլոգիաները ունեն մարդկանց գիտակցության վրա ազդելու մեթոդների հարուստ զինանոց: Լրատվության միջոցներն իրենց հասարակական-հոգեբանական ազդեցությունն իրականացնում են տեղեկատվության կառավարման և մանիպուլյացիայի միջոցով: Այս տեսանկյունից տեղեկատվությունը կարելի է.

- կեղծել, բայց ներկայացնել որպես իրական,
- աղավաղել՝ այն ներկայացնելով ոչ լիարժեքորեն կամ միակողմանի,
- որոշակի շահերից ելնելով կողմնակալ ձևով խմբագրել՝ ավելացնելով սեփական մեկնաբանումները և կարծիքները,
- թաքցնել, գաղտնի պահել ինչ-որ էական փաստեր:

Բացի դրանից, ԶԼՄ-ում կիրառվում են.

- որոշակի, ընտրված փաստերի նկատմամբ հատուկ ուշադրության հրավիրում,
- հոդվածի կամ հաղորդման վերնագրում, որը չի համապատասխանում նյութի բովանդակությանը,
- արտահայտությունների վերագրում ինչ-որ մեկին, որոնք իրականում չեն հնչեցվել,
- ճշմարիտ, իրական տեղեկատվության հաղորդում ուշացումով, երբ այն արդեն կորցրել է արդիականությունը,
- ոչ հստակ մեջբերում, որը համատեքստից կտրված այլ իմաստ է ձեռք բերում և այդպիսով հաճախ հակասում իրական իմաստին [23]:

Մանիպուլյացիայի կամ ուղեղների լվացման հիմնական հնարքները. Ամերիկացի հետազոտող Ջ.Բրաունը նկարագրել է այն հիմնական մեթոդները, որոնք օգտագործվում են ԶԼՄ-ի կողմից քաղաքական ազդեցություն գործելու նպատակով [24, էջ 74-79]:

- ***Կարծրատիպերի օգտագործում:*** Կարծրատիպը *(ստերեոտիպը)* որևէ երևույթի պարզեցված, սխեմայացված ընկալում է: Միանգամայն բնական է նույնական հատկանիշներով մի խումբ անհատներին որոշակի «սոցիալական տիպեր» վերագրելը:

Ժամանակի ընթացքում այս պատկերը, ամրագրվելով մարդկային գիտակցության մեջ, փորձնական ստուգման այլևս չի ենթարկվում: Այդ պատճառով, երբ լրատվամիջոցները դիմում են այնպիսի հասկացությունների, ինչպիսիք են «հրեա», «նացիստ» կամ «լիբերալ» ու «կոմունիստ», նկատի են ունենում ոչ թե կոնկրետ մարդու, այլ այն կերպարը, որն առկա է զանգվածային գիտակցության մեջ, և որի նկատմամբ հանրության մեջ արդեն ձևավորված է որոշակի արձագանք:

- ***Անունների փոփոխում կամ պիտակավորում:*** Քաղաքական լեզվի ազդեցիկ զենքերից են մանիպուլյատիվ հասկացությունները կամ «պիտակները», որոնք վերագրվում են ընդդիմախոսին: Դրանք ստեղծվում և շրջանառության մեջ են դրվում հատուկ նպատակով: Վտանգն այն է, որ հիմնականում ԶԼՄ-ի միջոցով կիրառության մեջ մտնելով՝ դրանք գոյատևում են երկար, դառնում սովորական, առօրեական բառեր՝ երբեմն փոխարինելով ու դուրս մղելով այլ նույնիմաստ, բայց պակաս ագրեսիվ հասկացությունները: Նման միջոցի օրինակ էր Ռեյգանի «չարի կայսրություն» պիտակը, որն Առաջին Սառը պատերազմի ժամանակահատվածում արևմտյան հասարակությունում ձևավորեց կայուն կարծրատիպ ԽՍՀՄ-ի վերաբերյալ[4]:
- ***Փաստերի ընտրանք կամ «լռեցում և ընդգծում»:*** Այս միջոցը, որը ԶԼՄ-ի կողմից կիրառվում է հանրության վստահությունն ապահովելու համար, օբյեկտիվ և հանգամանալից, սակայն ոչ նշանակալի մանրամասնությունների հաղորդման և կարևոր փաստերի քողարկման կամ առհասարակ իրադարձությունների ոչ ճշմարտացի մեկնաբանման տեխնոլոգիա է: Հրավիրել ուշադրությունը մի երևույթի վրա և շեղել մյուսից. ահա թե որն է հաճախ ԶԼՄ գլխավոր խնդիրը: «Այսօրվա թերթը լույս է տեսնում նրա համար, որպեսզի հիմնովին մոռանալ տա անցյալ ու նախանցյալ օրվա լուրը: Իսկ այն, ինչը չի հայտնվում ԶԼՄ-ում, կարծես ընդհանրապես գոյություն չունի» [25]:

---

[4] Հատկանշական է, որ Միացյալ Նահանգների կողմից Մերձավոր Արևելքում հրահրված ներկայիս հումանիտար աղետը հիմք է ծառայել որոշ մեկնաբանների համար «չարի կայսրություն» անվանել արդեն ԱՄՆ-ը *(խմբ.)*:

- ***Բացահայտ սուտ:*** Սա «իրականում տեղի ունեցող ճշմարտանման», «իրականում տեղի ունեցող, բայց ոչ ճշմարտանման» և «մտացածին ճշմարտանման» «փաստերի» համակցումն է: Երբ երկրորդ տիպի փաստերի վերաբերյալ լսարանի կասկածները փարատվում են, այն առանց վարանման սկսում է հավատալ երրորդ խմբի փաստերին: Բացի այդ, պետք է հաշվի առնել, որ փաստերը կարելի է նաև բառի բուն իմաստով ստեղծել, և այդ համատեքստում շրջանառության մեջ է դրվել «կեղծ իրադարձություն» հասկացությունը [26]: Վերջինս ոչ թե տեղի է ունենում ինքնին, այլ որևէ մեկը պլանավորել, սադրել կամ հրահրել է այն՝ հասարակական ուշադրությունը շեղելու նպատակով:
- ***Տեղեկատվության կրկնողություն:*** Եթե հաղորդագրությունը բավական հաճախ է կրկնվում ԶԼՄ-ում, ապա վաղ թե ուշ այն ընդունվում է լսարանի կողմից և ամրապնդվում հասարակության գիտակցության մեջ:
- ***Պնդում:*** Այս միջոցի առանձնահատկությունն այն է, որ լրատվամիջոցներն իրենց գաղափարի պաշտպանության համար հաճախ մերկ պնդումները գերադասում են քննարկումներից՝ դրանով իսկ սահմանափակելով բազմակարծությունն ու ներկայացնելով մեդալի միայն մեկ՝ իրենց համար շահավետ կողմը:
- ***Թշնամու մատնանշում:*** ԶԼՄ-ում հաղորդագրությունն առաջադրվում է ոչ միայն հանուն ինչ-որ բանի, այլև ընդդեմ որևէ իրական կամ երևակայական թշնամու: Այստեղ կարելի է դիմել «ցեխ շպրտելու» և «ծաղրելու» մեթոդներին: *«Ցեխ շպրտելու»* էությունն այնպիսի պիտակների և տերմինաբանության ընտրությունն է, որոնք խնդրո առարկային խիստ բացասական գնահատական են տալիս: Այս տեխնիկան դասվում է ամենակոպիտ մեթոդների շարքին և, այդուհանդերձ, մյուսներից ավելի հաճախ է կիրառվում ժամանակակից քաղաքական պայքարում: *«Ծաղրը»* ԶԼՄ-ում կոլեկտիվ գիտակցության վրա տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցություն թողնող հաճախ գործածվող մեթոդ է: Այս միջոցի ազդեցությունը հիմնվում է նրա վրա, որ քաղաքականության սուբյեկտի առանձին արտահայտություններն ու վարքի տարրերը ծաղրելու արդյունքում վերջինիս նկատմամբ անլուրջ վերաբերմունք է ձևավորվում, որն ապագայում նաև տարածվում է նրա հետագա հայացքների ու արտահայտությունների վրա:

- ***«Հեղինակության վկայակոչումը»*** ներշնչման մեթոդներից մեկն է, որի օգտագործման բազմաթիվ դեպքերի կարող ենք հանդիպել ոչ միայն հասարակական մտքի պատմությունում (հայտնի է «ինքն է ասել» (լատ. *«ipse dixit»*) արտահայտությունը), այլև ԶԼՄ-ում արտացոլվող ժամանակակից քաղաքական իրականությունում: Նման «փաստարկի» երկակիությունն արտահայտվում է նրանում, որ վերջինս ոչ թե տրամաբանական, այլ հոգեբանական գործառույթ է կատարում:
- ***Համոզելու նպատակ հետապնդող մեխանիզմ է նաև ապավինումը կարծիքների առաջատարներին:*** Այս մեթոդը հանդես է գալիս իբրև քաղաքականության տեխնոլոգիաների հարցերում իրազեկ մարդկանց՝ քաղաքագետների, սոցիոլոգների, քաղաքական գործիչների և լրագրողների ներգրավման տեխնիկա, որը ԶԼՄ-ում օգտագործվում է որպես անհատի արժեքային պատկերացումների ու հասարակական կարծիքի վրա ազդեցության արդյունավետ մեխանիզմ:
- ***Վարկանիշների (ռեյթինգների) մանիպուլյացիա:*** Այս հնարքի էությունը հասարակական կարծիքին հղման փոխարինումն է վարկանիշների մանիպուլյացիայով: Օրինակ՝ ընտրանքային հարցումների արդյունքում ստացված վարկանիշներն ընդամենը հասարակական կարծիքի մոդել կամ կերպար են, քանի որ հարցվողները, համաձայնելով փորձագետների կողմից կանխավ ձևակերպված դատողությունների հետ, կյանքի են կոչում դրանք: Փաստորեն, մասնակցելով հարցմանը և համաձայնելով կանխամտածված պատասխանների հետ՝ հարցվողները կյանքի են կոչում այդ մոդելներն իրենց մտքում, որոնք էլ քաղաքական նախապատվության, որոշումների ընդունման ու իրագործման իրական գործոններ են դառնում:

Վերջինիս համատեքստում մեծ նշանակություն ունի ԶԼՄ-ի կողմից ստեղծվող «հաջողության էֆեկտը»: Մարդիկ հակված են ընդունել այն կարծիքները, որոնք ընդհանուր են մեծամասնության համար: Նման պայմաններում ի հայտ է գալիս այսպես կոչված «լռության պարույրի» էֆեկտը, որը հիմնված է հասարակական կարծիքի հարցման արդյունքների մանիպուլյացիայի վրա: «Լռության պարույրի» ներգործությունն այն է, որ իրենց փոքրամասնության ներկայացուցիչ համարողները նախընտրում են լռել

և չհայտնել իրենց տեսակետը (այստեղից էլ՝ երևույթի անվանումը): Այս հետաքրքիր օրինաչափությունը բացահայտել է Նոել-Նոյմանը [27]:

4.6 Քաղաքական միֆերը (առասպելները) որպես մանիպուլյացիայի ազդեցիկ մեխանիզմ

ԶԼՄ ազդեցության հիմնական նպատակը, ըստ էության, քաղաքական *միֆերի* ստեղծումն ու տարածումն է: Ըստ Հ.Լասուելի, միֆը «գաղափարների համակարգ է, որը զանգվածները պատրաստ են դիտարկել իբրև ճշմարիտ, անկախ նրանից՝ արդյոք այդ գաղափարներն իրական են, թե կեղծ» [28, էջ 37]:

Արդյունավետ քաղաքական հաղորդակցումը ենթադրում է, որ ազդեցության տարաբնույթ հնարքները, կարծրատիպերը, զուգորդություններն ու արձագանքները երբեք մասնատված և ինքնաբերական չեն լինում, այլ մեկը մյուսի հետ որոշակի հարաբերությունների մեջ մտնելով՝ հասարակական գիտակցության մեջ ձևավորում են կայուն սոցիալական հավատալիքների համալիրներ: Ժամանակակից հետազոտական ավանդույթը դրանք *սոցիալական միֆեր* է անվանում: Կարող է տպավորություն ստեղծվել, թե կույր հավատքի և *միֆերի* դարաշրջանը վաղուց անցյալում է, սակայն արդի քաղաքական փորձը մեզ հակառակն է ապացուցում: Համաձայն Է.Կասիրերի. «Եթե ժամանակակից մարդն այլևս չի հավատում բնական մոգությանը, ապա նա, անկասկած, դավանում է մի շարք «սոցիալական մոգություններ» [29, էջ 61]:

Լինելով կոլեկտիվ գիտակցության երևույթ՝ *միֆը* ձևավորում է որոշակի աշխարհընկալում, հոգեբանական և գաղափարախոսական դիրքորոշում, որը պարուրված է նախապաշարումներով: *Միֆն* իրական օբյեկտների միջև հորինված պատճառային կապեր է հաստատում, ծնում կեղծ օբյեկտներ, հորինում փառավոր անցյալի մասին լեգենդներ, կապակցում իրականությունը հորինվածի հետ: Միֆերում առկա են նաև հետևյալ առանձնահատկությունները.

- անգիտակցականի վրա հիմնված լինելը,
- իրականի և իդեալականի միաձուլումը,
- մտքի իմպերատիվությունը (հրամայականությունը) առասպելը որևէ գործողության է դրդում հենց միայն գիտակցության մեջ գոյություն ունենալու փաստի շնորհիվ, այն կառավարում է մեր վարքը,

- ընկալման չտարբերակվածությունը՝ *սինկրետիզմը*, երբ երևույթը չի ենթարկվում տրամաբանության օրենքներին. միևնույն երևույթը կարող է պատկանել երկու իրականությունների (մենք ըմբռնում ենք, օրինակ, որ, տվյալ քաղաքական գործիչը դժվար թե միայնակ կարողանա երկիրը փրկել, սակայն, մյուս կողմից, հենց այդ հանգամանքն էլ դառնում է նրա օգտին քվեարկելու մեր փաստարկը):

Համաձայն Է.Ֆրոմի, քաղաքական մանիպուլյացիան մարդկային մի զգալի հատվածի զրկում է աշխարհի ամբողջական պատկերը կազմելու հնարավորությունից, փոխարինում է այն վերացական, միմյանց հետ տարբեր փաստերով կապված խճանկարով [30]: Պ.Լերների կարծիքով՝ մարդու մեջ ծագում է հասկացությունների խառնաշփոթ, վերանում է իրադարձությունների փոխկապակցվածության զգացումը: Միակ համակարգը, որին նա կարող է համապատասխանեցնել առանձին փաստերը, նրա գիտակցությունում ձևավորված կարծրատիպերի համակարգն է: Այդ համակարգը կողմնորոշված է պայքարի և մրցակցության, որտեղ բարու և չարի հասկացություններն ընդունվում են հավատքի վրա հիմնված:

Միֆի ազդեցության տակ գտնվող մարդկանց համար այն անժխտելի իրականություն է: Սա նշանակում է, որ *միֆի* միջոցով անգամ սուտը կարելի է արժանահավատ դարձնել լսարանի համար: Այս հատկությունը *միֆը* դարձնում է, օրինակ, քաղաքական մանիպուլյացիայի կարևորագույն գործիք: Դրա կարևորությունը պայմանավորված է նաև այն հանգամանքով, որ այս կամ այն ուժի կողմից վարվող քաղաքականությունը հաճախ հիմնվում է ոչ այնքան խոր մշակված ինտելեկտուալ հայեցակարգերի, որքան՝ քարոզչության վրա, իսկ քարոզչությունը *միֆերի* լեզու է:

Միֆերը ստեղծվում են քաղաքական կյանքի թատերականացման, խորհրդանշական բնույթ հաղորդելու, իրականությունը չափազանցված ներկայացնելու և այլ միջոցներով, որոնք հասարակությանը կարող են ավելի արժանահավատ և իրական թվալ, քան իրականում կան: Որպես *միֆերի* ստեղծման հատուկ հնարք հաճախ օգտագործվում են սոցիալական գիտակցության մեջ ամրապնդված նախատիպերը, երբ արդեն գոյություն ունեցող և ընդունված առասպելական կերպարը

հարմարեցվում է ժամանակակից քաղաքական իրականությանը: Այսպիսի *միֆի* հաջողության առաջին նախապայմանն այն է, որ ենթագիտակցորեն նմանություն է առաջանում նոր երևույթի և հնի միջև, որի ելքն արդեն հայտնի է: *Միֆ* ստեղծելու տարբերակ է նաև որոշակի իրականության հիման վրա նոր պատմություն ստեղծելը, որի փաստերի մեծամասնությունը (իսկ երբեմն անգամ՝ ամբողջովին) կապ չունի իրականության հետ [31, էջ 165]:

Գ.Շիլլերի համաձայն՝ ԱՄՆ-ում կառավարող վերնախավի իշխանությունը հաստատող հիմնական գաղափարներն են հետևյալ սոցիալական միֆերը.

1. անհատական ազատության և քաղաքացիների ազատ ընտրության;
2. կարևորագույն քաղաքական ինստիտուտների չեզոքության (նախագահի, կոնգրեսի, դատարանի և ԶԼՄ-ի);
3. մարդու եսասիրական բնույթի, նրա ագրեսիայի, սպառողական և կուտակման բնազդների;
4. հասարակությունում սոցիալական կոնֆլիկտների, շահագործման և ճնշման բացակայության;
5. ԶԼՄ բազմակարծության, որոնք իրականում վերահսկվում են խոշոր գովազդատուների, մեդիա-սեփականատերերի և կառավարման մարմինների կողմից ու հանդես են գալիս որպես պատրանքային գիտակցության միասնական ինդուստրիա [21]:

Նոր քաղաքական միֆերը ստեղծվում են հստակ մշակված ծրագրի համաձայն, համապատասխան մարդկանց անձնական և սոցիալական հոգեբանության ու մանիպուլյատորների նպատակներին: Ըստ Է.Կասիրերի, «նոր քաղաքական միֆերն այլևս ինքնաբուխ կերպով չեն առաջանում, դրանք անզուսպ երևակայության վայրի պտուղներ չեն, այլ արհեստական ստեղծագործություններ՝ ստեղծված հմուտ ու ճարպիկ «վարպետների» կողմից» [29, էջ 61]:

ԶԼՄ-ում կիրառվող միֆերի ստեղծման և տարածման հնարքները. Լեզվական, խոսքային հնարքների միջոցով մարդկային գիտակցության կառավարումը քաղաքական սեմանտիկայի հիմքն է, որն ուսումնասիրում է, թե ինչպես են մարդիկ հասկանում քաղաքական կարգախոսները, եզրույթներն ու հասկացությունները [32]: Քարոզ-

Նկ. 4.4
Հարոլդ Լասուել (1902-1978թթ.):

չության և գիտակցության մանիպուլյացիայի ոլորտում լեզվի, նշանների և իմաստների դերի ուսումնասիրությամբ զբաղվող այս գիտական ուղղության հիմնադիրն է Հարոլդ Լասուելը, որի՝ Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ իրականացրած հետազոտության արդյունքները ներկայացված են «Քարոզչության տեխնիկան համաշխարհային պատերազմում» գրքում [25]: Այդ աշխատությունում նա մշակել է իմաստների փոխարինման կամ խեղաթյուրման նպատակով այս կամ այն բառի օգտագործման հատուկ մեթոդներ: Լասուելն, ըստ էության, մեկ ամբողջական համակարգ էր ստեղծել, որի հիմքը հատուկ ընտրված համապատասխան բառերի միջոցով սոցիալական և քաղաքական միֆերի ստեղծման սկզբունքներն էին:

Անշուշտ, ԶԼՄ-ի կողմից յուրաքանչյուր միֆի ստեղծումն ու տարածումը կոնկրետ նպատակներ են հետապնդում, և այդ գործընթացներում կիրառվող հնարքները յուրահատուկ են: Սակայն կարելի է առանձնացնել մի շարք հնարքներ, որոնք կիրառվում են ազդեցիկ մեդիա-տեքստեր ստեղծելու համար [33]:

- ***«Մև-սպիտակ» կամ կեղծ փաստարկումներ:*** Երբ առաջ է քաշվում «կամ-կամ» տարբերակը, և կոնսենսուսային այլընտրանքներ չեն ներկայացվում:
- ***Նեգատիվ պարույրի փաստարկում:*** Առանձին աննշան փոփոխությունների հետևանքներն անհիմն ուռճացվում և ընդունում են գլոբալ արհավիրքների չափեր: Այլ խոսքերով՝ գործածվում է *«փոթորիկը բաժակում»* մոտեցումը:
- ***Երևակայական հստակության ապացույցների ծուղակ:*** Այս հնարքի էությունն այն է, որ որևէ հայտարարության ապացուցման համար ներկայացվում են թվեր, վիճակագրական տվյալներ, որոնք իրականությանը չեն համապատասխանում: Կամ էլ հավաստի փաստերը հերքվում են գոյություն չունեցող վիճակագրական տվյալներով և թվերով:
- ***Բացահայտման և համընդհանուր ճանաչման ծուղակ:*** Օրինակ, «ինչպես պնդում են բոլորը...», «մենք բոլորս արդեն համաձայնել

ենք այն հայտնի փաստի հետ, որ...», «այսօր բոլորը գիտեն, որ...», «արդեն ապացուցված է, որ...», «ակնհայտ է, որ...»:

- ***Սեփական համոզումների երաշխիք, անձնական հեղինակության օգտագործում:*** Օրինակ՝ «Ես Ձեզ երաշխավորում եմ...», «Ես արդեն հնարավորություն եմ ունեցել համոզվել, որ...», «Ոչ մի կասկած չկա, որ...»:
- ***Բաժանումներ և թշնամու կերպար:*** Աշխարհայացքի համակարգը կիսվում է երկու մասի՝ «մերոնք» և «օտարները», ընդ որում՝ օտարները ձևափոխվում, վերածվում են «թշնամիների»: «Մերոնք» նկարագրվում են որպես դրական կերպարներ, իսկ «օտարները»՝ բացարձակ բացասական: Տեքստի բովանդակության առանցքը ձևավորվում է մեկ հիմնական արտահայտությամբ, որում զետեղված է վտանգի սպառնալիքը «մերոնց» նկատմամբ: Աշխարհը ստանում է սև-սպիտակ գունավորում: «Մերոնք» «լավն են», «օտարները»՝ «սրիկա և խաբեբա»:
- ***Գերընդհանրացված մեղադրանքներ:*** Արտահայտության ուժգնացման համար կարող են ներկայացվել մեղադրանքներ անմեղների հասցեին: Օրինակ՝ մեղադրանքներ բյուրոկրատների, պնդաճակատ օրինապահների, արտասահմանցիների և այլոց հասցեին:
- ***Գերհուզականացում:*** Հստակ թեմաները զգացմունքայնացվում են հիմնականում կոպիտ հակադրությունների միջոցով: Օրինակ՝ «Իսկ բյուրոկրատները փորները բռնած բարձր կծիծաղեն ձեզ վրա»: Ագիտացիոն մեթոդներում օգտագործվում են զգացմունքային թեզիսներ, որոնց վրա հիմնավորվում է ամբողջ փաստարկումը:
- ***Ապագա գործողությունների վերագրում:*** Հակառակ կողմին վերագրվում է, թե նրանք պատրաստ են անցնել բռնի գործողությունների, եթե անգամ ոչ հիմա, ապա մոտ ապագայում:
- ***Կանխամտածված մոլորություն:*** Շեղում է ուշադրությունն իրական խնդրից՝ այսպիսով շեղելով ուշադրությունը թեմայի գլխավոր հարցից:
- ***Փայլուն անորոշություններ:*** Զգացմունքորեն արտահայտված բառեր են, որոնք ընկալվում են որպես բարձրարժեք հասկացություններ, համոզմունքներ և լրացուցիչ հիմնավորումների կարիք չունեն: Օգտագործվող բառերը կամ բառակապակցությունները հիմնականում ընկալվում են որպես հզորության ցուցանիշներ՝ ազատություն, հայրենասիրություն, խիզախություն, հույս, բարեփոխում:

- ***Ծանրակշիռ խոսք:*** Բառեր են, որոնք իրենց զգացմունքայնության շնորհիվ կարող են ձևափոխել կարծիքը: Այն օգտագործելիս ակնկալվում է դրական կամ բացասական արձագանք, կամ ուղղորդում է որոշակի եզրահանգման: Ծանրակշիռ խոսքի բառերն ու բառակապակցությունները հանդես են գալիս «Boo!, փու՛հ, է՛հ» և «hooray!, Ուռա՛, Այո՛» տարբերակներով՝ առանձնացնելու դրական և բացասական զգացմունքային ենթատեքստը: Այս հնարքը համարվում է նաև ուղեղների լվացման տեխնիկա:

ԶԼՄ-ի կողմից կիրառվող մանիպուլյացիոն հնարքները բազմազան են: Դրանք կարող են տարբերվել ըստ ազդեցության ուժգնության, արդյունքի և ըստ բովանդակության: Ա.Ալթունյանն իր աշխատությունում անդրադառնում է հետևյալ հնարքներին [34, էջ 218-220].

1. *Կրկնողություն.* եթե հաղորդագրությունը պարբերաբար կրկնվում է, այն ժամանակի ընթացքում ընդունվում և ամրապնդվում է ընկալող լսարանի գիտակցությունում:
2. *Հեգնական չակերտների օգտագործում.* այս մեթոդն առավելապես կիրառվում է քաղաքական տեքստերում ընդդիմադիրների թերությունները շեշտադրելու կամ սեփական անհատական ոճը ձևավորելու նպատակով: Օրինակ՝ ԱՄՆ նախագահ Ռ.Նիքսոնը հայտնի էր իր «լռակյաց մեծամասնություն» արտահայտությամբ, որը կարելի է համարել հռետորական: Սակայն յուրաքանչյուր նմանատիպ արտահայտության հետևում կանգնած է կոնկրետ քաղաքական, սոցիալական ենթատեքստ, որն ուղղակի չի արտաբերվում, բայց լսարանի կողմից ընկալվում է նախապես դրված իմաստով և համապատասխան երանգավորմամբ:
3. *Մեծատառերի օգտագործումը.* այսպես հեղինակներն առանձնացնում են արժեքավոր սիմվոլները, լսարանի համար նշանակալի հասկացությունները: Օրինակ՝ «Հայաստան աշխարհ» արտահայտությամբ դիմելիս ընդգծվում են լսարանի պատկանելությունը ՀՀ-ին և հայրենիքի կարևոր մասը լինելու անձնական շահը:
4. *Զուգահեռ կերպարներ և հակադրություններ.* օրինակ՝ «Հայաստան» և դրա կողքին՝ սոցիալական խնդիրներ, ուժեղ, կայուն, զարգացող երկիր՝ ի հակադրություն այլ պետությունների և այլն:

4.7 Հոգեբանական ազդեցության մեթոդները ԶԼՄ-ում. ներշնչում, նյարդալեզվաբանական ծրագրավորում (ՆԼԾ) և Էրիկսոնյան հիպնոս

Ինչպես հետևում է վերը ներկայացված մանիպուլյատիվ հնարքներից, վերջիններիս նպատակը հաճախ հոգեբանական ազդեցություն իրագործելն է: Մեդիա-տեքստերի ազդեցությունը տարածվում է ոչ միայն անհատի գիտակցականի վրա, այլև ընդգրկում է հուզական տիրույթը՝ ներշնչելով մանիպուլյատորի կողմից նախատեսված զգացմունքներ ու հույզեր, դրդելով համապատասխան գործողությունների:

Որպես հոգեբանական ազդեցության առավել արդյունավետ մեթոդ կարելի է առանձնացնել ներշնչումը կամ *սուգեստիան* (լատիներեն *suggestio*՝ ներշնչում): Այս եզրի տակ հասկացվում է մեկ կամ մի քանի անձանց (սոցիալական խմբի) վրա խոսքի, գործողությունների և արտահայտիչ շարժումների օգնությամբ կատարվող այնպիսի ներգործություն, որը շրջանցում է ներշնչվողի գիտակցությունն ու կամքը և հանգեցնում ներշնչողի համար ցանկալի գործողությունների, մտքերի, համոզմունքների առաջացման: Ժամանակակից ընկալումների համաձայն՝ դա անձին ուղղված ազդեցությունն է, որը հանգեցնում է.

- անձի որոշակի վիճակի, զգացմունքի, վերաբերմունքի ձևավորմանը՝ անկախ նրա կամքից և գիտակցությունից,
- անձի կողմից որոշակի գործողության իրականացմանը, որն անմիջականորեն չի համապատասխանում մինչ այդ նրա կողմից ընդունված նորմերին, գործունեության սկզբունքներին և դիրքորոշումներին:

Գրականությում առանձնացվում են ներշնչման հետևյալ տեսակները.

1. ***Ուղիղ ներշնչում***, որն իր հերթին բաժանվում է.

- *Իմպերատիվ (*հրամայական*) կոորդինացված ներշնչում:* Սա անձի վրա սթրեսային ազդեցության տեսակ է, որն իրագործվում է կտրուկ, հակիրճ, հաճախ մի քանի անգամ կրկնվող արտահայտությունների միջոցով և ուղեկցվում է ժեստերի, դիմախաղի և ինտոնացիայի ազդակներով: Այս տեսակը երբեմն անվանում են ներշնչման «հայրական» մեթոդ:

- *Ներշնչող հրահանգներ:* Սրանք ազդում են զգացմունքների, դիրքորոշումների և վարքի դրդապատճառների վրա: Իրականացվում են հանգիստ, մեղմ տոնով: Միապաղաղ են, նույնպես հաճախ կրկնվող:

2. ***Միջնորդավորված ներշնչում*** կամ ոչ բացահայտ կերպով հաղորդվող տեղեկատվություն, որը չի գիտակցվում ազդեցության օբյեկտի կողմից և աննկատորեն է ընկալվում:

Ռոբերտ Չալդինին նկարագրել է հետևյալ սկզբունքները, որոնք հնարավորություն են տալիս ազդել անձի գիտակցության վրա [35]: Դրանք են.

- *Փոխադարձ փոխանակման սկզբունք:* Նպատակն անհատի մեջ երախտագիտության զգացում ձևավորելն է և դրդումն է փոխադարձ ծառայություն մատուցելուն: Օրինակ՝ լրատվամիջոցները լսարանին ներշնչում են շնորհակալ լինելու զգացում կառավարության հանդեպ որոշակի զիջումների գնալու կամ բնակչությանն արտոնություններ տրամադրելու համար: Արդյունքում՝ լսարանում ձևավորվում է պարտավորվածություն՝ չդժգոհել որոշակի քայլերից կամ սատարել դրանց քաղաքական պայքարում: Հաճախ փոխանակումն անհամաչափ և անարդար է լինում:
- *Հետևողականության սկզբունք:* Մեծամասնությունը, երբ կայացնում է որոշում կամ որևիցե քայլ է կատարում, ամեն կերպ փորձում է պաշտպանել իր դիրքորոշումը: Այս հնարքի միջոցով անձին դրդում են որոշակի խոստում տալուն և, հետևաբար, դրան հավատարիմ լինելուն: Ի դեպ՝ առավել անդրժելի խոստումները հանրային խոստումներն են: Օրինակ՝ մարդը, որը մեկ անգամ որևէ հարցում որոշակի քաղաքական ուժի իր աջակցությունն է հայտնում, հաճախ ստիպված է լինում հետևողական երևալու համար սատարել այդ ուժին այլ՝ ավելի սկզբունքային հարցերում:
- *Սոցիալական ապացույցի սկզբունք:* Մարդիկ, հատկապես այն ժամանակ, երբ իրենք էլ վստահ չեն իրենց որոշման վրա, հաճախ նմանակում են ուրիշների արձագանքները և արարքները: Նմանակման սկզբունքը հաճախ է խաղարկվում ԶԼՄ-ում: Հեռուստատեսությամբ հաճախ կարելի է տեսնել, թե ինչպես են տարբեր սոցիալական խմբերի ներկայացուցիչները

նմանատիպ դատողություններ հնչեցնում կամ զանգվածային միջոցառումների մասնակցում:

- *Բարիդրացիական վերաբերմունքի սկզբունք:* Ավելի հեշտ է «այո» ասել կամ համաձայնել այն անձանց հետ, ովքեր համակրելի են: Այս պարագայում լրատվամիջոցները տեղեկատվությունը տարածում են հասարակության համակրանքը վայելող անձանց, օրինակ՝ ժամանցի ոլորտի «աստղերի» միջոցով:
- *Հեղինակության ներգրավում:* Մարդիկ, առավել ևս, երբ իրենց անիրազեկ են զգում որոշ հարցերում, ավելի հակված են վստահելու իրենցից ավելի բարձր դիրք, կարգավիճակ, կոչում ունեցող մարդկանց: Օրինակ, երբ լրատվամիջոցները բարդ հարցերի քննարկմանն ու պարզաբանմանն են ներգրավում որոշակի նախասիրություններ ունեցող փորձագետների:
- *Դեֆիցիտի՝ սակավության սկզբունք:* Այստեղ հիմնական նպատակը սահմանափակ առաջարկի տպավորություն ստեղծելն է, ինչը պայմանավորում է լսարանում արհեստական պահանջմունքի ձևավորում, քանի որ մարդիկ միշտ ձգտում են ունենալ այն, ինչը սահմանափակ քանակով է կամ դժվար հասանելի: Այսպես, օրինակ, լրատվամիջոցները կարող են կեղծ հետապնդումների կամ քննադատության պատրանք ձևավորելու միջոցով գրավել լսարանի ուշադրությունն ու հետաքրքրությունն այդ անձանց կամ ուժերի հանդեպ:

Ներշնչման ազդեցության արդյունավետությունը գլխավորապես կախված է ոչ այնքան ինֆորմացիայի բովանդակությունից, որքան դրա ներկայացման ձևից, զգացմունքային հատկանիշներից և արտահայտչականությունից: Այլ կերպ ասած՝ ավելի մեծ ազդեցություն ունի ոչ թե այն, թե «ինչ է ասվում», այլ այն, թե «ինչպես է ասվում»: Ներշնչման լեզվական հնարքները թույլ են տալիս միևնույն երևույթը տարբեր կերպ ներկայացնել, ինչը հնարավորություն է ընձեռում ստեղծել իրականության արհեստական պատկերներ: Օրինակ՝ մարդկանց միևնույն խմբին, որը պայքարում է ինքնորոշման համար, լրատվամիջոցները կարող են անվանել «ազատագրողներ», իսկ որոշ դեպքերում՝ «անջատողականներ»:

Մեր օրերում ԶԼՄ-ում հաճախ կիրառվող հոգեբանական ազդեցության մեխանիզմներից է նաև նյարդալեզվաբանական

ծրագրավորումը՝ *ՆԼԾ-ն* (*Neuro-Linguistic Programming – NLP*): Կիրառական հոգեբանության այս ուղղությունը ստեղծվել է ԱՄՆ-ում 1970-ականների կեսերին, Ջ.Գրինդերի և Ռ.Բենդլերի կողմից: *ՆԼ* ծրագրավորման հիմնադրույթն այն է, որ մարդիկ իրենց ուղղված հաղորդագրություններն ընկալում են 3 տարբեր հարթությունում.

1. *Վիզուալ.* այս տիպն իրականությունն ընկալում է հիմնականում տեսողական պատկերների, կերպարների միջոցով: Սա ամենատարածված տիպն է. համարվում է, որ մարդկանց մոտ 80%-ը վիզուալներ են:
2. *Աուդիալ.* այս տիպին պատկանող մարդիկ աշխարհը նկարագրում և պատկերացնում են լսողության, ձայնի միջոցով: Համարվում է, որ մարդկանց 15%-ն աուդիալ է:
3. *Կինեստետիկ* տիպին պատկանողներն աշխարհն ընկալում են զգացմունքների և զգացողությունների միջոցով (համի, շոշափելիքի և այլն):

Այսպիսով, գիտակցության մեջ միջինը տպավորվում և պահպանվում է վիզուալ ալիքների միջոցով ստացված տեղեկատվության 80%-ը, աուդիալ ճանապարհով ստացված տեղեկատվության 15%-ը, իսկ մնացածը ստացվում է կինեստետիկ ճանապարհով: Զրույցն ավելի բնական դարձնելու համար կարելի է այդ ալիքները համապատասխանեցնել և հարմարեցնել լեզվի միջոցով [19, էջ 76-86]: Արդյունավետ մանիպուլյացիան ենթադրում է լսարանի լեզվով երկխոսության իրականացում, որտեղ հաղորդագրությունը միաժամանակ պետք է ուղղված լինի և՛ վիզուալներին (լինի պատկերավոր), և՛ աուդիալներին (ձայնային և ինտոնացիոն համապատասխան ազդեցություն ունենա), և՛ կինեստետիկներին (ստեղծելով համապատասխան զգացողություններ՝ համակրանք կամ տհաճություն) [36, էջ 35]: Այս սկզբունքն իրագործվում է յուրաքանչյուր տիպի համար համապատասխան բովանդակային բնորոշումներ կիրառելով: Օրինակ՝ վիզուալների համար կիրառվում են «պարզ երևում է», «ակնհայտ է», «վառ է» արտահայտությունները, աուդիալների համար՝ «հնչեղ է», «աղմուկ բարձրացավ», կինեստետիկների համար՝ «ծանր հարց է», «ակնհայտ է», «նուրբ, փխրուն թեմա է» և այլն:

ՆԼԾ-ն վարքային մոդել է և մանրակրկիտ մշակված տեխնիկական հնարքների համալիր, որը հիմնված է մարդկային

գիտակցության և ենթագիտակցության վրա լեզվական ձևերի ազդեցության, ուղեղի և լեզվի փոխազդեցության արդյունքում զարգացում ստացող կարծրատիպերի կամ «ծրագրերի» վրա: Այս համատեքստում հետաքրքրություն են ներկայացնում «խարսխման» մեթոդները, որտեղ «խարիսխը» ցանկացած արտաքին գրգռիչ է, որը հանգեցնում է համապատասխան արձագանքի: «Խարսխումը» գործընթաց է, որի միջոցով յուրաքանչյուր իրադարձություն՝ ներքին կամ արտաքին (բառ, ձայն, ժեստ, ինտոնացիա, հպում), կարող է կապված լինել որևէ արձագանքի և կիրառման դեպքում նորից առաջացնել դրա դրսևորումը: Որպես «խարիսխ» կարող են հանդես գալ ցանկացած բառ, հնչյուն, պատկեր և այլն:

Առանձնացնում են խարիսխների երեք հիմնական տեսակներ.

1. ***Դրական սոցիալական դիրքորոշումների «խարիսխ».*** այս տեսակը ենթադրում է թևավոր խոսքերի, նշանավոր անձանց արտահայտությունների, ասացվածքների կամ անգամ հայտնի անեկդոտների ներառումը մեդիա-տեքստում: Նման տեքստերը, որպես կանոն, հիմնվում են ալյուզիաների վրա (սա հնարք է, որի միջոցով ոճային էֆեկտները ստեղծվում են լսարանին արդեն հայտնի ֆիլմերի, գրքերի, արտահայտությունների միջոցով):
2. ***Դրական էմոցիոնալ բնույթի «խարիսխ».*** այս հնարքը հիմնվում է հումորի, բարյացակամ տրամադրվածության (ուրախություն, տոն և այլն), երջանիկ մարդկանց, հաճելի կերպարների ներկայացման և այլնի վրա: Այսպիսով, կերտվում են դրական տրամադրվածություն, ոգևորություն, ուրախության կայուն պատկեր:
3. ***Արքետիպերի[5] և ազգային մշակույթի պատկերների «խարիսխ».*** այս դեպքում անդրադարձ է կատարվում խորքային ավանդույթներին, օգտագործվում են ազգային ֆոլկլորային կերպարները: Օրինակ՝ «բոլորը Քաջ Նազարի նման», «մեջը խոսեց ծուռ սասունցին», «ժողովրդի համբերության բաժակը» և այլն:

Մեդիա-տեքստերում ներշնչման տեխնոլոգիաների կիրառման գործընթացում, բացի *ՆԼԾ-ից,* հաճախ կիրառվում են նաև

[5] Հոգեբանությունում այսպես են անվանում ի սկզբանե, պատմականորեն ձևավորված ունիվերսալ հոգեբանական կառուցվածքները, որոնք կազմում են կոլեկտիվ անգիտակցության բովանդակությունը (հին հունարեն արքետիպ (ἀρχέτυπον) եզրը թարգմանվում է նախատիպ):

Էրիկսոնյան հիպնոսի միջոցները և հնարքները, որոնք ներառում են տրանսի մեջ գցելու կամ սթափ՝ արթուն իրավիճակում ներշնչելու լեզվական ռազմավարությունները: Նման հիպնոսի հենքն այն է, որ այստեղ, որպես կանոն, բացակայում են ուղիղ հրահանգները: Փոխարենը՝ նկատելի են քննարկում, հարց ու պատասխան, խորհուրդ որևէ հարցի վերաբերյալ: Արդյունքում՝ այս տիպի լեզվական հնարքները հնարավորություն են տալիս հասնել ցանկալի արդյունքին՝ խուսափելով մարդկանց ուղիղ հրահանգներին հակադրվելու սովորությունից: Էրիկսոնյան հիպնոսն առաջարկում է մի շարք մեթոդներ նման ազդեցությունը իրականացնելու համար: Դրանցից հիմնականներն են.

- ***Թրյուիզմը***[6]**,** որը, որպես հոգետեխնիկա, հանդիսանում է հիպնոտիկ հրահանգի փոխարինում ընդհանրացված արտահայտությամբ: Օրինակ՝ «օրինապահ քաղաքացին այդպես չէր վարվի», «բոլորը լքում են երկիրը»:
- ***Ընտրության խաբկանքը,*** որի շրջանակներում լսարանին կանգնեցնում են կեղծ ընտրության առջև՝ առաջարկելով ընտրել միևնույն տարբերակը չնչին տարբերությամբ: Սա ստեղծում է ազատ ընտրության պատրանք, սակայն այլընտրանքները սահմանափակ են կամ նույնիսկ բացակայում են: Օրինակ՝ «Դուք ընտրությունների կգնաք առավոտյա՞ն, թե՞ երեկոյան ժամին»:
- ***Ենթադրություններ,*** որի կիրառման տեխնիկայի շրջանակներում անհրաժեշտ հրահանգը ներկայացվում է որպես նախնական գործողություն կամ նախապայման որևէ այլ, պակաս կարևոր և գիտակցական վերահսկողությանը ենթարկվող գործողության իրականացման համար: Միևնույն ժամանակ, իրական հրահանգը դուրս է մնում գիտակցության քննադատությունից: Օրինակ՝ «Մինչև X-ին քվեարկելը, վերհիշեք նրա տված խոստումները»:
- ***Հակադրությունների օգտագործում.*** այս տեխնիկայում օգտագործում են լսարանի հակադրությունը ներշնչանքին՝ արհեստականորեն ամրացնելով հիպնոտիկ հրահանգը լսարանի դիտարկվող վարքին: Այստեղ հարկավոր է հետևել արտահայտությունների որոշակի խիստ հաջորդականության պահ-

[6] Անգլերեն՝ *truizm*, հայտնի ճշմարտություն:

պանմանը և դրանց համար նախատեսված քերականական ժամանակներին: Օրինակ՝ «Որքան երկար եք լսում նշված գործչին, այնքան ավելի պարզ է դառնում, որ նա հետևողական է և խելացի»:

- ***«Լիարժեք ընտրություն».*** այս հնարքը ներկայացնում է ընտրության բոլոր հնարավոր տարբերակները, սակայն մանիպուլյատորի նպատակների համար շահեկան տեսանկյունից: Եթե «ընտրության խաբկանքի» հնարքի դեպքում ընտրության տարբերակները տեքստերում արհեստականորեն սահմանափակվում էին, ապա այս պարագայում ներկայացվում են անհատի վարքի բոլոր հնարավոր տարբերակները, սակայն այն առանձնահատկությամբ, որ լսարանի շահավետ և անշահավետ վարքը ներկայացվում է մանիպուլացվողի համար որպես միևնույն օգտակարություն ունեցող: Օրինակ՝ «Դուք կարող եք գնալ ընտրությունների և քվեարկել, կամ, իհարկե, կարող եք մնալ տանը և կորցնել ձեր ձայնի իրավունքը»:

4.8 «Օվերթոնի պատուհան»

Նախորդ ենթաբաժիններում դիտարկված ԶԼՄ-ում կիրառվող կանոնները և միջոցները համալիր օգտագործման պարագայում թույլ են տալիս կյանքի կոչել ցանկացած գաղափար, նույնիսկ այն ընդունել օրենսդրորեն: Մասնավորապես, հայտնի է Մաքկինակ կենտրոնի *(Mackinac Center) ՈւԿ* աշխատակից Ջոզեֆ Օվերթոնի առաջարկած համոզման մեթոդը, որը ստացել է «Օվերթոնի պատուհան» անվանումը[7]: Ըստ Օվերթոնի՝ հասարակությունում յուրաքանչյուր գաղափարի կամ խնդրի համար գոյություն ունի այսպես կոչված «հնարավորությունների պատուհան»: Այդ «պատուհանի» սահմաններում, օրինակ, ինչ-որ գաղափար հնարավոր չէ քննարկել կամ առավել ևս բացահայտ սատարել: «Տեղաշարժելով» այդ «պատուհանը»՝ կարելի է այնպես փոխել «հնարավորությունների հովհարը», որ նախկինում հանրության կողմից կտրականապես չընդունվող գաղափարը, հետևողական և քողարկված տեղեկատվական գործողությունների արդյունքում, մտնի «ակտուալ քաղաքականության» օրակարգ: Իսկ երբ հասարակությունը դա սկսում է ընկալել որպես կարևոր խնդիր,

[7] http://www.mackinac.org/overtonwindow

այդ գաղափարին կարելի է տալ նաև օրենքի տեսք: Ինչպես տեսնում ենք, դա ոչ թե փոքր-ինչ պարզունակ «ուղեղների լվացում» է, այլ ավելի նուրբ տեխնոլոգիա:

«Օվերթոնի պատուհանի» արդյունավետ գործելու օրինակ կարող է հանդիսանալ միասեռական հարաբերությունների օրենսդրական ամրապնդումը, մասնավորապես, ԱՄՆ-ում և ԵՄ-ում: Միասեռականների նկատմամբ նախկինում բացասական մոտեցում ուներ քրիստոնեական եկեղեցին: Սակայն հասարակություններում այդ խնդրի վրա առանձնապես մեծ ուշադրություն չէր դարձվում՝ համարելով դա մարգինալներին բնորոշ վարքագիծ, ո՛չ ավելին: Սակայն սկիզբ առան տեղեկատվական հետևողական և սաստկացող գործողություններ, որոնցում շատ էին գիտական հիմնավորումները և համապատասխան բովանդակություն ունեցող կինոնկարները: Հատուկ շեշտադրվում էր այն հանգամանքը, որ տոտալիտար Երրորդ ռեյխում և ԽՍՀՄ-ում միասեռականների նկատմամբ դրսևորվում էր անհանդուրժողականություն, նրանք հալածվում էին: Արդյունքում՝ միասեռականների խնդիրը հասարակությունում ակտուալացվեց, լեգալացվեց և տեղափոխվեց մարդու իրավունքների հարթություն: Մնացածը, ինչպես ասում են, արդեն տեխնիկայի խնդիր էր. այսօր սովորական երևույթ են այն հեռուստակադրերը, երբ եկեղեցիներում կատարվում են ամուսնություններ տղամարդկանց (կամ կանանց) միջև: Ավելին, մարգինալ են ընկալվում նրանք, ովքեր չեն ընդունում նման մոտեցումները: Գրեթե նույն մեխանիզմով ընթացավ նաև «թեթև թմրանյութերի» օրինականացումը, որոնք այսօր մի շարք երկրներում ազատ վաճառքում են և նույնպես դիտարկվում են մարդու իրավունքների համատեքստում:

Համաձայն փորձագիտական գնահատականների, և՛ համասեռամոլության, և՛ թմրանյութերի լեգալացման խնդրում կարևոր դերակատարում ունեն խոշոր անդրազգային կոմերցիալ կառույցները: Թմրանյութերի վաճառքի և սեռական ծառայությունների շրջանառությունն այսօր հասնում է տրիլիոնավոր դոլարների, իսկ թմրանյութերի և համասեռամոլության տարածումը լայնացնում է համապատասխան բիզնես կառույցների շուկան, մեծացնում նրանց շահույթը: Միևնույն ժամանակ, այս ոլորտների զարգացումը կրում է նաև գաղափարախոսական երանգ, քանի որ արդի

գերազատականացված հասարակություններում, որոնք որակում են անգամ որպես «տոտալիտար ազատական հասարակություններ», սպառողական նոր հնարավորությունների ձևավորումը նպաստում է այդ հասարակությունների ավելի նպատակաուղղված կառավարմանը:

***

Ինչպես տեսնում ենք, ԶԼՄ-ի կողմից կիրառվող ազդեցության ձևերն ու հնարքները բազմազան են և կարող են օգտագործվել ինչպես առանձին-առանձին, այնպես էլ տարբեր համադրություններով, ինչն էապես սահմանափակում է լրատվության շարքային սպառողների կողմից ճշմարիտ, ընթացող իրողություններին համապատասխան տեղեկատվություն ստանալու հնարավորությունը: Այս համատեքստում տրամաբանական է, որ ստեղծվել են հատուկ մեթոդներ, որոնք օգնում են տարբեր ոլորտների վերլուծաբաններին «վերծանել» ԶԼՄ տրամադրած տեղեկատվությունը և այդպիսով ադեկվատ պատկերացումներ կազմել իրականության վերաբերյալ: Նման մեթոդներից է, մասնավորապես, «կոնտենտ վերլուծությունը»:

4.9 Բովանդակային (կոնտենտ) վերլուծության մեթոդ

Բովանդակային կամ կոնտենտ վերլուծության մեթոդը մշակվել է դեռևս նախորդ դարի 30-ական թթ. ամերիկացի քաղաքագետ Լասուելի կողմից, սակայն այն լայն կիրառություն է ստացել սկսած 1950-ականներից: Գրականության մեջ հանդիպող այս մեթոդի սահմանումներից ամենատարածվածը, թերևս, պատկանում է Բերելսոնին, ըստ որի՝ *կոնտենտ վերլուծությունը* բովանդակության օբյեկտիվ, համակարգված և քանակական նկարագրության հետազոտական տեխնիկա է [37]: Բովանդակային վերլուծության հիմքում ընկած է այն դրույթը, որ տեղեկատվական հոսքի տարբեր բաղադրատարրեր ունեն տարբեր ներկայացվածություն, և այդ ներկայացվածության աստիճանը չափելի է: Քանակական բովանդակային վերլուծությունը հիմնվում է որակական (տեքստային, վիզուալ, աուդիո) տեղեկատվության՝ քանակական ցուցանիշների փոխակերպման վրա: Հետազոտվող նյութի (միջազգային փաս-

տաթղթերի, պաշտոնյաների ելույթների, տեղեկատվական հոսքերի և այլն) նման քանակական ցուցանիշներն արտացոլում են մեզ հետաքրքրող հասարակական-քաղաքական գործընթացների տարբեր էական հատկանիշները: Կոնտենտ վերլուծությունը հատկապես մեծ արժեք է ներկայացնում այն դեպքում, երբ հետազոտողը կարողանում է ըմբռնել տեքստի և ոչ տեքստային իրականության միջև կապը: Մեծ տեքստային զանգվածների ընդհանրացված քանակական բնութագրիչներն ունակ են տեղեկատվություն տալ այնպիսի միտումների և օրինաչափությունների վերաբերյալ, որոնք անհնար է նկատել փոքր թվով առանձին տեքստերի վերլուծության միջոցով: Ի վերջո, կոնտենտ վերլուծությունը թույլ է տալիս համադրել հաղորդակցության սուբյեկտների վարքագծերը միևնույն ժամանակահատվածի ընթացքում կամ ուսումնասիրել դրանց ժամանակագրական դինամիկան: Օրինակ՝ կարելի է պարզել, թե ինչպես է փոխվել այս կամ այն ԶԼՄ վերաբերմունքը որևէ խնդրի, պետության կամ քաղաքական անձի նկատմամբ մեզ հետաքրքրող ժամանակահատվածում՝ ուսումնասիրելով օգտագործված բառապաշարը, վերհանված թեմաները և դրանց հաճախականությունը:

Այսօր բովանդակային վերլուծությունը լայնորեն օգտագործվում է ազգային-տեղեկատվական անվտանգությանը վերաբերող խնդիրներում, հատուկ ծառայություններում, քաղաքագիտության, սոցիոլոգիայի, գրականագիտության և այլ ոլորտներում: Նման մեթոդի օգնությամբ առավել հաճախ վերլուծվող նյութերը գրավոր տեքստերն են, որոնք կարող են լինել մեդիահաղորդագրություններ, միջազգային պայմանագրեր, գրական ստեղծագործություններ և այլն: Սակայն կոնտենտ վերլուծության կարող են ենթարկվել նաև բանավոր խոսքը (օրինակ՝ պաշտոնյաների ելույթները), շարժական և անշարժ վիզուալ պատկերները (ֆիլմեր, քարոզչական տեսահոլովակներ, լուսանկարներ), ոչ վերբալ հաղորդակցությունը կամ վարքագիծը, ժեստերը և այլն:

Բովանդակային վերլուծությունը և գիտական մեթոդի չափանիշները. կոնտենտ վերլուծության հիմնական տարբերու-

թյունը տեքստերի կամ այլ տեսակի ուղերձների (մեսիջ) վերլուծության որակական ձևերից պոզիտիվիստական[8] *գիտական մեթոդի* չափանիշներին համապատասխանելն է [38]: Դրանց թվում են այնպիսի չափորոշիչներ, ինչպիսիք են.

Օբյեկտիվություն-ինտերսուբյեկտիվություն (այս կամ այն առարկայի վերաբերյալ ընդհանրական պատկերացում). գիտական հետազոտության նպատակն է տալ որևէ երևույթի օբյեկտիվ նկարագրությունը կամ բացատրությունը: Դրա վրա չպետք է ազդի հետազոտողի՝ երևույթի նկատմամբ ունեցած վերաբերմունքը: Այնուամենայնիվ, գիտության փիլիսոփայության տեսանկյունից իրական օբյեկտիվությունը վիճելի հասկացություն է, և *փաստերն* ընդամենը հասարակական կոնսենսուսի արտահայտություն են: Այսպիսով, բովանդակային վերլուծության մեթոդը ձգտում է նվազագույնի հասցնել հետազոտողի սուբյեկտիվ դերակատարությունը և տալ այնպիսի արդյունքներ, որոնց հավաստիության վերաբերյալ տարբեր սուբյեկտներ կգան համաձայնության:

Փորձից առաջ և դրանից անկախ ստացված գիտելիքի (a priori) բնույթ. այս չափանիշի պահանջն է, որ բոլոր կոդերը և փոփոխականներն ընտրվեն նախքան հետազոտողի կողմից բուն նյութին ծանոթանալը:

Հուսալիություն (reliability). հուսալիությունն արտահայտում է, թե որևէ չափման գործընթացը որքանով է վերադարձնում նույն արժեքը տարբեր կրկնություններից հետո: Այսպես, օրինակ, եթե սենյակում ջերմաստիճանը չի փոփոխվում, տարբեր ջերմաչափերը պետք է գրանցեն նույն ցուցմունքը: Բովանդակային վերլուծության դեպքում խոսում ենք կոդավորողների միջև հուսալիության մասին, որն արտահայտում է երկու և ավելի կոդավորողների միջև համաձայնության աստիճանը: Վերջինիս բավարար մակարդակի բացակայության դեպքում կոնտենտ վերլուծության չափումներն ավելի քան վիճելի են դառնում:

Վալիդություն (validity). այս չափորոշիչը վերաբերում է էմպիրիկ չափումների և վերլուծվող կոնցեպտի իմաստի միջև գոյություն

[8] Պոզիտիվիզմը փիլիսոփայական ուսմունք է և գիտության մեթոդաբանության ուղղություն, որն իրական գիտելիքի միակ աղբյուր է ճանաչում էմպիրիկ (փորձնական) հետազոտությունը: Պոզիտիվիստները կողմ են հասարակական գիտություններում բնական գիտությունների մեթոդների (առաջին հերթին խոսքը փորձարարական և քանակական մեթոդների մասին է) կիրառմանը:

ունեցող կապին: Այլ կերպ ասած՝ վալիդության առաջնային հարցն է. «արդյո՞ք մենք չափում ենք այն, ինչը ցանկանում ենք չափել»:

Ընդհանրացում. որևէ հետազոտության արդյունքների ընդհանրացման դեպքում մենք տարածում ենք որևէ ընտրանքի ուսումնասիրությունից ստացված արդյունքները ողջ գլխավոր համակցության վրա: Բովանդակային վերլուծության պարագայում հնարավոր է իրականացնել համատարած և ընտրանքային հետազոտություններ: Համատարած հետազոտության պարագայում վերլուծվում է ողջ գլխավոր համակցությունը, ինչպես, օրինակ, որևէ երկրի նախագահի բոլոր պաշտոնական ելույթների տեքստերը: Ընտրանքային հետազոտության դեպքում ուսումնասիրվող ելույթների ընտրանքը կազմվում է նույն սկզբունքներով, ինչ սոցիոլոգիական հետազոտությունների պարագայում կազմվում է հարցվողների ցուցակը:

Վերարտադրելիություն. բնական գիտություններից հասարակական գիտություններին ավանդված վերարտադրելիության սկզբունքը պահանջում է, որ գիտական աշխատություններում պարունակվի բավարար տեղեկատվություն հետազոտության մեթոդաբանության և անցկացման ընթացակարգի վերաբերյալ: Այս պարագայում մեկ այլ հետազոտող կարող է վերարտադրել իրականացված հետազոտությունը, ստուգել դրա արդյունքների ճշմարտացիությունը:

Վարկածների ստուգում. պոզիտիվիզմի տեսանկյունից գիտական մեթոդը ենթադրում է տեսությունից վարկածների դեդուկտիվ[9] ածանցում: Կոնտենտ վերլուծության միջոցով համապատասխան չափումների իրականացումը թույլ է տալիս փոփոխականների միջև կապի վերաբերյալ վարկածները ստուգել վիճակագրորեն: Որպես օրինակ կարող է ծառայել վարկածն առ այն, որ որևէ կուսակցության (ենթադրենք՝ ԱՄՆ Դեմոկրատական կուսակցության) ներկայացուցիչների ելույթներում/նախընտրական ծրագրերում առավել մեծ տեղ են զբաղեցնում որոշակի հարցերը (դիցուք՝ տնտեսական հարցերը), քան մեկ այլ կուսակցության (դիցուք՝ ԱՄՆ Հանրապետական կուսակցության) անդամների ելույթներում/նախընտրական ծրագրերում:

[9] Տրամաբանական հետևություն, որում մասնավոր եզրակացությունը դուրս է բերվում ընդհանրականից:

Բովանդակային վերլուծության իրականացման փուլերը. ինչպես ցանկացած գիտական մեթոդ, բովանդակային վերլուծությունն ունի իրականացման փուլերի հստակ ընթացակարգ, որը ներկայացնում ենք ստորև ըստ հերթականության:

Տեսություն, հետազոտական հարց, վարկածներ. այս փուլում, կախված հետազոտության տեսական հիմքերից, հետազոտական հարցից և վարկած(ներ)ից, որոշվում է, թե ինչ կոնտենտ է վերլուծվելու և ինչու: Որոշվում է, թե արդյոք բովանդակային վերլուծության արդյունքները կապակցվելու են այլ փոփոխականների հետ:

Կոնցեպտուալիզացիա. հետազոտողը կազմում է փոփոխականների ցանկը, որոնց հետ աշխատելու է և տալիս է դրանց կոնցեպտուալ սահմանումները:

Օպերացիոնալիզացիա. որոշվում է, թե ինչպես են չափվելու ընտրված կոնցեպտները, տվյալների հավաքագրման ինչ միավորներ են կիրառվելու: Այս փուլում կարևորվում է վալիդության պահպանումը:

Կոդերի ընտրություն. ընտրված թեմաների և հասկացությունների համար կազմվում են կոդերի համապատասխան ցուցակներ, բառաշարքեր, որոնցից օգտվելու են կոդավորողները:

Ընտրանքի կազմում. եթե հնարավոր է համատարած հետազոտության անցկացումը, անցում է կատարվում հաջորդ փուլին: Շատ դեպքերում, սակայն, գլխավոր համակցության ծավալի մեծության, ժամանակի կամ ռեսուրսների սղության պատճառով հնարավոր չէ կատարել նման հետազոտություն: Այդ պարագայում կազմվում է ընտրանք, որը և ենթարկվում է հետագա վերլուծության:

Կոդավորողների նախապատրաստում. այս նախապատրաստական փուլում կոդավորողների թիմն աշխատում է համատեղ՝ որոշելու համար, թե արդյոք նրանք կարող են համաձայնության գալ փոփոխականների կոդավորման հարցում: Այնուհետև անցկացվում է որոշակի թեստ, յուրաքանչյուր փոփոխականի համար որոշվում է հուսալիության աստիճանը: Հնարավոր է, որ կարիք լինի որոշակիորեն վերանայել կոդերի նախնական ցուցակը:

Կոդավորում. իրականացվում են կոդավորման բուն աշխատանքները: Ցանկալի է առնվազն երկու կոդավորողների առկայությունը: Հնարավոր է կոդավորման իրականացումը համակարգչային ծրագրերի օգնությամբ:

Հուսալիության որոշում. ամբողջ նյութի կոդավորումից հետո յուրաքանչյուր փոփոխականի համար որոշվում է հուսալիության աստիճանը: Այն որոշելու համար գոյություն ունեն տարբեր եղանակներ, որոնք հաճախ զուգակցվում են:

Տաբուլյացիա և ներկայացում. կոնտենտ վերլուծության արդյունքները կարող են ներկայացվել տարբեր եղանակներով: Գծապատկերների տեսքով կարող է ցուցադրվել մեկ կամ մի քանի փոփոխականների դինամիկան, փոփոխականների միջև կապը կարող է ներկայացվել խաչաձև աղյուսակների (կրոստաբուլյացիա) տեսքով: Կոնտենտ վերլուծության փոփոխականներն այլ փոփոխականների հետ մեկտեղ կարող են օգտագործվել վիճակագրական մոդելներում և ընդգրկվել մոդելն ամփոփող աղյուսակում:

Վերլուծության միավորն ու հաշվարկման միավորը. բովանդակային վերլուծության մեթոդի կիրառման դեպքում վերլուծության միավորի ընտրությունն առաջին հերթին պայմանավորված է իրականացվելիք հետազոտության նպատակով ու խնդիրներով, հետազոտական հարցով, ստուգվող վարկածներով և այլն:

Պարզագույն վերլուծության միավորները կարող են լինել բառեր կամ նույնիսկ նիշեր, որոնց օգտագործման հաճախականությունն ուսումնասիրվում է հետազոտողի կողմից: Որպես օրինակ կարող է ծառայել տարբեր երկրների նախագահների, քաղաքական գործիչների ճառերում *«պատերազմ», «խաղաղություն», «արժեքներ»* կամ այլ բառերի օգտագործման հաճախականության համեմատական հետազոտությունը:

Վերլուծության միավոր կարող է լինել որևէ հասկացություն՝ արտահայտված առանձին բառերի կամ բառակապակցությունների միջոցով: Այս դեպքում մեծ կարևորություն է ներկայացնում վերլուծության միավոր հասկացությունն արտահայտող ընդգրկուն բառաշարքի ստեղծումը բացթողումներից խուսափելու համար: Վերլուծության միավորի դերում կարող են հանդես գալ նաև նախադասությունների, պարբերությունների կամ նույնիսկ ամբողջական տեքստերի մեջ արտահայտված թեմաները:

Բացի վերլուծության միավորից, տարբերում են նաև հաշվարկման միավորներ: Վերջինս չափելի է դարձնում վերլուծության միավորի ներկայացվածությունը տեքստում:

Վերլուծության միավորը կարող է համընկնել հաշվարկման միավորի հետ, սակայն կարող է և չհամընկնել: Այսպես, եթե մենք հաշվում ենք, թե քանի անգամ է տվյալ բառը, բառակապակցությունը կամ թեման օգտագործվում վերլուծվող տեքստերի մեջ, մեր վերլուծության և հաշվարկման միավորները համընկնում են: Սակայն եթե հետազոտողը ցանկանում է պարզել, թե ինչ ծավալ է հատկացվում այս կամ այն քաղաքական խնդրին որևէ պարբերականի էջերում, այս դեպքում արդեն վերոնշյալ միավորները կարող են չհամընկնել: Ենթադրենք՝ մեզ հետաքրքրում է հասկանալ, թե ինչ ծավալ է հատկացվում ՌԴ-ի նկատմամբ պատժամիջոցների թեմային այս կամ այն պարբերականի կողմից: Այդ դեպքում վերլուծության միավորը կլինի տվյալ թեման, իսկ հաշվարկը կարող է իրականացվել տողերի, բառերի, տպագիր նիշերի, տեքստի մակերեսն արտահայտող քառակուսի սանտիմետրերի քանակը որոշելու միջոցով: Համապատասխանաբար, հաշվարկի միավորը կլինի տողը, բառը, նիշը, քառակուսի սանտիմետրը: Կարող է նպատակահարմար լինել հետաքրքրող թեմային հատկացված ոչ թե բացարձակ ծավալի պարզումը, այլ դրա մասնաբաժինը հրատարակության ընդհանուր ծավալի մեջ:

Բովանդակային վերլուծության մեթոդի սահմանափակումները և հնարավորությունները. այս ամենով հանդերձ, փաստաթղթերի քանակական բովանդակային վերլուծությունն ունի իր սահմանափակումները: Այն հիմնվում է ուսումնասիրվող տեքստային զանգվածից որոշակի տարրերի առանձնացման վրա, որոնք, հետազոտողի կարծիքով, կարևոր են դրված խնդրի լուծման համար: Վերլուծության միավորների սխալ ընտրությունը կարող է աղավաղել ընդհանուր պատկերը:

Կոնտենտ վերլուծություն իրականացնող հետազոտողը հաճախ կարող է անտեսել իմաստային նրբերանգները, տեքստի մեջ պարունակվող ոչ բացահայտ հաղորդագրությունները: Ի վերջո, տեքստի մեջ պարունակվող որակական տեղեկատվությունից քանակականի անցման դեպքում միշտ առկա է որոշակի իմաստային կորուստի կամ աղավաղման վտանգը:

Այնուամենայնիվ, քանակական բովանդակային վերլուծությունն է, որ հնարավոր է դարձնում տեքստային մեծ զանգվածի մեջ

ընդհանրությունների, օրինաչափությունների և ժամանակի ընթացքում դինամիկ փոփոխությունների դուրսբերումը, որոնք կարող են ակնհայտ չլինել առանձին հատվածների ուսումնասիրության ժամանակ:

Որակական բովանդակությանը քանակական ձև տալով՝ կոնտենտ վերլուծությունը հնարավոր է դարձնում վիճակագրական մեթոդների ողջ զինանոցի հետագա կիրառությունը: Հնարավոր է դառնում տեքստից քաղված տեղեկատվությունը փոփոխականների տեսքով կիրառել կորելյացիոն և ռեգրեսիոն վերլուծության մեջ կամ պարզապես ակնառու ձևով ներկայացնել գծապատկերների կամ հաճախականային աղյուսակների տեսքով: Օրինակ՝ կարելի է հետազոտել, թե ինչ գործոնների հետ են կապված ԶԼՄ-ում, քաղաքական տեքստերում տոնայնության փոփոխությունները և այլն:

Մի քանի տասնամյակների պատմություն ունեցող կոնտենտ վերլուծության մեթոդի կարևորությունը ներկայում՝ մեծածավալ տվյալների *(Big Data)* ժամանակաշրջանում, միայն աճել է, քանի որ ժամանակակից համակարգչային ծրագրերը հնարավոր են դարձնում կարճ ժամանակահատվածում իրականացնել հսկայական տեքստային և ոչ տեքստային աղբյուրների վերլուծություն:

Միևնույն ժամանակ, փաստաթղթերի ավանդական վերլուծությունը, որը բովանդակության մեկնաբանման գործում կարևորում է հետազոտողի սուբյեկտիվ ունակությունները և ինտուիցիան, հաճախ կարող է փոխլրացման սկզբունքով համադրվել կոնտենտ վերլուծության հետ:

***

Առանձին լրատվամիջոցների բովանդակային վերլուծությունը, մասնավորապես, թույլ է տալիս վերհանել նրանց քաղաքական ուղղվածությունը և, եթե վերջինս հակասում է տվյալ հանրության *ՏԱ* հիմնադրույթներին, ձեռնարկել համապատասխան, այդ թվում նաև՝ օրենսդրական և վարչական միջոցներ:

4.10 Տեղեկատվական տարածքի վերահսկման օրենսդրական և վարչական միջոցները

ԶԼՄ-ի կողմից մարդկանց մտածելակերպի, հոգեվիճակի և վարվելաձևի վրա ազդելու հնարավորությունները մարտահրավեր են հանդիսանում ցանկացած հասարակության համար: Այդ մարտահրավերները որոշ պարագաներում վերածվում են լուրջ սպառնալիքների այս կամ այն պետության ազգային և տեղեկատվական անվտանգության տեսանկյունից: Արդարացիորեն համարվում է, որ նման տեղեկատվության դեմ պայքարի ամենաարդյունավետ միջոցներն են համապատասխան հակաագիտացիան, հակապրոպագանդան և տեղեկատվական հնարքների բացահայտումը:

Հատուկ ուշադրության են արժանի այն իրավիճակները, երբ սպառնալիք ներկայացնող տեղեկատվական հոսքերն իրականացվում են ոչ բարեկամ պետությունների և կազմակերպությունների կողմից ու հետապնդում են տվյալ հասարակությունն ապակայունացնելու, խարխլելու նպատակ: Հայտնի է նաև, որ մեր դարաշրջանում ոչ բարեկամական ԶԼՄ-ի բովանդակության ձևավորումն ընթանում է տարաբնույթ ՀԿ-ների և ոչ պետական կառույցների անմիջական մասնակցությամբ: Արդյունքում երբեմն ստեղծվում է իրադրություն, երբ նման սպառնալիքներից հնարավոր է պաշտպանվել միայն վարչական և օրենսդրական միջոցներով: Մասնավորապես, որոշ երկրներում, սեփական ՏԱ հիմնադրույթներից ելնելով, վերոնշյալ կազմակերպությունների կարգավիճակը սահմանում են որպես «օտարերկրյա գործակալներ»: Հատկանշական է, որ այդօրինակ մեթոդներ կիրառում են ոչ միայն տոտալիտար, այլև առաջատար ժողովրդավարական համարվող հասարակարգերը:

Միացյալ Նահանգներ. «Արտասահմանյան գործակալների» մասին օրենքը (*The Foreign Agents Registration Act (FARA)* այստեղ գործում է 1938-ից: Օրենքի համաձայն՝ «օտարերկրյա գործակալները», որոնք ամերիկյան քաղաքականության մեջ ներկայացնում են այլ երկրների կառավարությունների շահերը, ինչպես նաև օտարերկրյա ֆիզիկական և իրավաբանական անձինք, ԱՄՆ կառավարությանը պետք է ներկայացնեն իրենց գործունեությունը և ֆինանսավորման աղբյուրները: Սկզբում օրենքն ընդունվել է ԱՄՆ

Կոնգրեսի կողմից գաղափարախոսական բնույթի պրոպագանդայի դեմ պայքարի նպատակով: Սակայն հետպատերազմական շրջանում բազմաթիվ ճշգրտումներ են կատարվել, որոնցից հատկապես կարևոր էին 1966թ. արված ճշգրտումները: Արդյունքում՝ շեշտադրումը պրոպագանդայից անցավ քաղաքական լոբբինգի վրա, ինչը փոքր-ինչ փոխեց «օտարերկրյա գործակալ» հասկացությունը: Օրենքի հաջորդ ճշգրտումները, որոնց արդյունքում «քաղաքական պրոպագանդա» բացասական երանգ ունեցող տերմինը փոխարինվեց «տեղեկատվական նյութեր» չեզոք ձևակերպմամբ, ուժի մեջ մտան 1996թ. հունվարի 1-ից:

2013-ից ԱՄՆ-ում «օտարերկրյա գործակալ» համարվում է այն իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձը, ով գործում է *«օտարերկրյա ղեկավարների հրամանով և նրանց վերահսկողության տակ է գտնվում»*՝ դրա հետ մեկտեղ զբաղվելով *«քաղաքական գործունեությամբ օտարերկրյա ղեկավարի հետաքրքրությունների շրջանակներում»*[10]: Օրենքը բացառություններ է անում այն հասարակական կազմակերպությունների համար, որոնց գործունեությունը կրում է կրոնական, ակադեմիական, գիտական կամ գեղարվեստական բնույթ, և նաև նրանց համար, որոնց գործունեությունը գլխավորապես չի ծառայում օտար երկրի շահերին: ԱՄՆ կառավարությունն իրավունք չունի որևէ կազմակերպություն անվանել «օտարերկրյա գործակալ»՝ առանց հետևյալ երկու չափանիշների հաստատման.

- Արտասահմանյան պատվիրատուի վերահսկողության տակ գտնվելու փաստացի ապացույց;
- Արտասահմանյան պատվիրատուի շահերն իրականացնելու փաստացի ապացույց:

2016թ. *FARA*-ի պաշտոնական կայքում գրանցված էր 493 «օտարերկրյա գործակալ»:

Ռուսաստանի Դաշնություն. Համաձայն «Օտարերկրյա գործակալների» մասին օրենքի (ընդունվել է ՌԴ Պետական դումայի կողմից 2012թ.)՝ արտերկրից ֆինանսավորվող և քաղաքական գործունեություն ծավալող կազմակերպությունները պետք է

[10] http://www.imrussia.org/ru/politics/1455

գրանցվեն որպես «օտարերկրյա գործակալներ»: Այդ օրենքը չի տարածվում կրոնական, պետական կազմակերպությունների և նրանց ստեղծած հասարակական կազմակերպությունների, ինչպես նաև պետական, տեղական ինքնակառավարման և բյուջետային հաստատությունների վրա:

«Օտարերկրյա գործակալի» գործառույթ կատարող ՀԿ-ները դաշնային կառույցներին պետք է տրամադրեն իրենց գործունեության և ղեկավար անձնակազմի մասին տեղեկություն, ներկայացնեն ֆինանսական հաշվետվություններ և տարին մեկ անգամ համացանցում հաշվետվություն տեղադրեն իրենց գործունեության մասին: Նշված ՀԿ-ների տարածած նյութերում պետք է նշված լինի, որ դրանք հրատարակվել են «օտարերկրյա գործակալի» կարգավիճակ ունեցող կազմակերպության կողմից:

Համաձայն այս օրենքի՝ օտարերկրացիները ռուսական ԶԼՄ-ում 20%-ից ավելի կապիտալին տիրապետելու իրավունք չունեն: Ի լրումն, 2017 թվականից ՌԴ-ում ԶԼՄ ղեկավարներ չեն կարող լինել երկքաղաքացիություն ունեցող քաղաքացիները: ՌԴ արդարադատության նախարարության պաշտոնական կայքի տվյալների համաձայն, 2017թ. դրությամբ երկրում գործում էր շուրջ 100 «օտարերկրյա գործակալ»:

Տեղեկատվական դաշտի վերահսկման մեխանիզմներից է ՌԴ-ում 2016թ. հուլիսի 16-ին ընդունված ՌԴ Պետական դումայի պատգամավոր Ի.Յարովայայի կողմից առաջադրված օրենքը: Օրենքը ներառում է երկու օրինագիծ, որոնք հակաահաբեկչական բնույթ են կրում.

1. ՌԴ Քրեական օրենսգրքի մեջ փոփոխությունների ներառում՝ մասնավորապես ուղղված ահաբեկչության դեմ լրացուցիչ միջոցների կիրառմանը և հասարակական անվտանգության ապահովմանը:
2. ՌԴ առանձին օրենսդրական ակտերի մեջ փոփոխությունների ներառում՝ մասնավորապես ուղղված ահաբեկչության դեմ լրացուցիչ միջոցների կիրառմանը և հասարակական անվտանգության ապահովմանը:

Առաջին օրինագիծը ՌԴ քրեական օրենսգրքում հանցագործությունների երեք նոր տեսակ ավելացրեց.

- Ահաբեկչական բնույթի հանցագործությունների քողարկում;
- Ծայրահեղական գործունեության աջակցություն;
- Միջազգային ահաբեկչության իրականացում:

Այս օրինագիծը կապի օպերատորներին պարտավորեցնում է պահպանել բաժանորդների հեռախոսազանգերը և հաղորդագրությունները ՌԴ կառավարության կողմից հաստատված կոնկրետ ժամանակահատվածի համար (ոչ ավելի, քան 6 ամիս): Չնայած սա պայմանական ժամանակահատված է, դեռ հաստատված չէ նաև, թե կոնկրետ ինչ տեղեկատվություն է անհրաժեշտ պահպանել՝ տեքստային հաղորդագրություններ, ձայնային հաղորդագրություններ, նկարներ, վիդեոներ և այլն: Փորձագետները նշում են, որ օրենքի կիրառումը մեծամասշտաբ կուտակված տեղեկատվության արխիվացման հնարավորություն կտա, որոնք կարող են մեծացնել կիբեռհարձակումների թիվը:

Օրենքն ուժգնացնում է պատասխանատվությունը համացանցում ահաբեկչության արդարացման կոչերի համար: Խախտումը ենթադրում է 7 տարի ազատազրկում, ինչպես նաև 5 տարի ժամկետով կոնկրետ պաշտոններ զբաղեցնելու արգելք: Յարովայայի օրենքը նաև սահմանափակում է դնում գաղտնազերծման ոչ հավատարմագրված միջոցների կիրառման վրա: Անվտանգության դաշնային ծառայությունն այս կետում հստակեցում է մտցնում, որի համաձայն՝ գաղտնազերծման պարտադիր սերտիֆիկացում պահանջվում է միայն պետական գաղտնիք պարունակող տեղեկատվության դեպքում[11]:

ԶԼՄ և ՀԿ-ների գործունեության վերահսկման մեխանիզմերը Չինաստանում. Երկրի ՏԱ ապահովման նպատակով 2016թ. մարտի 10-ից Չինաստանում ուժի մեջ է դրվել օտարերկրյա ԶԼՄ գործունեությանն ուղղված արգելքը, որի համաձայն՝ օտարերկրյա, ինչպես նաև համատեղ սեփականության սկզբունքով գործող բոլոր ինտերնետ-պարբերականներին չի թույլատրվում հրատարակել իրենց նյութերը համացանցի չինական սեգմենտում: Հոդվածներից զատ՝ արգելքի տակ դրվում են նկարները,

[11] http://www.aif.ru/dontknows/actual/chto_takoe_paket_yarovoy_i_v_chyom_ego_sut

խաղերը, մուլտիպլիկացիաները, աուդիո- և վիդեոֆայլերը, միևնույն ժամանակ՝ չինական ԶԼՄ-ին հրահանգվում է մանրամասն հետևել իրենց կողմից հրատարակվող նյութերի բովանդակությանը[12]: Վեբ-կայքերը ֆիլտրվում են ըստ բանալի բառերի, որոնք կապված են պետական անվտանգության հետ: Որոնողական այնպիսի համակարգեր, ինչպիսիք են *Google*-ը, *Yahoo*-ն, *Bing*-ը, նույն սկզբունքով ֆիլտրում են որոնման արդյունքները: Մասնավորապես, *Google*-ը բացել է չինարեն հատուկ որոնողական կայք, և չինական կառավարության ներկայացուցիչների հետ համատեղ գործելով նրանք արգելում են քաղաքականապես ոչ կոռեկտ թեմաներով կայքերի հասանելիությունը բնակչությանը[13]: ԶԼՄ-ի սերվերները պետք է գտնվեն ՉԺՀ տարածքում, իսկ սեփականատերերը, խմբագրությունը և տեխնիկական անձնակազմը պետք է կազմված լինեն ՉԺՀ քաղաքացիներից:

2015թ. ՉԺՀ-ում օրենք ընդունվեց նաև կիբեռանվտանգության մասին: Անհատական տվյալների ապահովության նպատակով տեղական իշխանությունները ծրագրում են վերահսկողություն հաստատել ոչ միայն ինտերնետ *պրովայդերների*[14], այլև հայտնի օնլայն-հարթակների սեփականատերերի և ադմինիստրատորների նկատմամբ[15]:

ԶԼՄ-ին զուգահեռ՝ Չինաստանում 2017թ. օրինագիծ է ընդունվել, որի արդյունքում խստացվում է երկրի տարածքում գործող օտարերկրյա ՀԿ-ների ֆինանսական գործունեությունը, որոնց թիվը հասնում է մոտ 1000-ի[16]: Չինաստանում գործող օտարերկրյա ՀԿ-ները պետք է գրանցվեն Հասարակական անվտանգության նախարարությունում և գտնվելու են պետական մարմինների հսկողության տակ: Ի լրումն, չինական կազմակերպություններին հրահանգվում է դադարեցնել համագործակցությունն այն ՀԿ-ների հետ, որոնք սպառնալիք են ներկայացնում ազգային անվտանգությանը: Այս փաստաթղթի ընդունումը չի վերաբերում չինական կազմակերպությունների

[12] https://lenta.ru/articles/2016/02/20/chinacloseinternet/
[13] http://news.bbc.co.uk/hi/russian/sci/tech/newsid_4646000/4646048.stm
[14] Այդպես են կոչվում ինտերնետ տրամադրող կազմակերպությունները:
[15] https://lenta.ru/articles/2016/02/20/chinacloseinternet/
[16] Տե՛ս http://www.dw.com/ru կայքում

անուղղակի համագործակցությանն օտարերկրյա կրթական, բժշկական և գիտական հաստատությունների հետ:

ԶԼՄ և ՀԿ-ների գործունեությունն Իրանում. Այս երկրում ինտերնետի բովանդակային վերլուծությամբ զբաղվում են մի շարք կառույցներ: Հետախուզության և հակահետախուզության գերատեսչությունը՝ Ինֆորմացիայի նախարարությունը, իրականացնում է պետական *պրովայդերների* գործունեության կառավարումը և հակաիսլամական բովանդակությամբ նյութերի ու էլեկտրոնային նամակների զտումը: Կոմերցիոն *պրովայդերների* գործունեությունը պետք է արժանանա Ինֆորմացիայի նախարարության, ինչպես նաև Իսլամի օրենքները վերահսկող նախարարության հավանությանը:

2003-ից Իրանում գործում է *Ինտերնետի գրաքննության հանձնաժողովը*, որը ձևավորվել է բարձրագույն դատական իշխանության համակարգում և լիազորված է վերահսկելու երկրի ինտերնետային տարածքը, ինչպես նաև տուգանքներ սահմանելու համացանցում խախտումներ կատարելու դեպքում: Նման հստակ ինտերնետ-քաղաքականություն իրականացնելով՝ Իրանի իշխանության ներկայացուցիչները պնդում են, որ գրաքննության ենթարկվում է կոնկրետ այն ինֆորմացիան, որը հակադրվում է իսլամական արժեքներին, այլ ոչ թե քաղաքական բնույթի տեղեկատվությունը[17]:

Իրանում ՀԿ-ների գործունեությունը կարգավորվում ու վերահսկվում է երկրում գործող սահմանադրությամբ, որը ենթադրում է, որ քաղաքական կուսակցությունները և խմբավորումները, իսլամական կամ փոքրամասնությունների ճանաչված ասոցիացիաներն ազատ են ձևավորվելու և գործելու օրենքի սահմաններում:

Իսրայել. 2015թ. դեկտեմբերի 27-ին այս երկրի կառավարությունը հավանության էր արժանացրել արտասահմանից ֆինանսավորվող հասարակական կազմակերպությունների մասին օրենքի նախագիծը: 2016թ. փետրվարին Իսրայելի խորհրդարանն առաջին ընթերցմամբ հաստատեց օրինագիծը, ըստ որի՝ հասարակական և ոչ պետական կազմակերպությունները պարտավորվում են

[17] http://content-filtering.ru/allinet/regulinet/regulinet_232.html

հայտնել այն մասին, թե արդյոք նրանք ստանում են ֆինանսական աջակցություն օտար պետություններից: Այս նախագծի գործառնությանն են ենթարկվում այն բոլոր կազմակերպությունները, որոնք ավելի քան 50%-ով ֆինանսավորվում են այլ պետություններից կամ պետական մարմիններից:

***

Ինչպես հետևում է ձեռնարկի այս գլխի շարադրանքից, տեղեկատվության բովանդակային բնույթի խնդիրները հնարավոր է վերհանել և այս կամ այն չափով լուծել՝ կիրառելով մտավոր - վերլուծական կամ վարչական մեթոդներ: Միևնույն ժամանակ, թվային տեխնոլոգիաների զարգացման արդյունքում առաջացել են նոր տիպի մարտահրավերներ, որոնց դիմակայելու համար *ՏԱ* ավանդական գործիքաշարը բավարար չէ: Այդ և հարակից հարցերը կդիտարկվեն հաջորդ գլխում:

Օգտագործված գրականություն

1. *Norris, P. A (2000).* Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge: Cambridge University Press,
2. *Scheufele, D. A. & Tewksbury, D.* (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models // Journal of Communication 57.
3. *Nelson, T., Oxley, Z. and Clawson, R.* (1997). Toward a Psychology of Framing Effects// Political Behavior, N 19. 3, p. 221 (հղված է ըստ՝ *EVANS, M.* (2010). Framing international conflicts: Media coverage of fighting in the Middle East// International Journal of Media and Cultural Politics, Volume 6, Number 2, p. 210).
4. *Scheufele, D.A. (1999).* Framing as a theory of media effects // Journal of Communication, 49(1), pp. 103–122.
5. *Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. (1996).* Mediating the message: Theories of influences on mass media content (2nd ed.). White Plains, NY: Longman.
6. *Gans, H. (1979).* Deciding what's news. New York: Pantheon Books.
7. *Kim, Sei-Hill, Carvalho, J.P., and Davis, A.G .* (2010). Talking About Poverty: News Framing of Who is Responsible For Causing and Fixing the Problem //Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 87, Nos. 3-4, Autumn/Winter.
8. *Entman, R.M.* (2003). Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11 // Political Communication, N 20.
9. *Brüggemann, M.* (2014). Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames // Communication Theory, N 24.
10. *Брутян Г.А.,* Очерк теории аргументации, Ереван, Изд-во АН Армении, 1992.
11. *McCombs, M., Shaw, D. (*1977). The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. West, St. Paul, Minneapolis.
12. *W.Russell Neuman, Lauren Guggenheim, S. Mo Jang, & Soo Young Bae (*2014). The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data // Journal of Communication, N 64 p. 193.
13. *Griffin, E. (1996).* A First Look at Communication Theory. N.Y.: McGraw-Hill, Inc.

14. *Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, Jeffries-Fox, S., Signorielli, N. (*1978). "Cultural Indicators: Violence Profile No. 9". In: Journal of Communication, Vol. 28, No. 3, pp. 176-207.
15. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., S., Signorielli, N. (1986). "Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process". In: J.Bryant and D.Zillmann (eds.). Perspectives on Media Effects. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, N.J., pp. 17-40.
16. *Hanson, R.E. (2011).* Mass Communication: Living in a Media World. CQ Press, p. 64.
17. *Միրաքյան Վ. (2012):* «Ագրեսիվ հեռուստատեսության» հետևանքները, Ե., «Միտք» վերլուծական կենտրոն:
18. *Debray R.,* Cours de mediologie generale, Paris, 1991.
19. *Кара-Мурза С.Г.,* Манипуляция сознанием, М., 2009.
20. *Франке Г.,* Манипулируемый человек, М., 1964.
21. *Шиллер Г.,* Манипуляторы сознанием, М., 1980.
22. *Амелин В.,* Социология политики, М., 1992.
23. *Швидунова А.,* СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций, 2006, http://evartist.narod.ru/text5/86.htm
24. *Brown J.A.,* Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing, Harmondworth, 1963.
25. *Lasswell H.D.,* Propaganda Technique In The World War London. Kegan Paul, Trench, Trubner&C», Lid New Jork: Alfred A. Knopf, 1927.
26. *Burstin D.,* The Image: A Guide to Pseudo-Events in America, N.Y., Vintage Books, 1992.
27. *Ноэль-Нойман Э.,* Общественное мнение: открытие спирали молчания, Москва, 1996.
28. *Lasswell H., Leites N.,* Language of Politics, N.Y., 1949.
29. *Кассирер Э.,* Техника современных политических мифов, «Вестник Московского университета», Сер. 7, №2, Москва, 1990.
30. *Фромм Э.,* Бегство от свободы, Минск, 1998.
31. *Шомова С.,* Политические шахматы: паблик рилейшнз как интеллектуальная игра, Москва, «РИП-холдинг», 2003.
32. *В.П. Шейнов,* Психология лидерства, влияния, власти, 2-е изд., Минск, Харвест, 2008.
33. *Riker W.H.,* The Art of Political Manipulation, New Haven, Yale Univ. Press, 1986.

34. *Алтунян А.Г.,* Анализ политических текстов, Москва, Логос, 2010.
35. *Robert B. Cialdini,* Influence. Science and Practice, 4th ed., Boston: Allyn&Bacon, 2001.
36. *Дж.О'Коннор, Дж.Сеймор,* Введение в нейролингвистическое программирование, Челябинск, «Библиотека А.Миллера», 1998, с. 35.
37. *Berelson, Bernard.* Content Analysis in Communication Research. Glencoe: Free Press, 1952.
38. *Neuendorf, Kimberly A.* The Content Analysis Guidebook. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications, 2002.

ԳԼՈՒԽ 5.
ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ ԿԻԲԵՌՏԱՐԱԾՔՈՒՄ

Նախորդ գլուխներում *ՏԱ* խնդիրները հիմնականում դիտարկվել են տեղեկատվության բովանդակային բաղադրիչի համատեքստում: Միևնույն ժամանակ, տեխնոլոգիական զարգացումների արդյունքում տեղեկատվական ոլորտում առաջանում են ուղղություններ, որոնք ձևավորում են տեղեկատվական նոր միջավայր և նոր տիպի սպառնալիքներ: Այս գլխում համառոտակի կդիտարկվեն այդ նոր մարտահրավերների առանձնահատկությունները և դրանց դիմակայելուն ուղղված անհատական ու օրենսդրական միջոցները:

5.1 Կիբեռտարածք և կիբեռմարտահրավերներ

Գլոբալ դերակատարում ձեռք բերած համացանցը և նրա հետ համակցված թվային տեխնոլոգիաները ձևավորել են նոր միջավայր՝ *կիբեռտարածք*[1], որի տակ հասկացվում է այն համակարգչային-համացանցային երևակայական, *վիրտուալ* դաշտը, որտեղ անձը կորցնում է իրական և արհեստական կառուցված աշխարհները տարբերելու ունակությունը:

Այլ տեսանկյունից են մեկնաբանում այդ եզրը ռազմական ոլորտի փորձագետները, համաձայն որոնց՝ կիբեռտարածք ասելով հասկացվում է «փոխկապակցված տեղեկատվական–տեխնոլոգիական ենթակառուցվածքների ցանց, որը ներառում է համացանցը, հեռահաղորդակցման և համակարգչային համակարգերն ու նրանց մեջ ներառված պրոցեսորները»[2]:

Նկատենք, որ *կիբեռ* եզրի հաստատվելը *ՏԱ* բառապաշարում պատահական չէ, քանի որ *կիբեռնետիկան* (հունարեն՝ կառավարման արվեստ) ենթադրում է գիտության այն ոլորտը, որտեղ ուսումնասիրում են կառավարման բարդ համակարգերում (լինեն դրանք մեքենաներ, կենդանի օրգանիզմներ կամ մարդկային

---

[1] Եզրը շրջանառության մեջ է դրել կանադացի ֆանտաստ գրող Վիլյամ Գիբսոնը:

[2] *Микрюков В.Ю.,* Информационные войны,http://nic-pnb.ru/analytics/informatsionnye-vojny/.

հանրություններ) տեղեկատվություն ստանալու և հաղորդելու, պահելու և վերամշակելու խնդիրները:

Համացանցային, թվային տեխնոլոգիաների միջոցով ստեղծված *կիբեռտարածքն* աննախադեպ մեծ հնարավորություններ է ընձեռում մարդկային շփման ու տեղեկատվության փոխանակման համար, և այդ տեսանկյունից մարդկության զարգացման համար կարևորագույն գործոն է հանդիսանում: Համաձայն որոշ հետազոտողների մոտեցումների, կիբեռտարածքում ընթացող գործընթացներին բնորոշ է յուրահատուկ գաղափարախոսություն՝ այսպես կոչված *Netism* (ցանցականություն), որի հենքը, հաշվի առնելով նման տարածքում անձի զանազան ինքնարտահայտումների գրեթե անսահմանափակ հնարավորությունները, ծայրահեղականացված ազատականությունն է կամ այսպես կոչված *հիպերլիբերալիզմը*[3]: Նման գաղափարական բովանդակություն ունեցող տարածքում իրական աշխարհի հետ կապը կորցրած անձը՝ *homo virtualicus-ը,* կարող է լիովին բավարարվել կիբեռտարածքի ընձեռած հնարավորություններով և չընկալել իրական աշխարհում տեղի ունեցողը: Թերևս այս հանգամանքով կարելի է բացատրել, որ կիբեռտարածքի «քաղաքացիների» պարագայում գրեթե չի գործում տոտալիտար համակարգերում գործող այն կանոնը, համաձայն որի, երբ մատուցվող քարոզչության բովանդակության և իրականության միջև տեղի է ունենում խզում, ապա հասարակությունը սկսում է ըմբոստանալ տիրող համակարգի դեմ: Այդ իսկ պատճառով լիովին «ազատականացված» *homo virtualicus-ը* կարող է հաճախ անտարբեր լինել իրական կյանքում հաստատվող տոտալ գաղափարախոսության և բարքերի նկատմամբ ու չձեռնարկել որևէ ջանք դրանք փոխելու նպատակով: Այս առիթով նշենք, որ վիրտուալ տարածքում այս կամ այն խնդրի վերաբերյալ հայտնվող «*ֆեյքերը*» ավելի քան անարդյունավետ են և ի լրումն ստանում են հերքող պատասխաններ տարաբնույթ *բոտ-երի*[4] միջոցով: Մինչդեռ հայտնի է, որ ցան-

---

[3] *Савин Л.,* Кибергеополитика: вопросы идеологии, http://katehon.com/ru/article/kibergeopolitika-voprosy-ideologii, *Treanor P.,* Internet as Hyper-liberalism, 1996 http://web.inter.nl.net/users/Paul.Treanor/net.hyperliberal.html

[4] Անգլերեն՝ *bot* (կրճատ. *robot* (*ռոբոտ) բառից*) - հատուկ համակարգչային ծրագիր, որն ավտոմատ կերպով համացանցում տարածում է անհրաժեշտ կարծիքներ և մեկնաբանություններ:

կացած քաղաքական համակարգի համար հասարակական վերահսկումից դուրս գալը հղի է ծանր սոցիալական և քաղաքական հետևանքներով:

Ակնհայտ է, որ առանձին անհատների նման լայն իրավունքներն ինչպես իրական, այնպես էլ վիրտուալ հարթությունում, գրեթե անխուսափելիորեն ոտնահարում են այլոց իրավունքները: Այդ պատճառով դժվար վերահսկելի այդ տարածքն այսօր հանդիսանում է հարթակ ոչ միայն օրենքի հետ երբեմն աղերս չունեցող քաղաքական գործողությունների, այլև զուտ քրեական բնույթի արարքների համար: Հատկանշական է, որ վերջիններս, չնայած իրենց վիրտուալ բնույթին, հանգեցնում են միանգամայն «նյութականացված» հետևանքների:

Վերոնշյալի համատեքստում նշենք, որ ներկայում շուրջ 130 երկրներում գործում են ցանցահենների կամ, ինչպես նրանց ընդունված է անվանել՝ հաքերների[5] խմբեր, որոնք շարունակաբար նոր վնասակար ծրագրեր են մշակում և տարեկան կատարում են մի քանի հարյուր միլիոն կիբեռհարձակում[6]: Դրանց նպատակն է ֆինանսական – տնտեսական վնաս պատճառել «պայմանական հակառակորդներին»՝ մրցակից բիզնես կազմակերպություններին, կամ էլ ուղղակի անձնական շահույթ ստանալ[7]: Նման հարձակումներից ԱՄՆ-ը 2016թ. կորցրել է $108 մլրդ, Չինաստանը՝ $60 մլրդ, իսկ Գերմանիան՝ $58 մլրդ: Ընդհանուր առմամբ համացանցային հանցագործությունների հետևանքով համաշխարհային տնտեսության վնասները 2016թ. կազմել են $575 մլրդ, սակայն արդեն 2017-ին սպասվում է, որ կիբեռգրոհների արդյունքում ընդհանուր առմամբ համաշխարհային տնտեսությանը կպատճառվի մոտ $1.0 տրլն-ի վնաս (համաշխարհային ՀՆԱ-ի մոտ 2%-ը): Նկատենք նաև, որ ներկայացված տվյալներում ներառված չեն այն հսկայական գումարները, որոնք ծախսվում են նման հարձակումներից պաշտպանվելու նպատակով:

Բայց խնդիրը միայն այն չէ, որ կատարվում են զուտ ֆինանսական մեքենայություններ: Կիբեռհարձակումները թույլ են

---

[5] Անգլերեն *hacker*, որը նշանակում է *կտրատել:*

[6] Ըստ http://www.agcs.allianz.com/ տվյալների:

[7] Որոշ փորձագետներ նշում են, որ հաքերները կատարում են իրենց գործողությունները ոչ միայն նյութական օգուտներ ստանալու, այլ նաև համացանցի օգտատերերին վնաս պատճառելուց բավականություն ստանալու նպատակով:

տալիս շարքից դուրս բերել արդյունաբերական կառույցները. համաձայն «Կասպերսկու լաբորատորիայի» հրապարակած տվյալների, 2016թ. համաշխարհային արդյունաբերական ողջ համակարգի 27.5%-ում հայտնաբերվել են վնասակար ծրագրեր[8]: Այս ոլորտում առանձնապես վտանգավոր են հարձակումները միջուկային ենթակառուցվածքների վրա: Օրինակ, 2009-2010թթ. կազմակերպվեց կիբեռգրոհների շարք Իրանի միջուկային օբյեկտների վրա, որոնց կառավարման համակարգում ներմուծված *«Stuxnet»* տիպի վիրուսները ոչնչացրին ուրան հարստացնող շուրջ 1000 ցենտրիֆուգ: Ակնհայտ է, որ նման հարձակումների կարող են ենթարկվել, մասնավորապես, նաև ատոմակայանները, ինչը կարող է հանգեցնել հումանիտար և էկոլոգիական աղետների: Հատկանշական է, որ ինչպես 1986թ. Չեռնոբիլի, այնպես էլ ավելի ուշ՝ 2011թ. ճապոնական Ֆուկուսիմա-1 *ԱԷԿ-ներում* պատահած վթարների պատճառը, համաձայն որոշ վարկածների[9], այլ երկրների կողմից կատարված նպատակաուղղված գործողություններն են:

Ինչպես տեսնում ենք, կիբեռհարձակումները դարձել են տարածված երևույթ, և տրամաբանական է, որ ընձեռված հնարավորություններից լայնորեն օգտվում են նաև քաղաքական ոլորտում: *Կիբեռգործողությունները* և դրանց համակարգված համախումբը՝ *կիբեռպատերազմները* (այսպես կոչված պատերազմի հինգերորդ ոլորտը՝ ցամաքից, ծովից, օդից և տիեզերքից հետո), թույլ են տալիս, մասնավորապես, մեծ արդյունավետությամբ ներազդել պայմանական հակառակորդի հիմնական կրիտիկական ենթակառուցվածքի՝ կառավարման համակարգի վրա: Այսպիսով, չնայած տեխնոլոգիական յուրահատկություններին, բովանդակային առումով կիբեռգործողությունները և կիբեռպատերազմներն ընդհանրական տեղեկատվական գործողությունների ու պատերազմների մասն են կազմում և ենթարկվում են համապատասխան դասական սահմանումներին:

Միևնույն ժամանակ, կիբեռտարածքում ընթացող պատերազմները, շնորհիվ իրենց, ինչպես արդեն նշել ենք, «նյութականացված» արդյունքների, երբեմն ավելի զորեղ են ազդում աշխարհա-

---

[8] http://www.kaspersky.ru/

[9] Катастрофа в Чернобыле была организована, чтобы ударить по СССР, http://www.km.ru/v-rossii/2017/03/24/798483-katastrofa-v-chernobyle-byla-organizovana-chtoby-udarit-po-sssr

քաղաքական զարգացումների վրա, քան իրական հարթությունում կատարվող տեղեկատվական գործողությունները: Նման իրողությանը նպաստում է նաև այն հանգամանքը, որ խիստ դժվար է պարզել, թե ովքեր են կիբեռգործողություններ իրականացնողները. հայտնի է, որ այսօր բացահայտվում է կիբեռհանցագործությունների ընդամենը 3-4%-ը: Սակայն անգամ բացահայտումից հետո պետք է հաշվի առնել, որ կոնկրետ հաքերային խմբավորումը կարող է ենթարկվել կամ ուղղորդվել ոչ միայն պետական հատուկ նշանակության ծառայությունների և կառույցների կողմից: Հաճախ այդ հաքերները կատարում են ոչ պետական կազմակերպությունների պատվերը կամ էլ գործում են անկախ՝ հետևելով իրենց համոզմունքներին և պատկերացումներին: Բոլոր պարագաներում պետք է արձանագրել, որ կիբեռգործողություններ կատարողների և դրանց պատվիրատուների նույնականացումը տեխնիկապես ավելի դժվար խնդիր է, քան ավանդական տեղեկատվական գործողությունների պարագայում:

Այս վերջին հանգամանքները մեծ հնարավորություններ են ստեղծում տարաբնույթ քաղաքական շահարկումների համար, և արդյունքում նման հարձակումները հանգեցնում են լարվածության անգամ խոշոր տերությունների հարաբերություններում: Դրա վկայություններից է, օրինակ, ՌԴ-ԱՄՆ հարաբերությունների սրացումը՝ պայմանավորված 2016թ. ամերիկյան նախագահական ընտրություններում «ռուսական հաքերների» կողմից կատարված «միջամտություններով»: Այդ միջադեպը փաստացի չհաստատվեց, սակայն որոշակի քաղաքական կողմնորոշումներ ունեցող ԶԼՄ-ի բուռն արձագանքի շնորհիվ հասարակությունում ձևավորված մթնոլորտն առիթ տվեց ԱՄՆ վարչակազմին արտաքսել երկրից ռուս դիվանագետների մի մեծ խմբի:

Տեղեկատվական համալիր գործողություններով պայմանավորված՝ վերոնշյալ և բազում նման քաղաքական զարգացումների թիվն արդի ժամանակահատվածում շեշտակի աճում է: Արդյունքում՝ երբեմն որոշ ոչ պետական կառույցներ, ելնելով իրենց կորպորատիվ շահերից, կարող են իրագործել համալիր տեղեկատվական գործողություններ, որոնք կարող են ուղղորդել այս կամ այն երկրի քաղաքական ղեկավարության դիրքորոշումները, մինչդեռ անցյալում համարվում էր, որ արտաքին տեղեկատվական քաղաքականությունը պետական կառույցների մենատի-

րությունն է: Այս իրողություններից ելնելով՝ որոշ փորձագետներ հակված են կարծել, որ արդի ժամանակաշրջանում ոչ թե «պատերազմն է քաղաքականության շարունակությունը այլ միջոցներով» (համաձայն ռազմարվեստի դասական Կառլ ֆոն Կլաուզևիցի հայտնի սահմանման), այլ հաճախ «քաղաքականությունն է հանդիսանում տեղեկատվական պատերազմների շարունակությունն այլ միջոցներով»:

Միևնույն ժամանակ, կիբեռհարձակումները մեծ վտանգ են ներկայացնում ոչ միայն խոշոր պետությունների, այլև շարքային օգտատերերի համար:

5.2 Անձնական կիբեռանվտանգության հիմունքներ

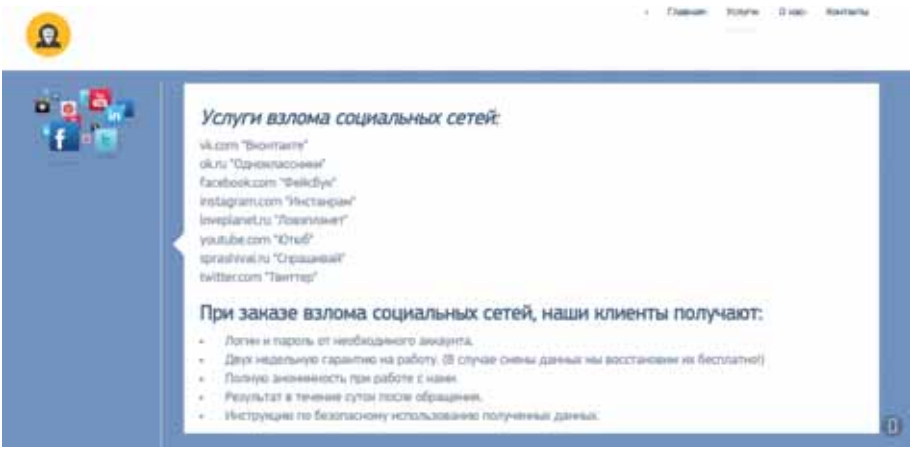
Ինչպես հայտնի է, այսօր ձևավորվել է հաքերային հարձակումների ծառայությունների հսկայական սև շուկա[10]: Մասնավորապես այսպես կոչված «Մութ ցանցում» *(Darknet)* գործում են բազմաթիվ *անոնիմ* կայքեր, որտեղ կարելի է պատվիրել տարբեր տիպի հաքերային հարձակումներ՝ սկսած ընտանեկան բնույթի գործողություններից, ուղղված սոցցանցերի օգտատերերի դեմ, մինչև լուրջ կորպորատիվ հարձակումները, երբ կորզվում է գաղտնի տեղեկատվություն կամ էլ իրականացվում համակարգի խափանում: Նման խմբերը համացանցում գովազդում են իրենց ծառայությունները, ինչպես դա անում է բազմաթիվ երկրների ուժային կառույցներին հաքերային ծառայություններ մատուցող իտալական *The Hacking Team* հաքերային կազմակերպությունը, կամ էլ գործում են *անոնիմ (տե՛ս Նկ. 5.1):*

Հարձակումներ կատարող հաքերային խմբավորումները կարելի է բաժանել մի քանի տիպի[11].

- *Իրենց «Սև գլխարկ» (Black Hat) անվանող վարձկան հաքերներ,* որոնք պատրաստ են երրորդ կողմի պատվերով իրականացնել ցանկացած տիպի հարձակում;
- *Սեփական պետությանը ծառայող հաքերներ,* որոնք իրականացնում են հարձակումներ պետական պատվերով;

[10] Markets for Cybercrime Tools and Stolen Data. The RAND Corporation. 2014. http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR600/RR610/RAND_RR610.pdf

[11] 7 Types of Hacker Motivations, https://blogs.mcafee.com/consumer/family-safety/7-types-of-hacker-motivations/



Նկ. 5.1

Հաքերային վճարովի ծառայություններ առաջարկող կայքերից մեկի գլխավոր էջը:

- *Կիբեռլրտեսներ*, որոնք աշխատում են մեծ կորպորացիաների և կազմակերպված հանցավոր խմբերի պատվերով;
- *Կիբեռահաբեկիչներ,* որոնք իրականացնում են գործողություններ նույն դրդապատճառներով, ինչ ավանդական ահաբեկչական խմբերը;
- *Այսպես կոչված հաքտիվիստներ (hacktivist)*՝ քաղաքական, կրոնական կամ հասարակական ոլորտների ակտիվիստներ, որոնք իրենց բողոքը դրսևորում են հաքերային հարձակումների միջոցով:

Հարձակվող խմբերի բազմազանությունն այնպիսին է, որ թիրախ կարող է հանդիսանալ յուրաքանչյուրը: Հաճախ օգտատերերը չեն պատկերացնում, թե ինչ պատճառով հաքերները կարող են իրենց թիրախավորել: Հասկանալի է, որ քաղաքական գործիչները, իրավապաշտպանները, բիզնեսմենները, լրագրողները կարող են հանդիսանալ անմիջական թիրախներ: Նույնիսկ համացանցի «շարքային» օգտատերը կարող է հանդիսանալ թիրախ, քանի որ.

- Հաքերները հաճախ իրականացնում են զանգվածային ավտոմատացված հարձակումներ՝ հնարավորինս մեծ քանակի անձնական տվյալներին տիրանալու համար, և այդ պարագայում յուրաքանչյուրը կարող է տուժել հաքերային գրոհից;
- Այսօր շատերն էլեկտրոնային առևտուր են կատարում, և հարձակվողները փորձում են նրանցից գումար կորզել;
- Համացանցում ստեղծվում են տարատեսակ ծրագրեր և մեթոդներ, որոնց միջոցով հաքերները գումար են շորթում: Օրինակ,

Նկ. 5.2

Ransomware **տիպի վիրուսների կողմից հարձակումների թվի աճը մեկ տարվա ընթացքում (ըստ *Kaspersky Lab* տվյալների):**

այսպես կոչված շորթող վիրուսների *(Ransomware)* միջոցով, որոնք համակարգչի ֆայլերը գաղտնագրում են, իսկ հաքերները դրանք վերադարձնում են տիրոջը միայն գումարի դիմաց, և նման հարձակումների թիվը ժամանակի հետ աճում է*(տե՛ս Նկ. 5.2):*

- Հաքերային ծառայությունների սև շուկան այսօր բավական մատչելի է և թույլ է տալիս պատվիրել հարձակումներ յուրաքանչյուրին յուրաքանչյուրի դեմ:

Բացի այդ, անհատը կամ կազմակերպությունը կարող է թիրախ հանդիսանալ պետական ուժային կառույցների, մեծ կորպորացիաների կողմից: Հայաստանի պարագայում կարևոր գործոն են հանդիսանում նաև այլ երկրների, հատկապես Ադրբեջանի և Թուրքիայի հատուկ ծառայությունները: Արդյունքում՝ հազարավոր հայաստանցիներ և սփյուռքահայեր շարունակաբար տուժում են ադրբեջանական հաքերներից:

Իրական վտանգներն այսօր չպետք է թերագնահատել: Ամերիկյան հետախուզության նախկին գործակալ Էդվարդ Սնոուդենի բացահայտումները[12] վկայում են այն մասին, որ ԱՄՆ և Մեծ Բրիտանիայի հատուկ ծառայություններն օգտագործում են բոլոր հնարավոր մեթոդները՝ անհատներին ու կազմա-

[12] The 10 Biggest Revelations From Edward Snowden's Leaks, http://mashable.com/2014/06/05/edward-snowden-revelations/

կերպություններին հետևելու նպատակով: ԱՄՆ Ազգային անվտանգության գործակալությունը (*National Security Agency (NSA),* բրիտանական Հաղորդակցությունների կառավարական շտաբը (*Government Communications Headquarters (GCHQ)* կանադական, ավստրալական և նորզելանդական հատուկ ծառայությունների հետ համատեղ ստեղծել են լրտեսական գլոբալ համակարգ, որը թույլ է տալիս հետևել գրեթե բոլոր անհատներին, որոնք օգտվում են հեռախոսից կամ համակարգչից: Հատուկ ծառայությունները հաքերային հարձակումներ են կատարում օգտատերերի վրա և լայնորեն օգտվում են տեղեկատվություն ստանալու ծառայություններ տրամադրող հարթակների հնարավորություններից, նույն *Google*-ից կամ *Facebook*-ից[13]:

Սնոուդենը հետախուզական փաստաթղթերը բացահայտել է մինչև 2013թ.: Հասկանալի է, որ դրանից հետո հատուկ ծառայություններն ավելի են ընդլայնել իրենց հնարավորությունները: 2017թ. մարտին *Wikileaks*-ը հրապարակեց ԱՄՆ Կենտրոնական հետախուզական վարչության ցանցահենային ծրագրերի և գործողությունների վերաբերյալ նոր տվյալներ, համաձայն որոնց՝ լրտեսական այս գործակալությունը նույնպես օգտագործում է տեխնիկական հնարքներ անհատներին և կազմակերպություններին հետևելու և տեղեկատվություն կորզելու համար[14]: Սակայն միայն ամերիկյան, բրիտանական հետախուզությունները չէ, որ իրականացնում են հաքերային լայնամասշտաբ գործողություններ, այսօր նման լրտեսական համակարգեր ձևավորվում են նաև այլ երկրներում:

Հաշվի առնելով վտանգների բազմազանությունը՝ այսօր գրեթե յուրաքանչյուր օգտատեր կարող է դառնալ հարձակման թիրախ: Սակայն կիբեռվտանգների մի զգալի մասից կարելի է խուսափել՝ որոշակի կանոնների հետևելու պայմանով:

5.3 Համակարգչի և շարժական սարքերի պաշտպանություն

Պետք է հաշվի առնել, որ համակարգչային ծրագրային ապահովման սխալ ընտրությունն արդեն իսկ կարող է պարունակել լուրջ վտանգներ: Բացի այդ, կարևոր է նաև ծրագրային ապահովման հետ ճիշտ աշխատանք վարել և այն պարբերաբար թարմացնել:

---

[13] Snowden Archive, http://www.cjfe.org/snowden

[14] Vault 7: CIA Hacking Tools Revealed, https://wikileaks.org/ciav7p1/

Համակարգչի պաշտպանությունը. Այս խնդրում առաջնային դերակատարում ունի օպերացիոն համակարգը *(Operation System):* Այսօր ամենատարածված և ամենախոցելի օպերացիոն համակարգն է *Microsoft Windows*-ը: Այս համակարգի կառուցվածքային յուրահատկությունները հանգեցնում են նրան, որ հաքերային խմբերը հիմնական վիրուսները ստեղծում են հենց *Windows*-ի համար և այս համակարգում են փնտրում խոցելիություններ: Հարկ է նշել, որ այսօր պետք է խուսափել *Windows-ի XP* տարբերակից, քանի որ այն այլևս չի թարմացվում և դրա տեղադրումը համակարգիչը դարձնում է շատ խոցելի հարձակումների համար: Ցավոք, Հայաստանում 2016թ. տվյալներով, գրեթե ամեն հինգերորդ համակարգչի վրա (ներառյալ կրթական հաստատություններում) տեղադրված է *Windows XP* համակարգը: Միևնույն ժամանակ, *Windows-ի* 10-րդ թարմացումն անվտանգության տեսանկյունից դրական պետք է համարել:

Համեմատաբար ավելի անվտանգ են *OS X* և *Linux* օպերացիոն համակարգերը: Դրանցից ամենաանվտանգը մատչելի կիրառման համար համարվում են *Linux* օպերացիոն համակարգերը: Մասնավորապես, այդ ընտանիքի *Ubuntu* օպերացիոն համակարգն անվճար է և կարող է ներբեռնվել *ubuntu.com* կայքից: Տվյալ համակարգն ինքնին շատ ավելի պաշտպանված է, քան մնացած ավելի տարածված օպերացիոն համակարգերը, հարձակումների մեծ մասը տվյալ համակարգի համար վտանգավոր չէ:

Իսկ *Apple* արտադրանքի լայն տարածումը շուկայում կենտրոնացնում է իր հանդեպ հաքերների ուշադրությունը: Արդյունքում՝ վերջին տարիներին *Apple*-ի դեմ հարձակումների թիվը կտրուկ աճել է: Իհարկե, կատարյալ պաշտպանված օպերացիոն համակարգ չկա, միշտ հնարավոր են թաքնված խոցելիություններ, որոնք կարող են օգտագործել հաքերները: Բայց այն կարելի է դարձնել առավել պաշտպանված այսպես կոչված կիբեռանվտանգության հիգիենայի կանոններին հետևելու պարագայում:

Օպերացիոն համակարգի պաշտպանությունը ենթադրում է երկու կարևոր կետ.

- Այն պետք է լինի լիցենզիոն, եթե խոսքը վճարովի համակարգերի մասին է;
- Համակարգը պետք է միշտ թարմացնել:

Հակառակ պարագայում օպերացիոն համակարգում կարող են հայտնվել վտանգավոր խոցելիություններ, որոնք թիրախ կհանդիսանան հանցագործների համար: Ինչ վերաբերում է թարմացումներին, ապա միշտ պետք է համոզված լինել, որ չեն անջատված ավտոմատացված թարմացումները *(Update):* Եթե օպերացիոն համակարգը չի կատարում թարմացումներն ինքնուրույն, ավտոմատացված կարգով, ինչպես դա կատարվում է *Windows-ի* դեպքում, ապա հարկավոր է պարբերաբար ստուգել թարմացումների բաժինը և դրանք ներբեռնել ու տեղադրել համակարգչի վրա: Թարմացումների միջոցով օպերացիոն համակարգ ստեղծող կազմակերպությունները վերացնում են նոր հայտնաբերված խոցելիությունները: Մինչդեռ երկար ժամանակ չթարմացված օպերացիոն համակարգը կարող է դառնալ խիստ խոցելի հարձակումների համար: Նույնիսկ մի քանի շաբաթ չթարմացված օպերացիոն համակարգը կարող է լուրջ վտանգ ներկայացնել, քանի որ պարբերաբար հայտնի են դառնում վտանգավոր խոցելիություններ, որոնք զանազան հաքերային խմբեր սկսում են կիրառել իրենց հարձակումներում:

Ոչ լիցենզիոն, «կոտրված» *Windows* օպերացիոն համակարգն ինքնին մեծ խնդիր է օգտագործողի համար, քանի որ նմանատիպ համակարգերն ինչ-որ պահից դադարում են թարմացվել: Նույնիսկ լինում են դեպքեր, երբ նման *Windows*-ները տարածվում են հենց հաքերների կողմից և պարունակում են ներդրված վիրուսներ կամ այլ վտանգներ:

Այսպիսով, պետք է օգտագործել միայն օրինական *Windows,* և համակարգիչ գնելիս պետք է համոզվել, որ ձեզ տրվում է լիցենզիոն օպերացիոն համակարգով սարք: Նույնը վերաբերում է համակարգչի վրա տեղադրված ծրագրային ապահովմանը. այն պետք է լինի լիցենզիոն և թարմացված: Միևնույն ժամանակ, կարելի է օգտվել նաև անվճար *Linux* օպերացիոն համակարգերից: Այս հարցում պետք է հաշվի առնել, որ լիցենզիոն վճարովի ծրագրերը հաճախ օգտագործում են «կոտրելուց» հետո, որպեսզի դրանք անվճար տեղադրվեն համակարգչի վրա: Նման դեպքում օգտվողը վտանգի տակ է հայտնվում, քանի որ այդպիսով ծրագրային ապահովումը կարող է խոցելի լինել և, ի լրումն, կարող է պարունակել հաքերների կողմից ներդրված վտանգավոր ծրագրեր ու վիրուսներ: Այս խնդիրը հիմնականում առաջանում է

տնային համակարգիչների հետ կապված, քանի որ օգտվողները գերադասում են չծախսել մեծ գումարներ ծրագրերի համար։

Սակայն վերոնշյալ խնդիրն ունի այլ, ավելի խոհեմ լուծում. տնային պայմաններում օգտագործելու համար գրեթե բոլոր վճարովի ծրագրերն ունեն անվճար փոխարինողներ (իհարկե, խոսքը լուրջ, պրոֆեսիոնալ գործիքների մասին չէ)։ Այսպես, օրինակ, ամենատարածված *Microsoft Office*-ն ունի անվճար փոխարինող տարբերակ՝ *LibreOffice, Photoshop-ի* փոխարինող տարբերակ՝ *Gimp* և այլն։ Հնարավոր է նաև գտնել փոխարինող անվճար ծրագրեր, որոնք գործում են այսպես կոչված «ամպային»[15] տեխնոլոգիաների միջոցով, ցանցային տարբերակով։ Օրինակ, *Microsoft Office-ի* անվճար փոխարինող կարող է հանդիսանալ ցանցային *Google Drive* փաթեթը, որն անվճար հասանելի է *Gmail-ում* գրանցված բոլոր օգտատերերին։

Այսօր առկա է այն մտայնությունը, թե բաց կոդերով ծրագրերը բարդ են օգտագործելու համար, մատչելի չեն, սահմանափակ հնարավորություններ ունեն և այլն։ Մինչդեռ նմանատիպ ծրագրային ապահովումը բավական լայն կիրառություն է գտնում աշխարհում։ Այսպես, Ռուսաստանի պետական համակարգում ներդրվում է սեփական արտադրության *GosLinux* համակարգ, Իսպանիայի զինված ուժերը և բազմաթիվ այլ խոշոր կառույցներ օգտվում են բաց կոդերով անվճար օպերացիոն համակարգերից, բոլոր օպերացիոն համակարգերի համար հասանելի *LibreOffice* փաթեթներից և այլն։ Նշենք, որ *Osalt.com* կայքում ներկայացված են գրեթե բոլոր վճարովի ծրագրերի բաց կոդերով անվճար այլընտրանքային տարբերակները, որոնցից կարող է օգտվել յուրաքանչյուր օգտատեր՝ խուսափելով ծրագրերը «կոտրելու» և դրանք գողանալու վտանգավոր սովորությունից։

Վնասակար ծրագրերը, որոնք վարակում են համակարգիչները, լինում են բազմաթիվ տեսակների, տեխնիկական տարբերություններից ելնելով՝ դրանք կոչվում են *որդեր (worm),*

[15] *Ամպային (cloud) տեխնոլոգիաներ*՝ տվյալների մշակման տեխնոլոգիաներ, որոնցում համակարգչային ռեսուրսները տրամադրվում են օգտատիրոջը որպես առցանց *(on-line)* ծառայություն։ Այստեղ *ամպ* բառը փոխաբերական նշանակություն ունի, այն կարծես «քողարկում» է *(թողնում է ամպերի հետևում)* այս տեխնոլոգիայի բարդ ենթակառուցվածքի տեխնիկական դետալները։

տրոյաններ (troyan) և այլն: Սակայն հանրային իրազեկման համար կարելի է դրանք բոլորն անվանել վիրուսներ:

Համակարգիչը պետք է պաշտպանվի հակավիրուսային ծրագրերով, քանի որ այն կարող է հարձակման ենթարկվել ինչպես ցանցի, այնպես էլ կրիչների միջոցով: Այդ պատճառով համակարգչի վրա պետք է տեղադրված լինի միշտ թարմացվող հակավիրուսային ծրագիր: Նույնիսկ մի քանի օր չթարմացված «հակավիրուսը» մեծ հավանականությամբ կարող է վտանգել համակարգիչը, քանի որ այսօր վիրուսային շուկան այնքան արագ է զարգանում, որ գրեթե ամեն օր հայտնվում են նոր սպառնալիքներ: Մյուս վտանգն այն է, որ համակարգչի վրա տեղադրված «հակավիրուսի» գործողություններն օգտատերերը երբեմն կանգնեցնում են, քանի որ դա դանդաղեցնում է աշխատանքը: Մինչդեռ «կանգնեցված» հակավիրուսային ծրագիրը պարզապես չի կատարում իր ֆունկցիաները: Վիրուսներն իրենց հերթին հաճախ հարձակումն իրականացնում են հատկապես «հակավիրուսների» դեմ: Եվ անջատված «հակավիրուսը», եթե համակարգիչը հասցրել է վարակվել, մեծ հավանականությամբ չի գտնի այդ վիրուսը միացնելուց հետո, քանի որ արդեն իսկ վնասված կլինի դրա կողմից:

Այսօր գոյություն ունեն ինչպես անվճար, այնպես էլ վճարովի հակավիրուսային ծրագրեր: Անվճար տարբերակներից բավական տարածված են *Avast, Avira, AVG, Microsoft Security Essentials* և այլ նմանատիպ ծրագրերը[16], որոնք չեն զիջում վճարովիներին: Սակայն պետք է հիշել, որ ոչ մի հակավիրուսային ծրագիր չի տրամադրում լիակատար պաշտպանություն: Բոլոր դեպքերում, լինում են նորաստեղծ վիրուսներ, որոնց վերաբերյալ հակավիրուսային լաբորատորիաները դեռևս տեղեկատվություն չունեն, այդ պատճառով դրանք չեն իդենտիֆիկացվում: Կասկածելի ֆայլերի կամ հղումների առկայության դեպքում դրանք կարելի է ներբեռնել *Virustotal.com* կայքում, որն իրականացնում է ստուգում 54 հայտնի հակավիրուսային ծրագրերի միջոցով՝ ավելի նվազեցնելով վարակվելու հնարավորությունը:

Համակարգչի անվտանգության առանձնահատուկ հարցերից մեկը դրա ֆիզիկական հասանելիությունն է այլ անձանց համար:

---

[16] *Տե՛ս* https://yandex.ru/support/common/security/antiviruses-free.html

Եթե տանը մեկ համակարգչից օգտվում են մի քանիսը, ապա գերադասելի է յուրաքանչյուրի համար բացել առանձին հաշիվ *(user profile)*՝ ամեն մեկը պաշտպանված գաղտնաբառով: Այն դեպքում, երբ համակարգչի վրա կա հաշիվների բաժանում, մեկ անձի դեմ հարձակումը չի անդրադառնում մյուսների վրա: Եթե օգտագործվում է շարժական համակարգիչ՝ լափթոփ, ապա գերադասելի է այն ֆիզիկապես վերահսկել: Սարքը պետք է կամ լինի ձեր հսկողության տակ, կամ ամրացված լինի սեղանին՝ հատուկ մալուխի միջոցով, ինչը թույլ չի տա համակարգիչը տեղաշարժել կամ տանել:

Համակարգիչը պարտադիր պետք է պաշտպանված լինի գաղտնաբառով, որի մուտքագրման ժամանակ ցանկալի է խուսափել այլ անձանց ներկայությունից: Խնդիր կարող են հանդիսանալ նաև հանրային վայրերում տեղադրված վերահսկողության տեսախցիկները, որոնցից նույնպես կարող են գրանցել գաղտնաբառերը:

Շարժական սարքերի պաշտպանությունը. Շարժական սարքեր են հանդիսանում մոբիլ հեռախոսները և պլանշետները, որոնք նույնպես պարունակում են անձի վերաբերյալ շատ զգայուն տեղեկություններ: Ավելին, հաճախ շարժական սարքերի վրա ավելի զգայուն տեղեկատվություն է պահեստավորվում, քան անձնական համակարգիչների՝ լուսանկարներ, բանկային տվյալներ և այլն: Բացի այդ, հեռախոսը շատ դեպքերում մարդու անձը հաստատելու, միանշանակ իդենտիֆիկացնելու գործիք է:

Այսօր շարժական սարքերի վրա հիմնականում տեղադրվում է երկու օպերացիոն համակարգ՝ *Android և iOS (տե՛ս Նկ. 5.3):* Այլ օպերացիոն համակարգերն այսօր աստիճանաբար լքում են համաշխարհային շուկան, այդ պատճառով դրանց անվտանգության խնդիրներին անդրադառնալը նպատակահարմար չէ:

Android և *iOS* սարքերը հիմնականում անվտանգ են, եթե պահպանվեն հետևյալ կանոնները.

- Հավելվածներ *(application)* տեղադրել միայն պաշտոնական համացանցային խանութներից՝ *Google Play և App Store:* Այլ կայքերից բեռնված ծրագրերը կարող են պարունակել թաքնված հնարավորություններ, որոնք թույլ կտան հաքերներին տիրանալ տեղեկատվությանը կամ հետևել ձեզ: Այսինքն՝ դուք

Period	Android	iOS	Windows Phone	BlackBerry OS	Others
2015Q2	82.8%	13.9%	2.6%	0.3%	0.4%
2014Q2	84.8%	11.6%	2.5%	0.5%	0.7%
2013Q2	79.8%	12.9%	3.4%	2.8%	1.2%
2012Q2	69.3%	16.6%	3.1%	4.9%	6.1%

Նկ. 5.3

Հեռախոսների վրա տեղադրված օպերացիոն համակարգերի բաշխումը 2012-2015թթ.[17]:

կարող եք ներբեռնել ծրագրեր, որոնք իրականում վիրուսային բնույթ ունեն:

- Հավելված տեղադրելիս հետևեք, թե ինչ տիպի տեղեկատվություն է ուզում ստանալ ձեզանից հավելվածը: Եթե այն պահանջում է ձեր *SMS*-ների վերաբերյալ տեղեկատվություն կամ ուզում է միացնել խոսափողը, ապա հեռացրեք տվյալ ծրագիրը, քանի որ այն կարող է օգտագործվել լրտեսելու համար: Ցավոք, այսօր սոցցանցերի կամ նմանատիպ այլ հավելվածները այնքան հնարավորություններ են պահանջում հեռախոսից, որ այս միջոցով միշտ չէ, որ հնարավոր է վտանգավոր ծրագիրը զատել անվտանգից:

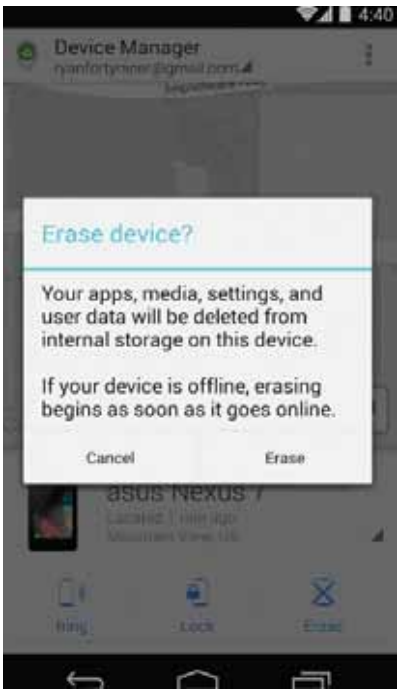
Սարքը «կոտրել»[18] *(jailbreak, root)* խորհուրդ չի տրվում, քանի որ այդ դեպքում սմարթֆոնը կամ պլանշետը դառնում են ավելի խոցելի: Հիմնականում այս գործողությանը դիմում են զանազան վճարովի ծրագրերին կամ ծառայություններին անվճար տիրապետելու համար, բայց որպես հետևանք թուլացնում են հեռախոսի կամ պլանշետի պաշտպանողական համակարգը:

Շարժական սարքի վրա պետք է միացված լինի այն հեռահար գտնելու և վրայի տեղեկատվությունը ոչնչացնելու հնարավորությունը: *Android*-ի դեպքում դա *Device Manager* հավելվածն է, որը պետք է լրացուցիչ ներբեռնվի, քանի որ հեռախոսների և պլանշետների մեծ մասի վրա այն չկա հիմնական փաթեթի մեջ (*տե՛ս Նկ. 5.4*): *iOS*-ի դեպքում դա *Find My iPhone* հավելվածն է: Այս

[17] Smartphone OS Market Share, 2015 Q2 , http://www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp

[18] How to Jailbreak iPhone, iPad, iPod touch, and Apple TV, http://www.idownloadblog.com/jailbreak/

հավելվածները կառավարվում են անձնական հաշիվներով, համակարգչից կամ այլ շարժական սարքից և թույլ են տալիս ինչպես տեսնել սարքի հստակ տեղը, այնպես էլ վերացնել դրա վրայի տեղեկատվությունը, որպեսզի այն հասանելի չլինի այլ անձանց: Հարկ է նշել, որ տեղեկատվության վերացումը տվյալ հավելվածների միջոցով լիարժեք չէ, եթե սարքավորման վրա առկա են արտաքին հիշողություն, փոփոխվող ֆլեշ քարտ: Այդ դեպքում հեռացված տեղեկատվությունը բավական հեշտ հնարավոր է վերականգնել բոլորին հասանելի ծրագրերի միջոցով:



Նկ. 5.4
Device Manager հավելվածը թույլ է տալիս ինչպես գտնել ձեր սարքավորումը քարտեզի վրա, այնպես էլ վերացնել դրա վրա եղած ողջ անձնական տեղեկատվությունը:

Սարքին պետք է միացված լինի սարքի արգելափակումը կոդի միջոցով, որպեսզի այլ անձինք հնարավորություն չունենան հեշտությամբ ներթափանցել: Կարևոր է սարքը ֆիզիկապես վերահսկողության տակ պահել, եթե չեք գտնվում ձեր տանը՝ այն միշտ պետք է ձեզ մոտ լինի, քանի որ չվերահսկվող նույնիսկ մի քանի վայրկյանը բավական է դրա մեջ լրտեսական ծրագրեր ներդնելու համար:

Տեղեկատվության վերականգնումը և ոչնչացումը. Հարկ է իմանալ, որ տեղեկատվությունը համակարգչի, հեռախոսի կամ պլանշետի վրա չի անհետանում այն ջնջելուց հետո: Իրականում ջնջելուց հետո ֆայլերը մեծ հավանականությամբ հնարավոր է վերականգնել: Որքան ավելի երկար է ֆայլը մնում ջնջված, որքան ավելի շատ է աշխատում սարքը ջնջելուց հետո, այնքան վերականգնելու հավանականությունը նվազում է:

Ջնջված ֆայլերը վերականգնելու համար գոյություն ունեն բազմաթիվ վճարովի և անվճար ծրագրեր: Անվճարներից կարելի է

նշել *Recuva* ծրագիրը *Windows-ի* համար, *Mac-երի* համար՝ *TestDisk և PhotoRec*, *Linux-ի* համար՝ *R-Linux* ծրագիրը[19]:

Քանի որ ֆայլերը հնարավոր է վերականգնել, համակարգիչը կամ հեռախոսն ուրիշ մարդու փոխանցելուց կամ վաճառելուց առաջ պետք է վրայի տեղեկատվությունը ոչնչացնել հիմնովին: Հեռախոսների կամ պլանշետների վրա դա հնարավոր է կատարել գործարանային կարգավորումներին վերադառնալով. այդ դեպքում ֆայլերը վերականգնելի չեն, եթե դա չի իրականացվում մասնագետի կողմից հատուկ սարքավորումների միջոցով: Ինչպես արդեն նշվել է, այս գործողության հետևանքով տեղեկատվության վերացումը լիարժեք չէ, եթե սարքավորման վրա առկա են արտաքին հիշողություն, փոփոխվող ֆլեշ քարտ: Այդ դեպքում հեռացված տեղեկատվությունը կարելի է վերականգնել վերոնշյալ *Recuva* ծրագրով՝ քարտը միացնելով համակարգչին:

Ֆայլերը լիարժեք վերացնելու համար նույնպես պետք է կիրառվեն հատուկ ծրագրեր: Այսպես, *Windows-ի* համար գոյություն ունի *CCleaner, Mac*-երի համար գոյություն ունի ներդրված *Disk Utility* ծրագիր, *Android* համակարգի համար՝ *Secure Wipe, Secure Delete* ծրագրերը, *iOS-ի* համար՝ *iPhone Data Eraser* և այլ նմանատիպ հավելվածներ[20]:

5.4 Հաշիվների պաշտպանություն

Այսօր օգտատերերի բոլոր հաշիվները (*accounts)*՝ առցանց բանկինգ *(on-line banking),* էլեկտրոնային փոստ, սոցիալական ցանցեր և այլն, հիմնվում են հիմնականում էլեկտրոնային հասցեների վրա, որոնք հանդիսանում են մարդուն իդենտիֆիկացնելու միջոց: Էլեկտրոնային հասցեն կրիտիկական խոցելի կետ է հանդիսանում. դրա դեմ հաջողված հարձակումն անմիջապես վտանգի տակ է դնում մարդու մյուս բոլոր հաշիվները: Այդ պատճառով գերադասելի է ունենալ մի քանի էլեկտրոնային հասցե.

- Գործնական և հանրային շփումների համար;
- Անձնական, ընկերների և բարեկամների հետ շփվելու համար;
- Գաղտնի էլեկտրոնային հասցե, որն օգտագործվում է այլ կայ-

[19] 19 Free Data Recovery Software Tools, https://www.lifewire.com/free-data-recovery-software-tools-2622893

[20] 36 Free File Shredder Software Programs, https://www.lifewire.com/free-file-shredder-software-programs-2619149.

քերում գրանցվելու համար, օրինակ՝ *Facebook, Twitter, Instagram* և այլն;
- Տեխնիկական օգտագործման հասցե, որը կիրառվում է անծանոթ, ոչ վստահելի կայքերի վրա գրանցվելու համար:

Գաղտնաբառերը հաշիվների պաշտպանության հիմնական բանալին են[21]: Գաղտնաբառերի դեպքում կան մի քանի հիմնական կանոններ.
- Գաղտնաբառը պետք է պարունակի առնվազն 10 նիշ՝ ներառյալ փոքր և մեծ տառեր;
- Գաղտնաբառը չպետք է պարունակի հեշտ գուշակվող տեղեկատվություն, օրինակ՝ ձեր ծննդյան թիվը, հեռախոսահամարը, երեխաների անունները և այլն;
- Տարբեր հաշիվների գաղտնաբառերը երբեք չպետք է կրկնվեն:

Գաղտնաբառերի չկրկնվելու պահանջն ունի իր տրամաբանությունը: Պարբերաբար հաքերներին հաջողվում է կորզել օգտատերերի տվյալները շտեմարանների տարբեր կայքերից: Նման շտեմարանները պարբերաբար բոլորի համար հասանելի են դառնում համացանցում: Եվ նման հարձակումների ենթարկվում են նույնիսկ վստահելի և մեծ կայքեր, օրինակ՝ *Yahoo, Dropbox* և այլն: Եթե մարդը բոլոր հաշիվների վրա կիրառում է նույն գաղտնաբառը, ապա նման բացահայտումը վտանգում է նրա բոլոր գրանցումները: *Haveibeenpwned.com* կայքից կարելի է տեղեկանալ՝ կա՞ արդյոք ձեր գաղտնաբառն արդեն իսկ հաքերների կողմից հրապարակված շտեմարաններում, թե՞ ոչ: Այստեղ հնարավոր է նաև գրանցվել և նոր հաքերային բացահայտումների դեպքում տեղեկանալ էլեկտրոնային նամակի միջոցով, եթե ձեր գաղտնաբառը հայտնվի համացանցում բոլորին հասանելի տարբերակով:

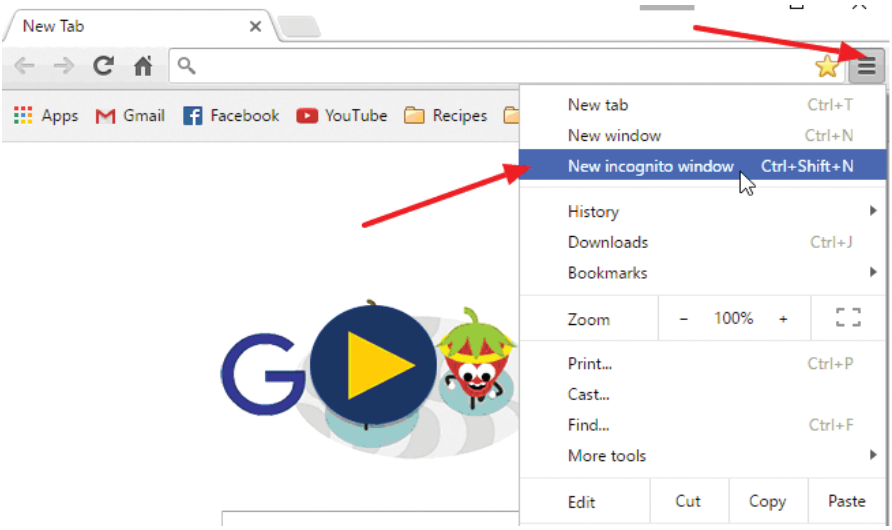
Հասկանալի է, որ այսօր միջին օգտատերն արդեն իսկ ստիպված է հիշել տասնյակ գաղտնաբառեր: Եվ բավական դժվար է լինում մտապահել, մանավանդ եթե մարդը պետք է տարբերվող գաղտնաբառեր ունենա: Եթե չունեք իդեալական հիշողություն, այստեղ կա երկու հիմնական լուծում.

[21] Password Guidance - Microsoft Research, https://www.microsoft.com/en-us/research/publication/password-guidance/.

- Կիրառել գաղտնաբառերի ստեղծման հատուկ մեթոդներ, որոնք հասկանալի են միայն ձեզ;
- Օգտագործել գաղտնաբառերի կառավարման հատուկ ծրագրեր *(password manager),* որոնք մի տեղ են պահում դրանք, և պարտադիր չէ դրանք բոլորն անգիր հիշել: Այդպիսի ծրագրեր են, օրինակ, *LastPass-ը, Dashlane-ը, KeePassX-ը* և այլն:

Այսօր գաղտնաբառերը կորցնելու մի շարք հնարավորություններ կան: Այսպես.

- Վիրուսներով վարակված համակարգիչն արդեն իսկ վտանգ է, քանի որ դրանց միջոցով հաքերները կարողանում են ստանալ բոլոր գաղտնաբառերը: Այս դեպքերից փրկում են հակավիրուսային ծրագրերը:
- Հանրային *Wi-Fi* կետերից օգտվելը նույնպես կարող է հանգեցնել հաշվի կորստի:
- Ինտերնետ ակումբներից, հանրային գրադարանների, կրթական հաստատությունների համակարգիչներից օգտվելը նույնպես կարող է բերել հաշիվների կորստի, քանի որ նմանատիպ համակարգիչները հաճախ լինում են վարակված և կորզում են ձեր տվյալները: Պետք է խուսափել նման համակարգիչներով անձնական հաշիվները մուտքագրելուց: Իսկ եթե ստիպված եք եղել, ապա գերադասելի է հնարավորինս շուտ վստահելի սարքից փոխել գաղտնաբառերը: Իսկ ավելի գերադասելի է միշտ ունենալ միացված երկու փուլային մուտքի ընթացակարգը, ինչի մասին կխոսվի ստորև:
- Հաշվի կորուստը կարող է տեղի ունենալ նաև այլ, ոչ անձնական համակարգչից մուտք գործելու դեպքում՝ բրաուզերի *(դիտարկիչ, browser)* մեջ էլեկտրոնային հասցեն և գաղտնաբառը պահպանելու կամ հաշվից դուրս գալ մոռանալու պարագայում: Նման վտանգներից խուսափելու համար ոչ անձնական համակարգչից կամ շարժական սարքից պետք է բրաուզերով մուտք գործել հատուկ ռեժիմով, որը չի պահպանում տվյալները պատուհանը փակելուց հետո: *Google Chrome-ի* դեպքում դա միանում է որպես *New Incognito Window* (կամ ստեղնաշարով *Ctrl+Shift+N*), իսկ *Firefox-ի* դեպքում՝ որպես *New Private Window,* կամ ստեղնաշարով՝ *Ctrl+Shift+P (տե՛ս Նկ. 5.5):*



Նկ. 5.5

Google Chrome-ի դեպքում New Incognito Window պատուհանը բացելու քայլերը:

Այսօր ամենահուսալի պաշտպանության միջոցն է հանդիսանում երկփուլային մուտքի ընթացակարգը *(Two-factor authentication)*, որը ենթադրում է գաղտնաբառի մուտքագրումից բացի՝ երկրորդ քայլով անընդհատ փոփոխվող կոդի մուտքագրում, որն օգտվողին տրամադրվում է կամ հատուկ բջջային հավելվածի, կամ կարճ հաղորդագրությունների միջոցով: Նման տարբերակով երկար ժամանակ աշխատում էին բանկերը, որոնք տրամադրում էին առցանց հաշիվների հետ աշխատելու հնարավորություն *(on-line banking)*: Սակայն այսօր անհատների դեմ հարձակումներն այնքան են հաճախակիացել, որ բազմաթիվ ցանցային ծառայություններ ներմուծում են երկփուլային մուտքի տարբերակը բոլորի համար: Այսօր նման ֆունկցիա կարելի է միացնել *Gmail, Yahoo, Yandex, Dropbox, Facebook, Twitter* և տասնյակ այլ ծառայություններում[22], դրանց ցանկը կարելի է գտնել *twofactorauth.org* կայքում: *Two-factor authentication*-ի ակտիվացումը և կիրառումն անհամեմատ ավելի պաշտպանված է դարձնում օգտվողին: Այս համակարգը նշանակում է, որ եթե ուրիշի մոտ կա նույնիսկ ձեր գաղտնաբառը, նա չի կարող մտնել ձեր հաշիվ՝ առանց հատուկ կոդի, որն էլ անընդհատ փոխվում է:

[22] Two Factor Auth (2FA), https://twofactorauth.org/

Ինչպես արդեն ասվեց, *SMS*-ներն այսօր արդեն վստահելի տարբերակ չեն հանդիսանում, և գերադասելի է օգտվել միայն հավելվածներից:

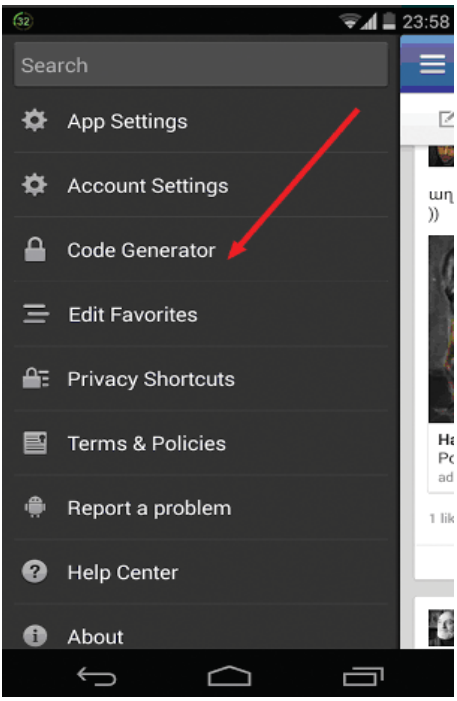
Google-ն ունի հատուկ հավելված երկփուլային մուտքի համակարգի համար՝ *Google Authenticator*: Այս հավելվածը թույլ է տալիս գեներացնել կոդն ինչպես *Gmail-ի* համար, այնպես էլ կցել դրան այլ կայքերի հաշիվները: Այսպիսով, մեկ հավելվածով հնարավոր է կարգավորել մուտքերը դեպի բազմաթիվ այլ հաշիվներ մյուս սոցցանցերում կամ այլ ծառայություններում, որոնք թույլ են տալիս նմանատիպ ծրագրերի կիրառումը: Կան ծառայություններ, որոնք թույլ չեն տալիս օգտվել երրորդ կողմի հավելվածներից և պահանջում են կիրառել միայն սեփական արտադրության ծրագիր: Նմանատիպ մոտեցում ունի *Yandex-ը*, որը հատուկ թողարկել է *Yandex Key* հավելվածը: *Facebook* հավելվածն ունի հենց իր մեջ ներդրված նման համակարգ, սակայն թույլ է տալիս օգտվել նաև երրորդ կողմի հավելվածներից, օրինակ՝ *Google Authenticator-ից:*

Որպես օրինակ ներկայացնենք *Facebook* հաշվի պաշտպանության հիմնական քայլերն ու կանոնները.

1. Վստահելի էլեկտրոնային հասցեին կցել հաշիվը: Հանրային հասանելի էլեկտրոնային հասցեների ծառայություններից այսօր ամենավստահելիներից են *Gmail-ը կամ Hotmail-ը (Live.com):* Գերադասելի է, որ դա լինի հատուկ միայն սոցիալական ցանցերի և այլ կայքերի գրանցումների համար էլեկտրոնային հասցե, որը դուք ուրիշներից գաղտնի եք պահում;
2. Էլեկտրոնային բոլոր հասցեների և *Facebook-ի* գաղտնաբառերը պարտադիր պետք է տարբերվեն;
3. Այցելել *Facebook settingsmobile* և ավելացնել ձեր բջջային հեռախոսի համարը: Սա թույլ կտա հեռախոսն անվտանգ օգտագործել և ստանալ հաղորդագրություններ հնարավոր հարձակումների վերաբերյալ, արագ վերականգնել հաշիվը, եթե այն ենթարկվի հաքերային հարձակման:
4. Մտնել *Facebook-ի* անվտանգության բաժին վերևի աջ անկյունից՝ *settings* բաժնից, ընտրելով *security* հատվածը և միացնել *Login notifications*: Այդ գործողությունից հետո, եթե ինչ-որ մեկն ուրիշ սարքից մուտք կգործի ձեր հաշիվ, դուք կստանաք

հաղորդագրություն մուտքի մասին: Օգտատերն ինքը կարող է որոշել, թե ինչպես ստանա զգուշացումը՝ *SMS*-ով, թե էլեկտրոնային հասցեով, կամ երկուսից էլ միասին:

5. Ամենակարևոր գործողությունը *Two-factor authentication* երկփուլային մուտքերի համակարգի միացումն է: Միացվում է *Login Approvals,* այնուհետև ամեն անգամ նոր սարքով գաղտնաբառը մուտքագրելուց հետո անհրաժեշտ է մուտքագրել նաև հատուկ կոդ:



Նկ. 5.6
***Facebook* հավելվածում *Code Generator*-ը:**

Նշենք, որ *սմարթֆոնների* վրա տեղադրված է *Facebook* հավելվածը: Այս դեպքում միացվում է *Code Generator*-ը, և հավելվածն ինքը կես րոպեն մեկ գեներացնում է նոր կոդ *(տե՛ս Նկ. 5.6):* Հնարավոր է նաև միացնել այլ հավելվածներ, օրինակ՝ *Google Authenticator.*

5.5 Ցանցային հիգիենայի հիմնական կանոնները

Ինչպես հայտնի է, կիբեռվտանգների տեսակները բավական արագ են բազմանում, իսկ հաքերները ձգտում են գտնել հարձակման նոր ձևեր, պաշտպանության համակարգերը շրջանցելու նպատակով: Այսինքն՝ այս պահին նկարագրված անվտանգության խնդիրները և դրանց լուծումները կես տարի հետո արդեն կարող են թարմացման կարիք ունենալ: Այս համատեքստում որպես անվտանգության գլխավոր կանոն պետք է ընդունել նոր գիտելիքների ձեռքբերումը և ոլորտի նորություններին հետևելը: *Ցանցային հիգիենայի մյուս կանոններն են.*

- Երբեք չշտապել, ամեն քայլը կատարելուց առաջ մի պահ մտածել, չկատարել մեխանիկական գործողություններ. օգտվողները հաճախ վարակում են համակարգիչները կամ այլ

սարքերը վիրուսներով, քանի որ ավտոմատ գործողություններ են կատարում, ինչից էլ օգտվում են ցանցահենները;
- Միշտ հաշվի առնել այն հանգամանքը, որ վիրտուալ աշխարհում հաքերները կարող են նմանակել ձեր ծանոթ կայքերը կամ օգտատերերին և նրանց անունից հաղորդակցվել ձեզ հետ:

Օգտատիրոջ անձնական տվյալները, գաղտնաբառերը կորզելու համար հաքերներն օգտագործում են մի շարք տարածված մեթոդներ: Դրանք ներառում են կեղծ նամակներ, որոնք առաջարկում են մտնել հղումով և մուտքագրել այս կամ այն ծառայության գաղտնաբառը: Նամակները կարող են գալ միանգամայն այլ հասցեից, ինչն ուշադիր լինելու պարագայում հեշտ բացահայտվում է:

Սակայն հաքերները կարող են նույնիսկ կեղծել էլեկտրոնային փոստի հասցեն և տպավորություն ստեղծել, թե նամակը ստացվել է, օրինակ, *Facebook, Yahoo* ծառայություններից: Էլեկտրոնային հասցեների մի շարք ծառայություններ թույլ են տալիս դյուրինությամբ կեղծել հասցեն, նման դեպքերում իրական առաքողի հասցեն կարելի է գտնել միայն էլեկտրոնային նամակի կոդը դիտելիս: Ընդ որում, նամակի մեջ հնարավոր է կեղծել ոչ միայն առաքողի հասցեն, այլ նաև հղումների հասցեները՝ օգտվողի մոտ տպավորություն ստեղծելով, թե նա ուղղորդվում է դեպի լեգիտիմ կայք: Կեղծ կայքն արտաքնապես կարող է իդեալական կերպով նույնականացվել որևէ հայտնի սոցիալական ցանցի, էլեկտրոնային փոստի, ինտերնետ խանութի արտաքին տեսքին: Իսկ հասցեն կարող է պարունակել ծանոթ բառեր, օրինակ՝ *facebook.com-ի* փոխարեն կարող է լինել *http://facedook.co.gp*, որտեղ նմանակվում են լատիներեն b և d տառերը: Կամ հասցեն կարող է պարունակել *facebook* բառը, օրինակ՝ http://www.facebook.pcriot.com: Անուշադիր օգտատերը նման կայքում ներմուծում է իր էլեկտրոնային հասցեն և գաղտնաբառը՝ այդպիսով հանձնելով դրանք հաքերներին: Այս կիբեռմեքենայությունն ընդունված է կոչել ֆիշինգ *(phishing)*[23]: Նման հարձակումներից խուսափելու համար պետք է հիշել, որ ոչ մի որակյալ ծառայություն չի պահանջում նամակով մուտքագրել գաղտնաբառը:

[23] How to recognize phishing email messages, links, or phone calls https://www.microsoft.com/en-us/safety/online-privacy/phishing-symptoms.aspx

Չի կարելի անզգուշորեն բացել հղումներ, որոնք եկել են անգամ ձեր վստահելի ընկերներից, քանզի հնարավոր է, որ ընկերոջ հաշիվն արդեն իսկ գտնվում է հաքերների վերահսկողության տակ, և տվյալ նամակը նա չի կազմել, այլ ուղարկվել է ձեզ չարագործների կողմից: Նման մեթոդներով ձեր ընկերների անունից նամակագրություն տարածելով՝ հաքերները վարակում են սոցիալական ցանցերի մեծաթիվ օգտատերերի: Դրանք հասարակության լայն շրջանակներում ավելի հայտնի են որպես «ֆեյսբուքյան վիրուսներ»:

Ողջամտության սկզբունքից ելնելով՝ արժե հետևել հետևյալ պարզ կանոնին.

- նամակներով կամ մեսենջերով չուղարկել գաղտնաբառեր կամ անձնական գաղտնի այլ տվյալներ պարունակող տեղեկատվություն: Եթե ստիպված եք նման հաղորդագրություններ ուղարկել, փորձեք դրանք բաժանել մի քանի մասի և հատվածներ ուղարկել տարբեր տիպի ծառայություններով: Ուղարկելուց հետո դրանք անպայման ջնջեք, իսկ հետո պարտադիր մաքրեք աղբամանը, նույնը պահանջեք նաև ստացող կողմից:

5.6 Թրաֆիկի, հեռախոսներից հաղորդագրությունների և զանգերի պաշտպանություն

Թրաֆիկի[24] ***պաշտպանությունը.*** Օգտատիրոջ այցելած կայքերի, ընթերցված հոդվածների ցանկը կարող է վերահսկվել, եթե չեն կիրառվում հատուկ պաշտպանական միջոցներ, մանավանդ եթե օգտվողն այցելում է կայքեր, որոնք պաշտպանված չեն *https* գաղտնագրմամբ: Պետք է հիշել, որ եթե կայքը չի միանում *https* տարբերակով, ապա դրա վրա չի կարելի մուտքագրել ոչ մի զգայուն տեղեկատվություն՝ գաղտնաբառեր, անձնական տվյալներ և այլն: Եթե *https-ն* ակտիվացված չէ կայքի վրա, ապա ողջ բովանդակությունը կարող է ազատ ընթերցվել երրորդ անձի կողմից[25]:

Այսպիսով, եթե որևէ կայքում մուտքագրում եք ձեր անձնական տվյալները, լինեն գաղտնաբառը, անձնագրային տվյալները և այլն,

---

[24] Թրաֆիկ (անգլ. *traffic*՝ շարժում) - որոշակի ժամանակահատվածում համակարգչային ցանցի միջոցով հաղորդվող տեղեկատվության ծավալը:

[25] Web Security: Why You Should Always Use HTTPS, http://mashable.com/2011/05/31/https-web-security/

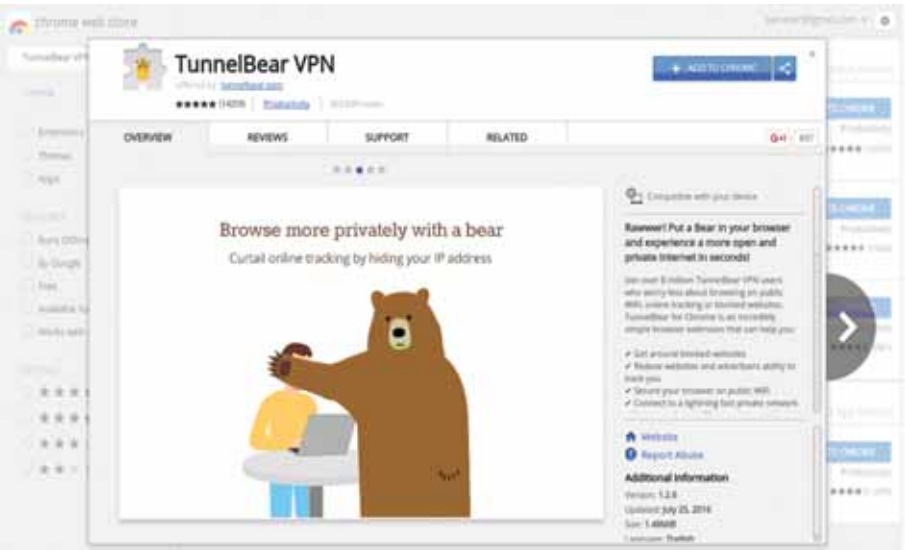
ապա պետք է համոզվեք, որ կայքի վրա միացված է *https* արձանագրությունը: Դրա բացակայության դեպքում հեռացեք այդ կայքից և ոչ մի դեպքում մի մուտքագրեք ձեր տվյալները, քանի որ մեծ հավանականությամբ դրանք կհայտնվեն ուրիշի ձեռքում: Դա նաև նշանակում է, որ տվյալ կայքն անփույթ է վերաբերվում անձնական տվյալներին, ինչն արդեն իսկ մեծ խնդիր է օգտվողի համար:

Սրճարաններում, օդանավակայաններում հանրային *WiFi* կապից օգտվելիս նույնպես կարելի է կորցնել կարևոր տեղեկատվություն, օրինակ՝ գաղտնաբառեր, բանկային տվյալներ և այլն: Հաքերներն օգտագործում են նման հանրային կետերը օգտվողների դեմ հարձակումներ իրականացնելու համար: Այդ իսկ պատճառով, թրաֆիկը պաշտպանելու նպատակով օգտվում են հատուկ կապի գաղտնագրված այսպես կոչված *թունելներից*, որոնք թույլ չեն տալիս ուրիշներին տեսնել, թե դուք որ կայքերն եք այցելում, ինչ եք ընթերցում և ինչ տվյալներ եք փոխանցում: Դա իրականացվում է *VPN (Virtual Private Network)* ծառայության միջոցով, որը ստեղծում է գաղտնագրված թունելային կապ և դուրս է բերում ձեզ դեպի ցանց այլ կետից, հաճախ՝ նույնիսկ այլ երկրի տարածքից, այնպես, որ հնարավոր հարձակվողը չի տեսնում ձեր գործողությունները ցանցում և որ երկրից եք իրականում մտնում ինտերնետ[26]:

Սա հիմնականում վճարովի ծառայություն է, որի վարձը հասնում է ամսական $3-10-ի: Սակայն, եթե սահմանափակ թրաֆիկ եք օգտագործում, կան անվճար լուծումներ: Դուք կարող եք *VPN* միացնել անմիջապես դիտարկչից, ինչն արվում է մեկ կտտոցով: Օրինակ՝ *Google Chrome* ամենատարածված դիտարկչի համար գոյություն ունեն մի շարք անվճար ծառայություններ՝ *TunnelBear VPN, ZenMate, Hotspot Shield,* որոնք ներբեռնվում են դիտարկչի հավելվածների *Chrome Web Store* խանութից: Բացի այդ, նույն ծառայությունները գործում են որպես համակարգչի համար ծրագրեր (տե՛ս Նկ. 5.7):

Կարևոր է, որ նման ծրագրերը հասանելի են որպես հավելվածներ հեռախոսների և պլանշետների համար՝ *Psiphon, Opera Free VPN, TunnelBear VPN, Hotspot Shield:* Այսպիսով, հանրային ցանցից օգտվելիս անպայման պետք է միացնել *VPN*:

[26] The importance of Virtual Private Network (VPN) https://www.vpnsecure.me/blog/articles/the-importance-of-a-vpn



Նկ. 5.7.
TunnelBear VPN* հավելվածը դիտարկչի (բրաուզերի) համար, *Chrome Web Store.

Ավելի լուրջ թրաֆիկի գաղտնագրման, սեփական անոնիմության ապահովման համար կարելի է օգտագործել *Tor* դիտարկիչը, որն այսօր համարվում է ամենաապահովներից մեկը: Այն հնարավոր է ներբեռնել *Torproject.org* կայքից:

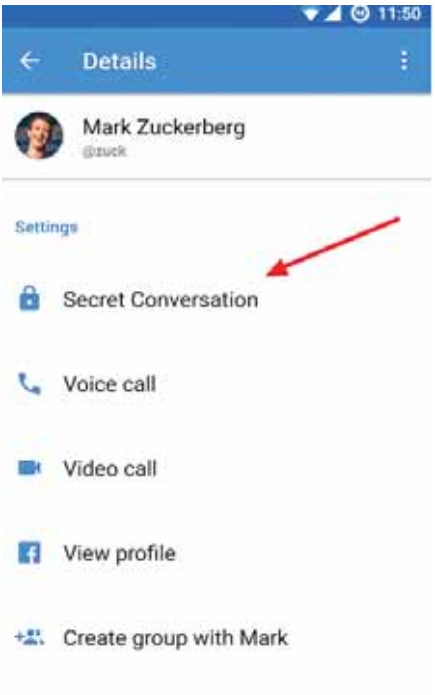
Հեռախոսներից հաղորդագրությունների և զանգերի պաշտպանությունը. *SMS* հաղորդագրությունները վտանգված են, քանի որ կարող են հասանելի դառնալ ինչպես հատուկ ծառայություններին, այնպես էլ օպերատորների աշխատակիցներին և այլ անձանց: Դրանց միջոցով գաղտնի կամ անձնական տեղեկատվություն չպետք է ուղարկվի:

Համարվում է, որ *Facebook–ը* և *Skype-ը* ինչ-որ չափով ապահովում են ձեր անվտանգությունը: Սակայն Էդվարդ Սնոուդենի բացահայտումները խոսում են այն մասին, որ այդ ծրագրերը նույնպես կարող են վերահսկվել[27]: *Facebook–ը* և *Skype-ը* պարբերաբար համագործակցում են հատուկ ծառայությունների հետ, և հնարավոր է, որ օգտատերերի նամակագրությունը հայտնվի նրանց

[27] SPIEGEL, Prying Eyes: Inside the NSA's War on Internet Security, December 28, 2014, http://www.spiegel.de/international/germany/inside-the-nsa-s-war-on-internet-security-a-1010361.html

ձեռքում: Նշենք նաև, որ հաղորդագրությունները պահպանվում են տվյալ ծառայությունների սերվերների վրա նույնիսկ ձեր կողմից դրանք ջնջելուց հետո:

Վերոնշյալ հանգամանքներից ելնելով՝ կարևոր տեղեկատվության փոխանակման համար նախատեսված ծրագրերը պետք է համապատասխանեն հետևյալ պահանջներին.



Նկ. 5.8
***Facebook-ի* մեսենջերում *Secret Conversation* միացնելու վահանակը:**

- ստուգված լինեն երրորդ կողմի փորձագետների կողմից;
- ներառեն արդիական գաղտնագրման մեթոդներ, որոնք ենթադրում են գաղտնագրում հենց սարքի վրա և գաղտնազերծում միայն ընդունող սարքի վրա, առանց միջանկյալ օղակների (*End-to-end encryption);*
- նման ծրագրերի միջոցով կատարված հաղորդագրությունները այնպես պետք է գաղտնագրվեն, որ ընթեռնելի չլինեն անգամ տվյալ ծառայության փորձագետների կողմից;
- ծրագրերը պետք է հնարավորություն տան ոչնչացնել հաղորդագրությունները՝ չթողնելով դրանց օրինակներն այլ սարքավորումների վրա:

Այսօր արդիական գաղտնագրում են ներմուծել *Whatsapp, Viber* մեսենջերները *(messenger)*: *Facebook-ն* իր հերթին ներմուծել է գաղտնագրված հաղորդագրությունների տարբերակ *Secret Conversation* հատուկ ծրագրի միջոցով *(տե՛ս Նկ. 5.8):*

Telegram մեսենջերն ունի հատուկ պաշտպանված հաղորդագրությունների տարբերակ *secret chat* ռեժիմում: Այս տարբերակներում հաղորդագրությունները պաշտպանված են համարվում, և դեռ հայտնի չեն դեպքեր երրորդ անձանց կողմից դրանք գաղտնալսելու մասին: Այսօր ամենաանվտանգ մեսեն-

ջերներից է համարվում *Signal Private Messenger-ը (whispersystems.org)*:

Վերոնշյալ նկատառումները վերաբերում են նաև հեռախոսային, ձայնային զանգերին: Այստեղ նույնպես կան մի քանի հավելվածներ, որոնք թույլ են տալիս կատարել հեռախոսազանգեր, որոնք հնարավոր չէ գաղտնալսել: Այստեղ կարելի է խորհուրդ տալ հետևյալ երկու զանգեր կատարելու ծրագրերը՝ նույն *Signal Private Messenger-ը և Silent Phone (silentcircle.com)-ը*:

***

Ինչպես արդեն բազմիցս նշել ենք, տեղեկատվական անվտանգության առաջնային նախապայմաններից են գիտելիքային ռեսուրսները: Այս հանգամանքն առավել կարևոր է կիբեռանվտանգության ոլորտում, որտեղ փոփոխությունները և նորարարությունները կատարվում են խիստ արագ, և պետք է ունակ լինել դրանք ընկալելու և համապատասխանաբար կիրառելու համար: Միևնույն ժամանակ, եթե անձը կամ կազմակերպությունը հանդիսանում են կարևոր, պետական նշանակություն ունեցող տեղեկատվության կրողներ, ապա անհրաժեշտ են ինստիտուցիոնալ բնույթի կառույցներ, որոնց խնդիրը պետք է լինի աջակցել նման օգտատերերին ինչպես խորհրդատվություններով, այնպես էլ համապատասխան ծրագրային միջոցներ տրամադրելով:

Վերը ներկայացված նյութերից հետևում է նաև, որ եթե ավանդական *ԶԼՄ-ի* միջոցով ձևավորված տեղեկատվական տարածքի վերահսկումը լուրջ խնդիր է, ապա հարափոփոխ կիբեռտարածքը կարգավորելուն միտված ջանքերը բախվում են անհամեմատ ավելի լուրջ խոչընդոտների: Սակայն աշխատանքներ այդ ուղղությամբ, միևնույն է, կատարվում են: Միջազգային հանրության կողմից կիբեռտարածքում իրավական նորմեր հաստատելու փորձերը կներկայացվեն ստորև:

5.7 Կիբեռտարածքի իրավական խնդիրները

XX դարի 90-ական թվականներին, կիբեռտարածքի և էլեկտրոնային առևտրի ոլորտի զարգացմանը զուգահեռ, սկսեցին թափ առնել նաև կիբեռհանցագործությունները: Ներկայում կիբեռ-

հանցագործությունների թիվը, ինչպես նաև դրանց հետևանքով առաջացող դրամական վնասները տարեցտարի կրկնապատկվում են: Ուշագրավ է, որ ձերբակալված կիբեռհանցագործների գերակշիռ մեծամասնությունն ընդունում է իր մեղքը, քանի որ գրանցված ցանցային տվյալների տեսքով հավաքված ապացույցները թույլ են տալիս անհերքելի փաստերի վրա հիմնել նրանց դեմ հարուցված գործերը:

Կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարին ուղղված օրենքների ընդունման վերաբերյալ կարելի է ասել, որ «դրանք պետք է կազմվեն որոշակի ճկունությամբ, որպեսզի թույլ տան հաշվի առնել կիբեռհանցագործությունների տարբեր տեսակների բնույթում տեղի ունեցող փոփոխությունները և տեխնոլոգիաների զարգացման արագ ընթացքը»[28]: Միջազգային պայմանագրերի կիրարկումն ազգային մակարդակով հարկավոր է ապահովել «համապատասխան և համարժեք ներքին օրենսդրության ընդունմամբ»: Սակայն միջազգային համաձայնագրերում դժվար է ձևակերպել «հանցագործությունների (և) ... անվտանգության կանոնակարգերի ընդհանուր սահմանումներ»[29]:

Կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարի արդյունավետ միջոցների անհրաժեշտությունն առարկություններ չի առաջացնում, և այսօր ողջ աշխարհի օրենսդիր ու իրավապահ մարմինները բարձրացնում են կիբեռօրենքների անհրաժեշտության հարցը: Խոսքը կիբեռհանցագործությունները հստակ սահմանող և կիբեռապացույցների ընդունմանն աջակցող օրենքների մասին է: Արձագանքելով այս կոչին՝ միջազգային կազմակերպությունները ստեղծել են համաձայնագրեր և կոնվենցիաներ, որոնց, սակայն միացել են ոչ բոլոր երկրները, քանի որ որևէ երկրի կողմից միջազգային համաձայնագրի ստորագրումը ենթադրում է տվյալ համաձայնագրի նպատակներն օրինականացնող ներքին օրենսդրության մշակում և ընդունում:

Բոլոր դեպքերում, աշխատանքներն այդ ուղղությամբ շարունակվում են, և ստորև համառոտ կդիտարկվի, թե ինչպիսի

[28] Draft Convention on Cybercrime, Council of Europe, http://assembly.coe.int//Mainf.asp?link=http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta01/eopi226.htm#_ftn1.

[29] Նույն տեղում:

մոտեցումներ են ցուցաբերվում կիբեռանվտանգության իրավաբանական խնդիրներին տարբեր երկրներում և միջազգային կազմակերպություններում:

Եվրամիություն. Եվրոպայի խորհուրդը 2004թ. ընդունել է «Կիբեռհանցագործությունների մասին կոնվենցիայի» նախագիծը, որն առաջարկվել է աշխարհի երկրներին[30]: Թեև շատ երկրներ ստորագրել են համաձայնագիրը, սակայն քչերն են ընդունել դրան համապատասխան ազգային օրենքներ[31]:

Հատկանշական է համաձայնագրի Հոդված 47-ը. «Դադարեցում. ցանկացած կողմ կարող է ցանկացած ժամանակ դադարեցնել սույն Կոնվենցիան՝ այդ մասին ծանուցելով Եվրոպայի խորհրդի Գլխավոր քարտուղարին»: Իսկ Հոդված 27-ի համաձայն՝ «Սույն հոդվածի շրջանակներում փոխադարձ աջակցության մասին հարցումները պետք է կատարվեն հարցում կատարած Կողմի կողմից սահմանված ընթացակարգերին համապատասխան՝ բացառությամբ այն դեպքերի, երբ դրանք անհամատեղելի են հարցվող Կողմի օրենսդրության հետ: Հարցվող Կողմը կարող է... մերժել աջակցության ցուցաբերումը»[32]:

Ավելի ուշ՝ 2006թ., հակասական լրացուցիչ մի արձանագրություն ավելացվեց կոնվենցիային, որին միացավ կոնվենցիան ստորագրած երկրների միայն մի փոքր մասը[33]: Արձանագրությունը վերաբերում է ինտերնետում կատարվող ռասիստական և քսենոֆոբիական (այլատյացության) արարքներին: Ընդհանուր առմամբ, սակայն, Եվրոպայի խորհրդի նախաձեռնությունը ճանապարհ բացեց բազմաթիվ երկրներում կիբեռհանցագործությունների մասին ազգային օրենսդրությունների ընդունման համար և ՄԱԿ-ի կողմից նմանատիպ համաձայնագրի մշակման շարժառիթ հանդիսացավ:

---

[30] Convention on Cybercrime, Council of Europe, Budapest, Hungary, 2001, http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/185.htm.

[31] Signatories to the Convention on Cybercrime, Council of Europe, http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/ChercheSig.asp?NT=185&CL=ENG.

[32] Convention on Cybercrime, Council of Europe, Budapest, Hungary, 2001, http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/185.htm.

[33] Additional Protocol to the Convention on Cybercrime, Council of Europe, Strasbourg, France, 2006, http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/189.htm.

Միավորված Ազգերի Կազմակերպություն. ՄԱԿ-ը 2010թ. առաջարկություն ստացավ անդամ երկրների համար կիբեռհանցագործությունների մասին համաձայնագիր ստեղծելու վերաբերյալ: Լայն քննարկումներից հետո առաջարկությունը մերժվեց անընդունելի հոդվածներ պարունակելու պատճառով: Հիմնական հակասություններն առաջացրել էին հետևյալ հոդվածները[34]:

Հոդված 2. ըստ այս հոդվածի՝ համաձայնագիրը գերակայություն էր ստանում ազգային օրենսդրության հանդեպ՝ պահանջելով, որ. «խաղաղության և անվտանգության դեմ կիբեռտարածությունում կատարված լուրջ հանցագործությունները ՄԱԿ-ի Կիբեռհանցագործությունների մասին համաձայնագրի միջոցով համարվեն հանցագործություն միջազգային իրավունքի ներքո, անկախ այն բանից, թե ազգային օրենսդրությամբ նման արարքները պատժելի են, թե ոչ»: Այս դրույթն ազգային ինքնիշխանության տեսանկյունից անորոշ և անգամ վիրավորական համարվեց:

Հոդված 3.8.3-ում, հղում կատարելով ԵՄ անդամ հանդիսացող կողմերին, նշվում էր, որ «...ինտերնետային թրաֆիկի և գործարքների տվյալները, որոնք սովորաբար ներառում են հեռահաղորդակցությունը, էլեկտրոնային փոստը և այցելված կայքերը, կարող են պահպանվել: Տվյալների պահպանման նպատակներն են դրանց վերլուծությունը...»: Այս հոդվածի դեմ հանդես եկան քաղաքացիական ազատությունները պաշտպանող բազմաթիվ տեղական և միջազգային կազմակերպություններ՝ գտնելով, որ ձևակերպումն անընդունելի է, քանի որ ակնհայտորեն խախտում է քաղաքացիների հիմնարար իրավունքները, որոնց առանցքն անձնական հաղորդակցության գաղտնիությունն է:

Հոդված 4-ը ամենահակասականն էր: Ըստ էության, հոդվածը անդամ երկրներից պահանջում էր ընդունել Միջազգային քրեական դատարանը որպես կիբեռհանցագործությունների հարցով բարձրագույն ատյան. «Կիբեռհանցագործություն կատարած որևէ անձ... ենթակա է հետապնդման Դատարանի կողմից... Ազատա-

[34] Convention on Cybercrime: The Treaty Document—A Proposal. Twelfth United Nations Congress on Crime Prevention and Criminal Justice, Salvador, Brazil, 2010, http://www.cybercrimelaw.net/documents/UN_12th_Crime_Congress.pdf.

զրկման առավելագույն չափը սահմանվում է 30 տարի, կիրառելի է նաև ցմահ ազատազրկումը»[35]:

Այսպիսով, ՄԱԿ-ը շարունակում է միջազգային հարթակ հանդիսանալ տարաբնույթ քննարկումների և գաղափարների փոխանակման համար, սակայն միջազգային մակարդակով համաձայնության գալու առումով այն հեռու է իդեալական լինելուց: Այնուհանդերձ, երկկողմ կամ տարածաշրջանային պայմանագրերը հաճախ բավարար են լինում, քանի դեռ գլոբալ համաձայնագրեր չեն ստորագրվել: Այդպիսի օրինակ է Եվրոպոլը[36]:

ՆԱՏՕ. Հյուսիսատլանտյան պայմանագրի կազմակերպության հիմքում, ինչպես հայտնի է, ընկած են պաշտպանությունն ու անվտանգությունը, և այդ կազմակերպությունը փորձում է իրեն գլոբալ դեր վերապահել նաև կիբեռանվտանգության բնագավառում: ՆԱՏՕ-ի Կիբեռանվտանգության կենտրոնի կայքում տեղադրված մի հոդվածում ասվում է, որ «Գլոբալ կիբեռանվտանգությունը կարող է ՆԱՏՕ-ի համար հատուկ ոլորտ հանդիսանալ»[37]: ՆԱՏՕ-ն հետաքրքրված է կիբեռահաբեկության և կիբեռպատերազմի խնդիրներով, սակայն կիբեռհանցագործությունների համար դուռը դեռևս բաց է մնում: Ինչպես նշված է այդ կազմակերպության «Կիբեռանվտանգության քաղաքականություն»–ում, թեև ինտերնետը լայն կիրառում ունի ՆԱՏՕ անդամ երկրներում, այն առանձնապես մեծ դեր չի խաղում դրանցից շատերի ազգային անվտանգության հարցերում և սոցիալական կամ տնտեսական հենասյուն նույնպես չի հանդիսանում: Հետևապես, այդ կազմակերպության անդամների վերաբերմունքը կիբեռահաբեկության և կիբեռպատերազմի դեմ ուղղված ներդրումների հարցում չի կարող միասնական լինել՝ հաշվի առնելով «անդամ երկրների շրջանում գերիշխող դժկամությունը պարտադիր կատարման ենթակա և ծախսատար միջազգային նախաձեռնություններում ներգրավվելու նկատմամբ»[38]:

---

[35] International Criminal Court, http://www.icc-cpi.int/Menus/ICC.
[36] Europol, https://www.europol.europa.eu.
[37] The North Atlantic Treaty Organization, http://www.nato.int.
[38] Tikk, Eneken, Global Cyber Security—Thinking about the Niche for NATO, http://www.ccdcoe.org/articles/2010/Tikk_GlobalCyberSecurity.pdf.

ՆԱՏՕ–ի պետությունների ղեկավարների կողմից 2011թ. Լիսաբոնում ընդունված «Հյուսիսատլանտյան պայմանագրի կազմակերպության անդամների պաշտպանության և անվտանգության հայեցակարգում» կիբեռանվտանգության հարցն արծարծվում է հետևյալ կերպ[39].

Հոդված 12. Կիբեռհարձակումների թիվն աճում է՝ ավելի կազմակերպված, ծախսահարույց և վնասաբեր դառնալով կառավարությունների, մասնավոր բիզնեսի, տնտեսության, տրանսպորտի, առաքման ցանցերի և կրիտիկական այլ ենթակառուցվածքների համար: Դրանք կարող են հատել այն շեմը, որից հետո սպառնալիք կդառնան ազգային ու Եվրատլանտյան բարգավաճման, անվտանգության և կայունության համար: Նման հարձակումներ կարող են ձեռնարկվել օտարերկրյա զինված ուժերի և հատուկ ծառայությունների, կազմակերպված հանցախմբերի, ահաբեկչական և ծայրահեղական խմբավորումների կողմից:

ՆԱՏՕ-ն Կիբեռանվտանգության պաշտպանական կենտրոն է ստեղծել Էստոնիայի մայրաքաղաք Տալլինում, որի առաքելությունն է՝ «ՆԱՏՕ-ի ներսում, դրա անդամ երկրների և գործընկերների շրջանում *կիբեռպաշտպանության* ոլորտի կարողությունների, համագործակցության և տեղեկատվության փոխանակման կատարելագործումը... [և] կիբեռպաշտպանության հարցերով փորձագիտական հիմնական աղբյուր հանդիսանալը»[40]:

Վերոհիշյալ կենտրոնում կայացած կիբեռանվտանգության հարցերով համաժողովում ինքնիշխան պետության համար որպես կիբեռանվտանգության արդյունավետ հիմնասյուն ներկայացվեցին ներքոհիշյալ 10 կանոնները[41]:

1. ***Տարածքայնության կանոն.*** պետության տարածքում գտնվող տեղեկատվական ենթակառուցվածքները ենթակա են տվյալ պետության տարածքային ինքնիշխանությանը:
2. ***Պատասխանատվության կանոն.*** պետության տարածքում գտնվող տեղեկատվական համակարգից կիբեռհարձակման

[39] Active Engagement, Modern Defence, http://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_68580.htm#cyber.

[40] NATO Cooperative Cyber Defence Centre of Excellence, Tallinn, Estonia, http://www.ccdcoe.org/.

[41] Tikk, Eneken, Ten Rules for Cyber Security, http://www.ccdcoe.org/articles/2011/Tikk_TenRulesForCyberSecurity.pdf.

ձեռնարկումը նշանակում է, որ այդ գործողությունը վերագրելի է տվյալ պետությանը:

3. ***Համագործակցության կանոն.*** պետության տարածքում գտնվող տեղեկատվական համակարգի միջոցով ձեռնարկված կիբեռհարձակման փաստը տվյալ պետության համար առաջացնում է տուժող դարձած երկրի հետ համագործակցության պարտավորություն:
4. ***Ինքնապաշտպանության կանոն.*** բոլորն ունեն ինքնապաշտպանության իրավունք:
5. ***Տվյալների պաշտպանության կանոն.*** տեղեկատվական ենթակառուցվածքների մշտադիտարկման տվյալները համարվում են գաղտնի, եթե այլ բան նախատեսված չէ (Եվրամիությունում գերակշռող մեկնաբանություն):
6. ***Հոգ տանելու պարտականության կանոն.*** յուրաքանչյուր ոք պարտավոր է անվտանգության ողջամիտ մակարդակ ապահովել իր տեղեկատվական ենթակառուցվածքներում:
7. ***Վաղ ազդարարարման կանոն.*** գոյություն ունի հայտնի դարձած վերահաս կիբեռվտանգի մասին հնարավոր տուժողներին զգուշացնելու պարտավորություն:
8. ***Տեղեկատվության հասանելիության կանոն.*** հանրությունն ունի մարդկանց կյանքին, անվտանգությանը և բարօրությանը սպառնացող վտանգների մասին իրազեկվելու իրավունք:
9. ***Քրեականացման կանոն.*** յուրաքանչյուր երկիր պարտավոր է իր քրեական օրենսգրքում ընդգրկել կիբեռհանցագործությունների առավել տարածված տեսակները:
10. ***Իրավասության կանոն.*** կազմակերպության գործելու (և կանոնակարգելու) կարողությունը բխում է իր իրավասություններից:

Նշենք, որ մասնավորապես 2-րդ կանոնը բացարձակապես անընդունելի է, քանի որ այն հանցանք է վերագրում պետությանը մի գործողության համար, որը կարող է նախաձեռնել այդ պետությունում գործող անվերահսկելի կամ գաղտնի որևէ կազմակերպություն

ԻՆՏԵՐՊՈԼ. Քրեական ոստիկանության միջազգային այս կառույցն «աշխարհի խոշորագույն միջազգային իրավապահ կազմակերպությունն է, որին անդամակցում են 190 երկրներ և որն

ունի... տեխնիկական և գործառնական աջակցության բարձր տեխնոլոգիական բացառիկ ենթակառուցվածք»[42]: *ԻՆՏԵՐՊՈԼ-ը* առաջատար դեր է կատարում կիբեռզրոհների և վնասակար ծրագրերի դեմ պաշտպանության լավագույն միջոցներն աշխարհի իրավապահ մարմիններին ուսուցանելու գործում, այդ թվում.

- Կիբեռզրոհների միտումների վերլուծություն;
- Թվային դատափորձագիտական միջոցների գործնական կիրառումը կիբեռանվտանգության հետ կապված պատահարների ուսումնասիրության համար;
- Ապացույցների հայթայթման և վերլուծության մեթոդներ;
- Վնասակար ծրագրերի և վարակված ցանցերի տեխնիկական վերլուծություն[43]:

ԻՆՏԵՐՊՈԼ-ը կազմակերպել է կիբեռանվտանգության միջազգային դաշինք, որը գործում է իրավապահ մարմինների մակարդակով: Այն հետապնդում է հետևյալ նպատակները.

- Տեղեկատվության փոխանակման նպաստում՝ տարածաշրջանային աշխատանքային խմբերի և համաժողովների միջոցով;
- Պրոֆեսիոնալ չափանիշների ստեղծմանը և պահպանմանն ուղղված վերապատրաստման դասընթացների կազմակերպում;
- Միջազգային գործողությունների համակարգում և աջակցություն;
- Կիբեռհանցագործությունների առնչությամբ հետաքննչական գործողություններին ցանկացած պահի և աշխարհի ցանկացած մասում մասնակցություն ցուցաբերելու պատրաստ քննիչների ցանկի ստեղծում;
- Կիբեռզրոհների կամ կիբեռհանցագործությունների իրականացման դեպքում հետաքննչական ծառայությունների և տվյալների շտեմարանների միջոցով աջակցության ցուցաբերում անդամ երկրներին;
- Ռազմավարական գործընկերության զարգացում միջազգային այլ կազմակերպությունների և մասնավոր հատվածի հետ;

[42] INTERPOL, International Police Departments Association, http://www.interpol.int.
[43] Cyber Security Threats, INTERPOL Seminar, https://www.interpol.int/Public/ICPO/Press-Releases/PR2011/News20110707.asp.

- Նորահայտ վտանգների բացահայտում և անդամ երկրների իրազեկում այդ մասին;
- Ընթացիկ տեղեկությունները և փաստաթղթերը հասանելի դարձնող անվտանգ պորտալի ապահովում:

Կիբեռօրենսդրության կիրառման խոչընդոտները. Միջազգային համաձայնագրերը կարելի է կազմել, ստորագրել և հուսալ, որ դրանց կիետևի ազգային օրենքների ընդունումը, որոնք արդյունավետ կիբեռօրենսդրական դաշտ կստեղծեն: Սակայն դա կիբեռհանցագործությունների դեմ շարունակական պայքարի լոկ առաջին մասն է: Երկրորդ մասը կիբեռհանցագործների մեկուսացումն է հասարակությունից: Սակայն ներկայում առկա են մի շարք գործոններ, ոլորտներ, որոնք խոչընդոտում են այդ գործընթացին: Դրանցից են.

- ***Պետական բյուրոկրատիան.*** երկրների գերակշիռ մասում դատական համակարգերը գերբեռնված են, և մեղադրանքի ձևակերպումից ու առաջադրումից հետո դատական գործերի լսումը հաճախ հետաձգվում է 1-2 տարով: Մինչ այդ մեղադրյալները (եթե մեղավոր են) ազատ են նոր կիբեռհանցագործություններ կատարելու համար;
- ***Դատավորների կիբեռհմտությունները.*** կիբեռտարածքում կատարված կիբեռհանցագործությունները հաճախ ներթափանցումներ են ցանցեր և անվտանգության խախտում են, որոնք հանդիսանում են խարդախության կատարելագործված մեխանիզմների մաս: Մինչդեռ առանց հատուկ և մշտական ուսուցման՝ դատավորները հնարավոր է, որ չըմբռնեն՝ մեղադրյալն արդյոք մեղավոր է, թե անմեղ առաջադրված մեղադրանքներում:
- ***Ապացույցների վավերացում.*** եթե, օրինակ, էլեկտրոնային նամակի վերնագիրը պարունակում է մեղադրյալի էլեկտրոնային հասցեն, ապա դա դեռևս մեղավորության կամ անմեղության ապացույց չէ:
- ***Ապացույցների կորուստ.*** ենթադրյալ հանցագործության կատարման և դատական գործի լսման միջև ընկած ժամանակահատվածի երկարատևության պատճառով էլեկտրոնային ապացույցները կարող են անհետանալ կամ ձևափոխվել:
- ***Ապացույցների հասանելիություն.*** ապացույցը կարող է գտնվել օտար երկրի կողմից սպասարկվող համակարգչում (սերվե-

րում), և տվյալների ստացումն այնտեղից կարող է պահանջել հատուկ ընթացակարգերի կատարում:

- ***Համապարփակ օրենսդրություն.*** կիբեռհանցագործությունների սխեմաները, որպես կանոն, մի քանի ամսով առաջ են ընկած իրավապահներից, ինչը գործընթացում նոր հետաձգումներ է առաջացնում:
- ***Կիբեռհանցագործությունների քննիչներ.*** ինտերնետի տարածման և դրան զուգահեռ՝ կիբեռհանցագործությունների թռիչքաձև աճի հետևանքով աշխարհի որևէ պետություն չունի կիբեռոստիկանության բավարար քանակով աշխատակիցներ, ովքեր կկարողանային հետաքննել ենթադրյալ կիբեռհանցագործությունների յուրաքանչյուր դեպք:

Կիբեռօրենսդրական համակարգը բոլոր չափանիշներով դեռևս սաղմնային վիճակում է: Այնուամենայնիվ, այն կատարելագործվում է ամբողջ աշխարհում, և անհիմն չէ հույսեր տածելը, որ ապագայում հնարավոր կլինի զսպել կիբեռհանցագործությունների աճը:

Կիբեռօրենսդրությունն ԱՄՆ-ում. Նախքան կիբեռտարածքի ձևավորումն իր ներկայիս տեսքով, գոյություն ուներ մեկ այլ *տարածություն*, որին, սակայն, որպես այդպիսին, սահմանում չէր տրվել: Դա *տվյալների տարածքն* էր: Կիսահաղորդչային ֆիզիկայի և քիմիայի զարգացումը թույլ տվեց անալոգային համակարգիչներից անցում կատարել թվայինների՝ միաժամանակ փոքրացնելով սարքերի չափսերը, և այս առաջընթացը հանգեցրեց համակարգիչների ժամանակակից փոքր չափսերին և հաշվողական հզորությանը:

Տեղեկությունների թվային պահպանման ժամանակաշրջանը սկսվեց XX դարի 60-ականներին, իսկ 70-ականներին արդեն լիարժեք ծաղկման փուլում էր: Ընկերություններից շատերը սկսեցին համակարգիչներ ձեռք բերել իրենց գործառնական և հաշվապահական կարիքների համար: Միևնույն ժամանակ, մտահոգություններ առաջացան տվյալների գաղտնիության և համակարգիչների անվտանգության կապակցությամբ, ինչի արդյունքում ընդունվեցին տվյալների պաշտպանության, գաղտնիության և ազգային անվտանգության մասին օրենքներ:

Տվյալների պահպանությանն առնչվող ԱՄՆ դաշնային օրենքներից մի քանիսը նկարագրվում են ստորև.

Առևտրային գաղտնիության իրավունքի մասին 2011թ. օրենքը[44]**.** Այս օրենքի նպատակն է. «Առևտրի դաշնային հանձնաժողովի ներքո իրավական դաշտ ստեղծել անհատների անձնական տվյալների համապարփակ պաշտպանության և այլ խնդիրների համար»: Օրենքում ճանաչվում է, որ.

- Անհատապես նույնականացվող տեղեկությունների *(ԱՆՏ)* գոյությունը մտահոգություններ է առաջացնում առ այն, որ տվյալների գաղտնիությունը, անվտանգությունը և նույնքան կարևորվող ամբողջականությունը կարող են վտանգվել;
- *ԱՆՏ* հավաքման, պահպանման, բաշխման և օգտագործման չարաշահումներն արդեն բազմատեսակ հանցագործությունների, այդ թվում կիբեռհանցագործությունների տեղիք են տվել, ինչը բացասաբար է անդրադառնում էլեկտրոնային հուսալի առևտրի զարգացման վրա;
- Օրենսդրական դաշտը բացակայում է և, միաժամանակ, *ԱՆՏ* հանդեպ միասնական ու համապարփակ պետական դիրքորոշման կարիք է առաջացրել:

Այս ամենը հաշվի առնելով՝ ԱՄՆ օրենսդիր մարմինը կազմեց և ընդունեց սույն օրենքը, որով բոլոր նահանգների գլխավոր դատախազներին և Առևտրի դաշնային հանձնաժողովին հանձնարարվում է մշակել միասնական իրավական ռեժիմի ներքո գործող մանրակրկիտ կանոններ, որոնք թույլ կտան համապարփակորեն պաշտպանել *ԱՆՏ-ն*: Օրենքի հիմնական դրույթները հետևյալն են.

- ***Պատասխանատվություն.*** օրենքով սահմանված իրավաբանական և ֆիզիկական բոլոր անձինք, որոնք *ԱՆՏ* են պահում իրենց գործունեության բերումով, պետք է «կառավարչական պատասխանատվություն կրեն իրենց կողմից պահվող տվյալների համար»: Այս համատեքստում *պահվող տվյալների համար կառավարչական պատասխանատվությունը* նշանակում է որպես *ԱՆՏ* որակվող տվյալների հավաքման, մշակման,

[44] The Commercial Privacy Bill of Rights Act of 2011, http://kerry.senate.gov/imo/media/doc/Commercial%20Privacy%20Bill%20of%20Rights%20Text.pdf.

պահպանման, ֆիզիկական և վիրտուալ անվտանգության, երրորդ կողմերին դրանց տրամադրման, ինչպես նաև օգտագործման մասին քաղաքականության գոյություն:

- ***Գաղտնիություն ի սկզբանե***. տվյալների գաղտնիության պահպանման բոլոր խնդիրները պետք է առաջնահերթություն հանդիսանան: Դա կարող է իրականացվել «տվյալների գոյության ողջ ընթացքում կառավարման համապատասխան գործընթացների և գործելակերպերի կիրառման միջոցով»:
- ***Թափանցիկություն***. կիբեռտարածքում և այլուր տվյալներ հավաքողները պարտավոր են հավաքված *ԱՆՏ* կառավարման վերաբերյալ «հստակ, հակիրճ և ժամանակին տեղեկություններ տրամադրել անհատներին»:
- ***Անհատական մասնակցություն***. *ԱՆՏ* պահողները պետք է «անհատներին տրամադրեն արդյունավետ, հստակ և ակնհայտ մեխանիզմ», որի միջոցով նրանք կկարողանան թույլատրել կամ արգելել իրենց *ԱՆՏ* օգտագործումը և ցանկացած պահի փոփոխել այդ մասին իրենց կայացրած որոշումը:
- ***Տվյալների նվազագույն մակարդակ***. ծառայության տրամադրման ընթացքում անհատի մասին տվյալների հավաքումը պետք է հասցնել նվազագույնի, «որքան որ դա ողջամտորեն հնարավոր է»:
- ***Տեղեկությունների փոխանցման սահմանափակումներ***. *ԱՆՏ* հավաքողների կողմից այդ տվյալների փոխանցումը երրորդ անձանց պետք է կատարվի «այդ երրորդ անձի պարտավորության ստանձնման պայմանով», որ նա տվյալների կառավարման հարցում լիովին հետևելու է սույն օրենքի դրույթներին: Ավելին, *ԱՆՏ* տվյալների փոխանցումը «ոչ հուսալի երրորդ անձանց արգելվում է»:
- ***Տվյալների ամբողջականություն***. *ԱՆՏ* հավաքողները պարտավոր են համապատասխան քաղաքականության, գործելակերպերի և մեխանիզմների միջոցով ապահովել «անհատապես նույնականացվող տեղեկությունների... ճշգրտությունը, հատկապես երբ նման տեղեկությունները կարող են օգտագործվել սպառողներին օգուտների տրամադրումից հրաժարվելուն, կամ նրանց զգալի վնասներ պատճառել»:
- ***Կիրարկում և պատժամիջոցներ***. օրենքն Առևտրի դաշնային հանձնաժողովին հանձնարարում է ընդունել արդյունավետ

կանոնակարգեր և հետևել դրանց կատարմանը: Խախտումների համար պատժամիջոցները պետք է սահմանվեն դրանց ծանրությունից և երկարատևությունից ելնելով:

- ***«Ապահով ապաստանի» մասին դրույթներ***. օրենքը Առևտրի դաշնային հանձնաժողովին թույլ է տալիս իրականացնել «ապահով ապաստանի» ծրագրեր: Այս իրավաբանական եզրը նշանակում է օրենքի որոշակի դրույթների համար որևէ կողմի պատասխանատվության փոփոխություն, նվազեցում կամ վերացում: Իրավական պարտավորությունների նման թուլացումները կատարվում են հանուն ավելի մեծ հանրային օգուտի: Նշված ծրագրերը կիրառելի են տվյալ օրենքի ներքո գործող տվյալներ հավաքողների հանդեպ այնքանով, որքանով որ շարունակում է պահպանվել օրենքի նպատակը, այսինքն՝ անհատների անձնական գաղտնիքների պահպանումը:

Առևտրային գաղտնիության իրավունքի մասին 2011թ. օրենքը *ԱՆՏ* կառավարման կոնկրետ կանոններ չի սահմանում, սակայն այդ լիազորությունը վերապահում է Առևտրի դաշնային հանձնաժողովին, որն իրականացնում է առևտրի ոլորտի վերահսկողությունը և առավել ունակ է տվյալ խնդրի կատարմանը՝ կազմելով կանոններ և ձեռնարկելով միջոցներ, որոնք արդյունքում կպաշտպանեն *ԱՆՏ-ն,* նվազագույնի կհասցնեն դրանց չարաշահումը և կիբեռհանցագործությունների թվաքանակը:

Կիբեռանվտանգության մասին 2010թ. օրենքը[45]. Այս օրենքի նպատակն է անվտանգ կիբեռհաղորդակցման միջոցով ապահովել ԱՄՆ ներսում և ԱՄՆ առևտրային գործընկերների հետ առևտրի ազատ հոսքը, այդ նպատակով կատարվող համացանցային և ներցանցային հաղորդակցությունների անընդհատ զարգացումն ու շահավետ շահագործումը, նպաստել տեղեկատվական տեխնոլոգիաների մասնագիտական կադրերի զարգացմանը, պահպանել և բարելավել խախտումներին դիմակայող կիբեռանվտանգության արդյունավետ պաշտպանական միջոցները և այլն: Օրենքում ճանաչվում է, որ.

[45] The Cybersecurity Act of 2010, http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/getdoc.cgi?dbname=111_cong_bills&docid=f:s773rs.txt.pdf.

- Կիբեռտարածքն ամերիկյան հասարակության անքակտելի մասն է և կյանքի բոլոր կողմերի համար հանդիսանում է կարևորագույն ենթակառուցվածք, որը Սպիտակ տան կողմից բնորոշվում է որպես ազգային ռազմավարական ակտիվ:
- Մի կողմից հաշվի առնելով համացանցի կարևորությունը և արժեքավորությունը ԱՄՆ-ի համար, մյուս կողմից՝ ընդունվում են դրա պատշաճ անվտանգության բացակայությունը և կիբեռհանցագործությունների ու ահաբեկչական հարձակումների աճող սպառնալիքները:
- Զգացվում է ազգային անվտանգության համապարփակ ռազմավարության, ինչպես նաև կիբեռմասնագետների որակավորման բարձրացման և թվաքանակի ավելացման կարիք:

Վերոնշյալ նկատառումներից ելնելով՝ ԱՄՆ օրենսդիր մարմինը կազմեց և ընդունեց այս օրենքը՝ հանձնարարելով դրա կատարումը ԱՄՆ նախագահին, ոչ թե կառավարության որևէ մարմնի, ինչպես դա սովորաբար տեղի է ունենում: Օրենքի հիմնական դրույթները հետևյալն են.

Արտոնագրում. օրենքը կարևորում է կիբեռանվտանգության որակյալ մասնագետների կարիքի բավարարումը, որի նախապայմաններն են «կիբեռանվտանգության վկայագրման, ուսուցանման և արտոնագրման ծրագրերը»:

Կիբեռանվտանգության կրթաթոշակներ. օրենքում Գիտության ազգային հիմնադրամին հանձնարարվում է «ստեղծել կիբեռանվտանգության դաշնային ծրագիր՝ «կրթաթոշակ ապագա ծառայության դիմաց մեխանիզմով», որի միջոցով հավաքագրվելու և ուսուցանվելու են տեղեկատվական տեխնոլոգիաների հաջորդ սերնդի մասնագետները»: Ծրագիրը պետք է տարեկան 1000 լիարժեք կրթաթոշակ ապահովի բակալավրիատի և մագիստրատուրայի ուսանողների համար՝ ուղղորդելով նրանց դեպի կիբեռանվտանգության ոլորտ: Ավելին, տաղանդների որոնում պետք է իրականացվի անգամ ավագ դպրոցներում՝ միաժամանակ «նպաստելով համակարգչային անվտանգության մասին իրազեկությանը միջնակարգ և ավագ դպրոցների դասարաններում»:

Կիբեռանվտանգության մրցույթներ. օրենքը Ստանդարտների և տեխնոլոգիաների ազգային ինստիտուտին *(ՍՏԱԻ)* հանձնարարում է կազմակերպել կիբեռանվտանգության մրցույթներ և պարգևատրում

նախատեսող այլ միջոցառումներ, նպատակադրվելով «գրավել, բացահայտել, գնահատել և տեղեկատվական տեխնոլոգիաների դաշնային անձնակազմի համար հավաքագրել տաղանդավոր անհատներ... և ...խթանել նորարարությունը կիբեռանվտանգության հիմնարար ու կիրառական հետազոտություններում»:

Կիբեռանվտանգության անձնակազմի ծրագիր. ընդունելով, որ կիբեռանվտանգության ապահովումը պահանջում է ունենալ այսպես կոչված կիբեռզինվորներ, օրենքը նախատեսում է պետական յուրաքանչյուր մարմնի համար ծրագրի ստեղծում, որը կապահովի նրանց կիբեռանվտանգության ոլորտում որակական և քանակական չափանիշները: Ծրագիրը պետք է ընդգրկի «աշխատանքի ընդունվող կիբեռանվտանգության մասնագետների քանակի պլանավորում... հմտությունների անբավարարությունը չեզոքացնող կարճաժամկետ և երկարաժամկետ ռազմավարական պլանավորում... աշխատանքի ընդունման ռազմավարություններ... կիբեռանվտանգության դասընթացներ», որոնք կապահովեն կիբեռտարածության անվտանգությունը:

Կիբեռանվտանգության հանձնարարական Ստանդարտների և տեխնոլոգիաների ազգային ինստիտուտին (ՍՏԱԻ). այս օրենքը ճանաչում է ՍՏԱԻ-ին որպես կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարի և կիբեռանվտանգության ոլորտի տեխնոլոգիական լիազոր մարմին և հանձնարարում է նրան «նպաստել կիբեռանվտանգության ռիսկի չափման ստուգելի մեթոդների, ռիսկի կառավարման միջոցների և լավագույն գործելակերպերի մշակմանը մասնավոր հատվածի կողմից», որոնք հետագայում կծառայեն որպես կիբեռանվտանգության պատրաստվածության գնահատման նորմեր:

Կիբեռանվտանգության ոլորտում գիտելիքների ընդլայնում և խորացում. օրենքն ընդգծում է գիտելիքների, հմտությունների անընդմեջ զարգացման և այնպիսի մասնագետների պատրաստման անհրաժեշտությունը, ովքեր կունենան համապատասխան փորձ «անհատների անձնական տվյալների, տեղեկությունների կամ օրինական գործարքների գաղտնիությունը երաշխավորող անվտանգ ու հուսալի ծրագրային ապահովմամբ բարդ համակարգերի կերտման գործում»:

Կիբեռանվտանգության խորհուրդ. ԱՄՆ նախագահին վերագրելով առանցքային դեր օրենքի իրականացման հարցում՝ կոչ է

արվում ստեղծել «արդյունաբերության, գիտակրթական համակարգի, հասարակական կազմակերպությունների, մասնագիտացված խմբերի և իրավապաշտպան կազմակերպությունների բարձրակարգ ներկայացուցիչներից» կազմված խորհրդատվական մարմին, որը նախագահին խորհուրդներ կտրամադրի «կիբեռանվտանգության ազգային ծրագրի ու ռազմավարության հետ կապված հարցերով»:

Կիբեռանվտանգության մասին 2010թ. օրենքը սկզբնակետ է հանդիսանում կիբեռանվտանգության մասին իրազեկության ծրագրի ստեղծման համար, որը քաղաքականության, ուղեցույցների մշակման և դրամական խոշոր հատկացումների միջոցով կհանգեցնի կիբեռհանցագործություններից և կիբեռպատերազմներից հանրությանն ու մասնավոր հատվածին պաշտպանող կիբեռանվտանգության պրոֆեսիոնալ մասնագետների ի հայտ գալուն:

Տեղեկատվական անվտանգության դաշնային կառավարման (ՏԱԴԿ) մասին 2002թ. օրենք[46]**.** հաշվի առնելով տվյալների մշակման և համակարգիչների օգտագործման աճող տեմպերը՝ ԱՄՆ օրենսդիր մարմինը դեռևս 1987թ. ընդունեց Համակարգչային անվտանգության մասին օրենքը, որով այսօրվա տեսանկյունից թեև տարրական, սակայն որոշակի ցուցումներ տրամադրվեցին տվյալների անվտանգության ընդհանուր սկզբունքների վերաբերյալ: 2002թ. ակնհայտ դարձավ, որ սպառնալիքները բազմապատկվել են, և անվտանգության համակարգերի ու տվյալների կառավարումը պահանջում է կազմակերպված մոտեցումներ:

ՏԱԴԿ մասին օրենքը դաշնային մարմինների համար սահմանում է չափելի ելակետային ցուցանիշներ, որոնք պարտադիր կերպով պետք է բավարարել: *ՏԱԴԿ* օրենքով դաշնային մարմինների ղեկավարներին հանձնարարվում է ստեղծել և իրականացնել պետական տեղեկատվական համակարգերի համար ռիսկերը և վտանգները նվազեցնող քաղաքականություններ և ընթացակարգեր: Անհրաժեշտ նորմերի մշակման պարտականությունը դրվում է *ՍՏԱԻ*-ի վրա՝ նպատակ ունենալով ապահովել

[46] The Federal Information Security Management Act of 2002, http://www.marcorsyscom.usmc.mil/sites/pmia%20documents/documents/Federal%20Information%20Security%20Management%20Act%20(FISMA).htm.

տեղեկատվական անվտանգության նորմերի միասնականությունը պետական բոլոր մարմիններում, միաժամանակ ապահովելով տվյալների ամբողջականությունը, հասանելիությունը և անվտանգությունը:

ՏԱԴԿ օրենքը տեղեկատվական անվտանգության կանոնների ձևակերպման տեսանկյունից շրջադարձային էր: Օրենքի նպատակները հետևյալն են[47].

- Ստեղծել դաշնային մարմինների գործունեությանը և միջոցներին սատարող, տեղեկատվական ռեսուրսների անվտանգության վերահսկման արդյունավետությունն ապահովող համապարփակ դաշտ;
- Ապահովել դաշնային պատկանելության տեղեկությունների և տեղեկատվական համակարգերի պաշտպանության համար անհրաժեշտ վերահսկողության նվազագույն պահանջների մշակումն ու պահպանումը;
- Ստեղծել դաշնային մարմինների տեղեկատվական անվտանգության ծրագրերի վերահսկման բարելավման մեխանիզմ;
- Ընդունել, որ յուրաքանչյուր մարմին ինքը պետք է կատարի տեղեկատվական անվտանգության համար կոնկրետ սարքավորումների և ծրագրային ապահովման լուծումների ընտրությունը՝ մասնավոր հատվածում մշակվածների թվից:

Օրենքի հիմնական դրույթները հետևյալն են.

Պատասխանատվություն. պետական մարմնի տնօրինման տակ գտնվող տեղեկությունների անվտանգության ապահովման համար պատասխանատվությունն օրենքով դրվում է տվյալ մարմնի ղեկավարի վրա: Ընդ որում, անվտանգության աստիճանը պետք է «համապատասխանի տնօրինվող տեղեկությունների չլիազորված օգտագործման, բացահայտման, խաթարման, վերափոխման կամ ոչնչացման հետ կապված ռիսկի և դրանից բխող վնասների մեծությանը»:

Պլանավորում. պետական մարմիններն իրենց ունեցած տեղեկությունների պաշտպանության համար կարող են ստեղծել անվտանգության իրենց սեփական ծրագրերը, անգամ եթե այդ տե-

[47] FISMA Purposes, Legal Information Institute, Cornell University Law School, http://www.law.cornell.edu/uscode/44/3541.html.

ղեկությունները պահվում են ոչ թե իրենց, այլ այդ մարմինների կապալառուների կամ առանձնացված ստորաբաժանումների մոտ:
Հաշվետվություններ. *ՏԱԴԿ* օրենքի տառի և ոգու պահպանումը ներկայացվելու է յուրաքանչյուր կազմակերպության ղեկավարի կողմից պատրաստվող տարեկան հաշվետվություններում, որոնք տրվելու են հետևյալ մարմիններին.

- Առևտրի դեպարտամենտի *ՏԱԴԿ* տնօրեն;
- Կոնգրեսի պետական բարեփոխումների և գիտության հանձնաժողովներ;
- Սենատի պետական գործերի, առևտրի, գիտության և տրանսպորտի հանձնաժողովներ;
- Համապատասխան հանձնաժողովներ;
- Ֆինանսական վերահսկիչ ծառայության աշխատակազմ *(ՖՎԾ):*

ՖՎԾ-ն ստուգելու է «տեղեկատվական անվտանգության քաղաքականությունների, ընթացակարգերի և գործելակերպերի համարժեքությունը, արդյունավետությունը և համապատասխանությունը *ՏԱԴԿ* օրենքի պահանջներին»:
Անկախ գնահատումներ. պետական յուրաքանչյուր մարմնի տեղեկատվական անվտանգությունը ենթակա է անկախ ստուգման և գնահատման գլխավոր տեսչի կողմից, որը «նշանակվում է 1978թ. Գլխավոր տեսուչների մասին օրենքի համաձայն, կամ գլխավոր տեսչի նշանակած անկախ աուդիտորի կողմից»:

Որպես *ՏԱԴԿ* հաշվետվության օրինակ կարող է ծառայել դաշնային պետական մարմին հանդիսացող ԱՄՆ Արժեթղթերի և բորսաների հանձնաժողովի 2011թ. հաշվետվությունը[48]: Անկախ աուդիտորի կողմից պատրաստված այս հաշվետվությունում պարունակվում են Գլխավոր տեսչի եզրահանգումները, ինչպես նաև տվյալների անվտանգության առումով այդ հանձնաժողովի տեղեկատվական համակարգի բարելավմանն ուղղված կոնկրետ առաջարկներ:

2001թ. USA PATRIOT («ԱՄՆ հայրենասեր») օրենքը. «Ամերիկան միասնականացնելու և հզորացնելու նպատակով ահաբեկչության կասեցման և խաթարման համար պահանջվող համապատասխան

[48] SEC 2011 FISMA Report, http://www.sec-oig.gov/Reports/AuditsInspections/2011/489.pdf.

միջոցների ապահովման մասին» այս օրենքի նպատակն է «կասեցնել ու պատժել ահաբեկչական գործողություններն ԱՄՆ տարածքում և ամբողջ աշխարհում, իրավապահ մարմինների հետաքննչական միջոցների կատարելագործման և այլ նպատակների համար»[49]: Օրենքը մշակվեց և ընդունվեց ի պատասխան 2001թ. սեպտեմբերի 11-ին ԱՄՆ պետական և մասնավոր հաստատությունների հանդեպ իրականացված ահաբեկչական գործողությունների: Այն բավական հակասական օրենք է, որը հանուն ազգային անվտանգության սահմանափակում է անցյալում երաշխավորվող քաղաքացիական ազատությունները: Տեղեկությունների հավաքմանն ու մշակմանը վերաբերող մասով օրենքն արծարծում է հետևյալ հարցերը.

- *Էլեկտրոնային հանցագործությունների դեմ պայքարի ազգային հանձնախումբ.* ճանաչելով տեղեկատվության կարևորությունը հանցագործությունների և, մասնավորապես, ահաբեկչության դեմ պայքարի գործում՝ օրենքը նախատեսում է «Էլեկտրոնային հանցագործությունների դեմ պայքարող հանձնախմբերի ազգային ցանցի ստեղծում..., որի նպատակն է կանխել, բացահայտել և հետաքննել տարբեր տեսակի էլեկտրոնային հանցագործությունները, այդ թվում՝ կրիտիկական ենթակառուցվածքների և ֆինանսավճարային համակարգերի դեմ ուղղված ահաբեկչական հնարավոր հարձակումները:
- *Տեղեկատվության առգրավում.* օրենքը ԱՄՆ համապատասխան իրավապահ մարմիններին լիազորում է «առգրավել ահաբեկչությանը, համակարգչային խարդախություններին և չարաշահումներին առնչվող բանավոր և էլեկտրոնային հաղորդագրությունները»: Հնարավոր է «դատարանի որոշմամբ ձայնային փոստի հաղորդագրությունների առգրավում»:
- *Գրանցումների բացում.* ինտերնետային ծառայությունների մատակարարը «կարող է բացել բաժանորդի կամ հաճախորդի մասին գրանցումը կամ այլ տեղեկությունները, եթե... ողջամտորեն ենթադրում է, որ որևէ անձի կյանքին սպառնացող կամ ֆիզիկական լուրջ վնասվածքների վտանգի առկայությունը պահանջում է այդ տեղեկության անհապաղ բացահայտում»:

[49] The Partiot Act of 2002, http://epic.org/privacy/terrorism/hr3162.html.

- *Հեռամարքեթինգային խաբեություն.* օրենքն արծարծում է բարեգործական հեռամարքեթինգի քողի ներքո կատարվող խարդախությունների հարցը և պահանջում, որ հեռամարքեթինգի գործողությունների ընթացքում տրամադրվեն լիարժեք տեղեկություններ «այն բարեգործական կազմակերպության անվանման և հասցեի վերաբերյալ, որի անունից խնդրանք է ներկայացվում»:

USA PATRIOT օրենքը հիմնականում կենտրոնանում է ահաբեկչության և ֆինանսական խարդախությունների դեմ պայքարում դաշնային իրավապահ մարմիններին սատարող միջոցների վրա: Օրենքի գործողության ուժը երկարաձգվեց մինչև 2015թ. հուլիսի 1-ը, չնայած քաղաքացիական իրավունքները պաշտպանող կազմակերպությունների պնդմամբ՝ օրենքի մի շարք դրույթներ հակասում են սահմանադրությանը և «ընդլայնում պետության կողմից մարդկանց անձնական կյանքին խառնվելու լիազորությունները՝ հիմնվելով խախտման չնչին ապացույցների վրա կամ նույնիսկ առանց որևէ ապացույցի»[50]:

Իրավապահ մարմինների հեռահաղորդակցային աջակցության մասին (ԻՄՀԱ) 1994թ. օրենք. այս օրենքը պահանջում է, որ հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերություններն իրավապահ մարմիններին հասանելի դարձնեն մասնավոր հաղորդակցումները կամ դրանց գրանցումները[51]: Օրենքն առնչվում է Հեռահաղորդակցության դաշնային հանձնաժողովի գործունեության տիրույթին: «Արձագանքելով այն մտահոգություններին, որ թվային և անլար հեռահաղորդակցության նորահայտ տեխնոլոգիաները բարդացնում են իրավապահ մարմինների կողմից օրինական հետևումներ իրագործելու խնդիրը, ԱՄՆ Կոնգրեսը 1994թ. հոկտեմբերի 25-ին ընդունեց *ԻՄՀԱ* օրենքը»: Սակայն հեռահաղորդակցության ոլորտում այդ պահին չկային «ԻՄՀԱ օրենքով նախատեսված պարտավորությունների կատարումը» հնարավոր դարձնող տեխնիկա ու ծառայություններ, և հավելյալ

[50] USA Patriot Act, http://www.aclu.org/national-security/usa-patriot-act.
[51] *Communications Assistance for Law Enforcement Act.*
http://transition.fcc.gov/calea/
http://www.askcalea.net/calea/103.html
http://www.askcalea.net/docs/calea.pdf

ենթակառուցվածքների ստեղծման անհրաժեշտություն առաջացավ: Օրենքի հիմնական դրույթները հետևյալն են.

- *Պահանջներ.* հանրությանը հեռահաղորդակցության ծառայություններ տրամադրող ընկերությունները պետք է ի վիճակի լինեն առգրավել «բաժանորդի կողմից լարային և էլեկտրոնային միջոցներով ուղարկվող և ստացվող բոլոր հաղորդագրությունները»: Նշվում է, որ իրավապահ մարմնին նման ծառայության տրամադրումը պետք է կատարվի «դատարանի որոշմամբ կամ այլ օրինական թույլտվությամբ»:
- *Պահանջների բավարարումն ապահովելու հետ կապված ծախսեր.* ակնհայտ է, որ *ԻՄՀԱ* օրենքի պահանջների բավարարումը հնարավոր դարձնող սարքերի տեղադրումը կապված է մեծ ծախսերի հետ, որոնք հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերությունները չեն ցանկանում կատարել:
- *Գաղտնագրում.* եթե բաժանորդն օգտագործի գաղտնագրման իր սեփական տեխնոլոգիան, ապա «հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերությունը պատասխանատու չէ ապագաղտնագրման համար... բացառությամբ այն դեպքերի, եթե գաղտնագրումը տրամադրվել է ընկերության կողմից և վերջինս տիրապետում է հաղորդագրության ապագաղտնագրման համար անհրաժեշտ տեղեկությունների»:
- *Կարողություններ.* Հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերության կողմից հաղորդագրությունների առգրավման կարողությունների պահանջվող աստիճանը «պետք է հիմնվի սարքավորումների բնույթի, ծառայությունների տեսակի, բաժանորդների քանակի, ընկերության մեծության և տեսակի, սպասարկման տարածքի բնույթի և այլ չափանիշների վրա: Այս աստիճանով են սահմանվում տվյալ աշխարհագրական տարածքում գործնականորեն հնարավոր առավելագույն կարողությունները»:
- *Անօրինական լսում.* անվտանգ կապուղիներով իրականացվող պետական ռադիոհաղորդակցությունները պաշտպանելու նպատակով օրենքն արգելում է լսել «մոդուլյացիոն մեթոդներով գաղտնագրված կամ հաղորդվող հաղորդագրությունները, որոնց հիմնական պարամետրերը չեն հրապարակվում՝ նման հաղորդագրությունները գաղտնի պահելու մտադրությամբ»:
- *«Ապահով ապաստանի» մասին դրույթներ. ԻՄՀԱ* օրենքի պահանջները կարելի է չկատարել որոշակի հատուկ հանգա-

մանքներում, ինչի թույլտվությունը ստացվում է ԱՄՆ գլխավոր դատախազից և Հեռահաղորդակցության դաշնային հանձնաժողովից: Սովորաբար դա վերաբերում է հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերության կողմից անհրաժեշտ սարքավորումների ձեռքբերման և տեղադրման համար պահանջվող ժամանակի երկարաձգմանը:

- *Ծախսեր.* հեռահաղորդակցային տեխնոլոգիաները մշտապես կատարելագործվում են, և հետևապես, *ԻՄՀԱ* օրենքի դրույթների կատարումը պահանջում է նորանոր ծախսեր, որոնց համար ոլորտի ընկերությունները չունեն բավարար միջոցներ: «Առկա բյուջեի սահմաններում գլխավոր դատախազը կարող է թույլ տալ *ԻՄՀԱ* օրենքի պահանջների բավարարման համար անհրաժեշտ վերափոխումների հետ կապված ողջամիտ ծախսերի փոխհատուցում հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերություններին»: 1995–1998թթ. ֆինանսական տարիների համար թույլատրված հատկացումների չափը կազմել է $0,5 մլրդ:
- *Տուգանքներ.* իրավապահ մարմիններին իրենց առաքելության կատարման գործում աջակցելը ոչ թե կամավոր գործ է, այլ իրավական պարտավորություն: Օրենքը սահմանում է, որ «հեռահաղորդակցության ոլորտի ընկերությունը, հեռահաղորդակցային կամ բաշխիչ սարքավորումներ արտադրողը կամ հեռահաղորդակցային օժանդակ ծառայություններ տրամադրողը *ԻՄՀԱ* պահանջները չկատարելու դեպքում կարող են տուգանվել մինչև $10 հազ. խախտման յուրաքանչյուր օրվա համար»:

Քաղաքացիական ազատությունները պաշտպանող խմբերը խիստ մտահոգված են ինտերնետային հեռախոսակապի վրա *ԻՄՀԱ* օրենքի հնարավոր տարածման առիթով: «Սա լուրջ մտահոգությունների առիթ է տալիս քաղաքացիական ազատությունների տեսանկյունից, քանի որ այս պարագայում ինտերնետի միջոցով ձայնային կապ տրամադրողները ստիպված կլինեն իրենց բոլոր սարքերում ապահովել արտաքին լսման հնարավորություն, ինչը կարող է չարաշահման առարկա դառնալ հաքերների և հանցագործների համար»[52]:

[52] CALEA Concern by the ACLU, http://www.aclu.org/technology-and-liberty/calea-feature-page.

Համակարգչային անվտանգության մասին 1987թ. օրենք[53]. Այս օրենքի նպատակն է բարելավել «դաշնային համակարգչային համակարգերի անվտանգությունն ու գաղտնիությունը և ստեղծել նման համակարգերի համար նվազապես ընդունելի անվտանգության գործելակերպերի սահմանման միջոց»: Նշենք այդ օրենքի հետևյալ դրույթները.

- *Իրավասություն.* օրենքն ընդգծում է համակարգչային անվտանգության «նորմերի և նվազագույն ընդունելի գործելակերպերի» անհրաժեշտությունը և *ՍՏԱԻ-ին* նշանակում է այդ հարցի պատասխանատու, իսկ Ազգային անվտանգության գործակալությանը՝ աջակից:
- *Ծրագիր.* Ծրագիրը սահմանում է «համակարգչային համակարգերի համար նորմերը, ուղեցույցները և դրանց հետ կապված մեթոդներն ու եղանակները, տեխնիկական, կառավարչական, ֆիզիկական և վարչարարական նորմերն ու ուղեցույցները, որոնք ոչ մեծ ծախսերով կապահովեն դաշնային կոմպյուտերային համակարգերում պահվող գաղտնի տեղեկությունների անվտանգությունն ու գաղտնիությունը»:
- *Նախորդ օրենքը.* օրենքով փոփոխության է ենթարկվում 1949թ. Դաշնային սեփականության և վարչական ծառայությունների մասին օրենքը՝ այն համապատասխանեցնելով 1987թ. դրությամբ գործող տեխնոլոգիաներին և կառավարման գործելակերպերին:
- *Ուսուցում.* օրենքում մեծ նշանակություն է տրվում ուսուցմանը՝ նախատեսելով, որ յուրաքանչյուր պետական մարմին պետք է պարբերաբար պարտադիր դասընթացներ անցկացնի համակարգչային իրազեկության և անվտանգության ընդունված գործելակերպերի թեմայով այն աշխատակիցների համար, ովքեր ներգրավված են պետական որևէ համակարգչային համակարգի կառավարման, կիրառման կամ շահագործման մեջ: Նման դասընթացները պետք է ապահովեն աշխատակիցների իրազեկության բարձրացումը համակարգչային համակարգերին սպառնացող վտանգների և խոցելիության վերաբերյալ և բարելավեն համակարգչային անվտանգության գործելակերպերը:

[53] Computer Security Act of 1987, http://www.nist.gov/cfo/legislation/Public%20Law%20100-235.pdf.

Գաղտնիության մասին 1974թ. օրենք[54]. Անցյալ դարի 70-ականներին պարզ դարձավ, որ տվյալների շտեմարանների փոխադարձ հղումները և փոխադարձ որոնումներն արագորեն հանգեցնում են անհատների մասին բազմատեսակ տվյալների ստեղծման, և որ այդ հնարավորության չարաշահումը պետք է կանխել: Օրենքի ընդունումը քաղաքացիական ազատությունների պաշտպան խմբերի հաղթանակն էր, քանի որ նրանք խիստ անհանգստացած էին, որ տեխնոլոգիան ավելի շատ շահագործվում է տվյալների ստացման, քան թե դրանց պաշտպանության համար: Օրենքի հիմնական դրույթները հետևյալն են.

- *Գաղտնազերծման պայմաններ.* այստեղ հիմնական խնդիրն անձնական տեղեկությունների գաղտնազերծումն է, այդ առիթով օրենքում նշված է. «Որևէ մարմին չի կարող հաղորդակցման միջոցով մեկ այլ անձի կամ կազմակերպության համար բացահայտել գրանցումների համակարգում պարունակվող որևէ տվյալ, բացի այն անձի գրավոր խնդրանքի կամ նախապես տրված գրավոր համաձայնության պարագայում, որին վերաբերում է այդ տվյալը»: Այնուամենայնիվ, տվյալների գաղտնազերծումը թույլատրվում է պաշտոնական օգտագործման համար: Անձնական տվյալների ոչ պաշտոնական բացահայտման կանխումն այս դրույթի նպատակն է:
- *Խոսքի ազատության մասին ԱՄՆ սահմանադրության դրույթը.* օրենքը պարունակում է բավական տարօրինակ մի հոդված, որում նշված է հետևյալը. «Գրանցված տվյալների համակարգ ունեցող որևէ պետական մարմին չի կարող... տվյալներ պահել այն մասին, թե ինչպես է որևէ անձ իրականացնում Սահմանադրության առաջին փոփոխությամբ երաշխավորված իր իրավունքները, եթե դա օրենքով նախատեսված չէ կամ եթե այդ անձը, ում վերաբերում են տվյալները, դրա թույլտվությունը չի տվել, կամ եթե դա չի պատկանում իրավապահ մարմինների լիազորությունների շրջանակին»: Այլ կերպ ասած՝ դա մոտավորապես նշանակում է, որ ԱՄՆ կառավարությունն իրավունք չունի իր քաղաքացիներին տեսակավորել ըստ նրանց արտահայտչական ակտիվության:

[54] The Privacy Act of 1974, http://www.justice.gov/opcl/privstat.htm.

- *Գրանցումների ճշգրտությունը.* ճշգրտությունը համարելով գրանցված տվյալների ամենակարևոր բնութագիրը՝ օրենքը հստակ հանձնարարական է տալիս պետական մարմիններին առ այն, որ նրանց մոտ «բոլոր տվյալները պետք է պահպանվեն այնպիսի ճշգրտությամբ, համապատասխանությամբ և ավարտունությամբ, որն անհրաժեշտ է անձի հանդեպ արդարությունն ապահովելու համար»:
- *Փոստային առաքման ցանկերը.* XX դարի 70-ական թվականներին տվյալների ավտոմատացումը նպաստել էր առևտրային նպատակներով մարդկանց փոստային հասցեների տեսակավորման ցանկերի ստեղծմանը, և օրենքը նպատակ էր հետապնդում թույլ չտալ պետության տնօրինության տակ գտնվող մարդկանց անձնական տվյալների չարաշահումը: Համաձայն օրենքի՝ «անձի անունը և հասցեն չեն կարող վաճառվել կամ փոխանցվել պետական որևէ մարմնի կողմից, եթե դա օրենքով նախատեսված չէ: Սույն դրույթը չի կարող հանդիսանալ անունների և հասցեների հրապարակումից հրաժարման առիթ այն դեպքերում, երբ դա թույլատրվում է»:
- *Տվյալների նվազագույն մակարդակ.* մտահոգություն արտահայտելով անհատների մասին տվյալների մասնավոր կարգով անհարկի հավաքման առնչությամբ՝ օրենքը հստակ նշում է. «Գրանցված տվյալների համակարգ ունեցող որևէ պետական մարմին կարող է... միայն այնպիսի տվյալներ պահել անհատի մասին, որոնք տեղին և անհրաժեշտ են այդ մարմնի նպատակներն իրականացնելու համար»:

Կիբեռհանցագործություններ. Կիբեռհանցագործությունները կիբեռտարածքի ածանցյալն են՝ իրենց սև դրոշմը դնելով այն լավատեսության վրա, որն աշխարհին տվել էր համացանցը: Վերջին երկու տասնամյակներում նկատվել է կիբեռհանցագործությունների, դրանցից բխող վնասների զգալի աճ[55]: «Գայթակղվելով մեծ շահույթներ ստանալու հեռանկարով՝ կիբեռհանցագործությունների նորարարությունն ու մեթոդները հիրավի

[55] FBI 2009 Cybercrime Statistics, ScamFraudAlert Blog, http://scamfraudalert.wordpress.com/2010/03/13/fbi-2009-cybercrime-statistics/.

գերազանցել են անվտանգության ավանդական մոդելների և ստորագրության վրա հիմնված նույնականացման ժամանակակից տեխնոլոգիաների հնարավորությունները»[56]:

Առաջացել է ընդհատակյա բիզնեսի նոր տեսակ՝ *կիբեռհանցագործությունների կենտրոններ*: Սրանք համացանցային կայքերի ստեղծման, ինտերնետային գովազդի, կայքերի տեղակայման և դոմենների գրանցման ծառայություններ առաջարկող օրինական ընկերություններ են, երբեմն մինչև 50 աշխատակիցներով: Վնասակար ծրագրեր ներբեռնելով իրենց միջոցով համացանցին միացած հարյուր հազարավոր համակարգիչներում՝ կիբեռհանցագործ ընկերությունները հետզհետե այդ համակարգիչները վերածում են իրենց զոմբիների[57].

Վնասակար ծրագրի ներբեռնումը տեղի է ունենում տարբեր կեղծ առիթներով: Օրինակ, կիբեռհանցագործներն ունեն մի շարք կայքեր, որտեղ այցելուներին առաջարկվում է իբրև թե անհրաժեշտ ծրագիր ներբեռնել առանց վճարման: Իրականում դա վնասակար ծրագիր է, որն ուղղորդում է դոմենի անվանման սերվերի ցուցիչը դեպի այլ տեղ՝ փոփոխելով օգտատիրոջ համացանցային գործողությունները և հանգեցնելով նրա գաղտնի տվյալների կորզման:

Որքան էլ զարմանալի է, կիբեռհանցագործությունների զգալի մասը ոչ թե ֆինանսական օգուտներ քաղելու, այլ միայն վնաս հասցնելու նպատակով է կատարվում: Նույնքան զարմանալի է, որ կազմակերպություններից շատերն ավելի քիչ միջոցներ են հատկացնում կիբեռպաշտպանությանը, քան իրենց սեփական աշխատակիցների կողմից համացանցի չարաշահման կանխմանը: Պահանջվող ռեսուրսների տեսանկյունից կիբեռհանցագործությունը ոչ ծախսատար և ֆիզիկապես անվտանգ հանցագործությունն է: Դրանից բխող նորանոր վտանգներ են հայտնաբերվում: Համացանցի միջոցով կատարված հանցագործությունների համապարփակ ցանկ կազմելն ուղղակի անհնար է: Ակնհայտ է, որ հաքերներին փոխարինման են գալիս

[56] Cyber Crime: A Clear and Present Danger, Deloitte, http://www.deloitte.com/view/en_GX/global/insights/thought-leadership/c2ac85e761e58210VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm.

[57] Investigations on a Cybercrime Hub in Estonia, http://blog.trendmicro.com/investigations-on-a-cybercrime-hub-in-Estonia.

կազմակերպված հանցախմբերը, իսկ կիբեռպաշտպանության համար կատարած ծախսերը պարտադիր չէ, որ հանգեցնեն կիբեռանվտանգության բարելավման: *Աղյուսակ 5.7.1*-ում ներկայացված են համացանցի միջոցով կատարվող հանցագործությունների առավել տարածված տեսակները:

Կիբեռչարաշահումների միտումները. Միտումները ցույց են տալիս, որ կիբեռհանցագործությունները տեղի են ունենում ոչ միայն կիբեռչարաշահումների, այլ նաև նորարարական մեխանիզմներով իրականացվող անօրինականությունների ձևով, որոնք հայտնվում են համացանցում ամեն օր: Մեծ թվով շարժական հավելվածներ ստեղծվել են առանց անվտանգության նկատառումների, իսկ շատերը՝ կիբեռհանցագործություն կատարելու նկատառումով[58]: Հանրությունն առանց երկար մտածելու ներբեռնում և տեղակայում է հավելվածներ, առանց իմանալու դրանց անվտանգության մակարդակը: Արդյունքում՝ վնասակար հավելվածները վարակում են օգտատիրոջ հեռախոսը, իսկ հետո նաև դրա հետ կապի մեջ գտնվող հեռախոսները՝ հասանելի դարձնելով դրանց պարունակությունը: *Աղյուսակ 5.7.2*-ում ներկայացված են մեծ աճ արձանագրած կիբեռչարաշահումները[59].

Կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարը. Համացանցին միացած լինելն արդեն իսկ խոցելիություն է ստեղծում: Հետևապես, ճիշտ կլինի համացանցին միանալ միայն անհրաժեշտության դեպքում: Կիբեռհանցագործությունների իրականացման դյուրինության պատճառով մարդկության ստեղծած հրաշալի գործիք համացանցը վերածվել է ականապատված դաշտի: Այնուհանդերձ, իրազեկությունը և պաշտպանող ծրագրերը կարող են նվազեցնել

---

[58] Best Practices for Designing Mobile Touch Screen Applications, User Centric News, http://www.usercentric.com/news/2011/06/15/best-practices-designing-mobile-touch-screen-applications.,
Mobile Application Design and Development, http://www.slideshare.net/ronnieliew/mobile-application-design-development-5465097.
Towards a Handbook for User-Centred Mobile Application Design, http://drops.dagstuhl.de/opus/volltexte/2005/166/pdf/04441.SWM3.Paper.166.pdf.

[59] Cyber Crime: A Clear and Present Danger, Deloitte, http://www.deloitte.com/view/en_GX/global/insights/thought-leadership/c2ac85e761e58210VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm.
Cybercriminals Target Online Banking Customers, M86 Security Lab, http://www.m86security.com/documents/pdfs/security_labs/cybercriminals_target_online_banking.pdf.

Աղյուսակ 5.7.1

Կիբեռհանցագործություններ

Գործողություն	***Նկարագրություն***
1. Կիբեռհեղինակազրկում	1. Զրույցներում (չաթերում), բլոգերում և կայքերում կեղծ տեղեկությունների տարածում:
2. Կիբեռհետևում	2. Անձի գործունեությանը հետևելը՝ համապատասխան տեղեկություններ պարունակող կայքեր կատարվող անկոչ այցելությունների միջոցով:
3. Կիբեռհետապնդում	3. Անձի նկատմամբ սպառնալիքներին հղումը՝ համացանցում կատարվող անանուն գրառումների միջոցով:
4. Վիրուսների տարածում	4. Էլեկտրոնային փոստի կամ կայքերի միջոցով վնասակար ծրագրերի տեղադրում:
5. Անձնավորում	5. Էլեկտրոնային փոստով կամ չաթում որպես այլ անձ ներկայանալը:
6. Անձի նույնականացման գողություն	6. Այլ անձանց մասին բավականաչափ անձնական տեղեկություններ հավաքելու միջոցով նրանց նույնականացման հափշտակումը:
7. Կեղծ աճուրդներ	7. Արժեքավոր ապրանքներ ցուցադրող, դրանց աճուրդներ կազմակերպող, վճարումներ հավաքող, բայց վաճառված ապրանքը երբեք չտրամադրող կայքեր:
8. Ֆինանսական բուրգ	8. Ներդրումների հավաքման սխեմա, որում տրված շռայլ խոստումները երբեք չեն կատարվում:
9. Կեղծ վիճակախաղեր	9. Վիճակախաղերի միջոցով վճարումների հավաքում հնարավոր շահումների դիմաց, որոնք երբեք չեն իրականանում:
10. Կեղծ առցանց խանութներ	10. Էլեկտրոնային առևտրի կայքեր, որոնք ստանում են վճարումները, սակայն փոխարենը ոչինչ չեն ուղակում գնորդին:
11. Վարկային քարտերի չարաշահում	11. Վավեր վարկային կամ դեբիտային քարտերի տվյալների օգտագործմամբ չարտոնված առցանց գնումների կատարում:
12. Կեղծ ծառայություններ	12. Բնորոշ տեսակներից են աստղագուշակությունը, տեխնիկական սպասարկումը, մասնավոր հետաքննության ծառայությունները, անձի տոհմաբանության հետազոտությունները, հակավիրուսային ծրագրերը:

Աղյուսակ 5.7.2

Աճի միտում արձանագրող կիբեռչարաշահումները

Կիբեռհանցագործությունների կենտրոններ (կազմակերպված հանցախմբեր) Դոմենի անվանման կեղծ և վնասաբեր սերվերներ Ինտերնետ ծառայությունների կեղծ տրամադրողներ Գովազդների նենգափոխում «Զոմբիների» ստեղծում	**Թերագնահատում** Հնարավոր վնասի թերագնահատում Պաշտպանության ապահովման ծախսերի թերագնահատում
Ահաբեկչություն Հաղորդակցման ապահովում Անդամների հավաքագրում Զրպարտում	**Չհրապարակվող իրադարձություններ** Պահպանվող տվյալների կորուստ Պահպանվող տվյալների բացահայտում
Լրտեսական գործունեություն Միջազգային Արդյունաբերական Քաղաքական	**Առցանց բանկային գործարքներ** Անօրինական գործարքներ Վնասակար ծրագրերի տեղադրում Անօրինականորեն ձեռք բերված դրամական միջոցների փոխանցում կատարողներ
Տեղեկությունների անօրինական հավաքում Միջազգային Ներքին Գործարար Անձնական	**Ընդհատակյա տնտեսական գործունեություն** Տեղեկատվության վաճառք Գրանցված տվյալների վաճառք Վնասակար ծրագրերի վաճառք Ստեղնաշարի հարվածները գրանցող ծրագրերի վաճառք
Փողերի լվացում Առցանց խաղամոլության միջոցով Առցանց բանկային գործարքների միջոցով Առցանց ներդրումների միջոցով	**Ընկերությունների իրազեկության բարձրացման կարիք** Պատրաստվածություն Ուսուցում Հանցագործությունների հայտնաբերում
Վավերացման ընթացքում որպես օրինական օգտատեր քողարկվելը Անձի նույնականացման գողություն Երթուղիչների (*URL*-ի՝ *Universal Resource Locator*-ի) սխալ ուղղորդում	**Կիբեռհանցագործություններ սոցիալական ցանցերում** Կեղծ ընկերներ Օգտատերերի տվյալների «որս» Վնասակար ծրագրերի տեղադրում Մոլորեցնող առաջարկություններ

ռիսկերը: Կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարը պետք է ուղղված լինի ոչ այնքան անվտանգության բարձրացմանը, որքան ռիսկերի նվազեցմանը: Այս երկու հասկացությունների միջև կա նուրբ, բայց էական տարբերություն: Առաջինը սահմանում է միայն միջոցները, իսկ երկրորդն իրական նպատակն է:

Կորպորատիվ մակարդակում կիբեռանվտանգությունը պետք է դիտարկել ոչ թե որպես տեխնիկական վարժություն, այլ որպես վերին օղակի ղեկավարության պարտականություն, որի կատարման համար պատասխանատվությունը դրվում է կազմակերպության անվտանգության համար պատասխանատու պաշտոնյայի վրա: Որպես այդպիսին՝ կիբեռանվտանգությունը պետք է հանդիսանա վերին օղակի ղեկավարության ամենաառաջնահերթ խնդիրը:

Կիբեռհանցագործություններից պաշտպանող համակարգչային բազմաթիվ ծրագրեր կան, որոնք զտում են կասկածելի կայքերը և թույլ տալիս միայն ընտրված կայքերի մուտքը և էլեկտրոնային փոստի հասցեատերերի հետ հաղորդակցումը: Այդ ծրագրերն ապահովում են «մուտքից և ելքից հաղորդագրությունների անվտանգությունը, արդյունավետ հակասպամային և հակավիրուսային պաշտպանությունը, պարունակության կատարելագործված զտումը, տվյալների կորստի կանխարգելումը և էլեկտրոնային փոստի գաղտնագրումը»[60]: Կորպորատիվ կիբեռգործողություններից որևէ մեկը չի կարող աննշան համարվել կիբեռանվտանգության տեսանկյունից: Այնուամենայնիվ, որոշ հարցեր հատուկ ուշադրություն են պահանջում կիբեռհանցագործությունների մեծ ռիսկի պատճառով: Դրանցից մեկը գաղտնաբառերի կառավարումն է: Կիբեռհանցագործությունների մի զգալի մասը տեղի է ունենում գաղտնաբառերի բացահայտման միջոցով: Կիբեռհանցագործության այս տեսակի դեմ կարելի է պայքարել մեկանգամյա գաղտնաբառերի կիրառմամբ[61]:

Աղյուսակ 5.7.3-ում ներկայացված են կիբեռհանցագործությունների համար առավել խոցելի չորս ուղղությունները.

---

[60] Brightmail Product Family, Symantec, http://www.symantec.com/business/products/family.jsp?familyid=brightmail.

[61] One-Time-Passwords, OTP, Nordic Edge, Inc., http://www.nordicedge.se.

Աղյուսակ 5.7.3

Կիբեռտարածքում իրականացվող փոխգործողությունների թույլ օղակները

Բնագավառը	***Մտահոգության առարկան***
Մուտքի կառավարում	Մուտքի լիազորությունների և մուտքի մեխանիզմների կառավարում, օրինակ՝ գաղտնաբառերի, կոդերի, օգտատերերի անունների տրամադրում և մեկանգամյա գաղտնաբառերի կիրառում:
Համացանցային ծրագրեր	Առցանց գործարքներ, կայքերի նավիգացիա, ինտրանետային (ներքին ցանցերի) պորտալներ: Մուտքի համակարգեր, միջինտերնետային կապ և համագործակցային գործիքներ, անվտանգության պարամետրեր:
Չվերահսկվող սարքեր և սարքավորումներ	Բանկոմատներ, ռադիոհաճախականային նույնականացման կապով քարտեր, *Wi-Fi* մուտքի սարքեր, *USB* կրիչներ:
Շարժական և ֆիքսված հեռախոսակապ	Շարժական հեռախոսակապի ծառայություններ, ձայնային կամ ստեղնաշարային ավտոմատացված փոխգործողություններ, ավտոմատ ձայնային պատասխան:

Կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարում երկու ճակատ կա: Մեկը տեխնիկական հզորացումն է, այսինքն՝ մեր համակարգիչներում լավագույն հակավիրուսային լուծումներ տեղակայելը: Նման հուսալի ծրագրային լուծումներ կան անգամ համացանցի մուտքով բջջային հեռախոսների համար[62]: Ցավոք, կիբեռհանցագործություններում կիրառվող վնասակար ծրագրերը տեխնոլոգիապես ավելի առաջադեմ են, իսկ դրանցից անվտանգություն ապահովող միջոցները 3-6 ամսով հետ են մնում: Պայքարի երկրորդ ճակատը համացանցով տարածվող խարդախությունների մասին մեր իրազեկությունն է և կիբեռհանցագործների ծուղակներից խուսափելը:

[62] BullGuard Mobile Security 10, http://www.bullguard.com/products/bullguard-mobile-security-10.aspx.

Օրինակ, որոշ կայքերում ներկայացվում են ապրանքների և ծառայությունների աներևակայելի առաջարկներ: Ոմանք գումար են գանձում ձեր վարկային քարտից և երբեք չեն ուղարկում գնված ապրանքը: Այդ դեպքերում հարկավոր է տեղյակ պահել քարտը թողարկած ընկերությանը և փորձել հետ ստանալ գումարը: Սակայն էլեկտրոնային առևտրի որոշ այլ կեղծ կայքերում պատվերն ստանալուց հետո տեղեկացնում են, որ տվյալ ապրանքը վերջացել է և ձեր քարտից գումար չի գանձվի: Իսկապես, գումարը չի գանձվում, սակայն քարտի տվյալները վաճառվում են կիբեռհանցագործներին: «Անվտանգության տեխնոլոգիաները մեզ կարող են միայն որոշակի տեղ հասցնել, իսկ մնացածը՝ համակարգիչների օգտատերերի քաջատեղյակության և զգոնության հարց է»[63]: Կիբեռհանցագործությունների դեմ պայքարին լծված բազմաթիվ կազմակերպություններ կան, և դրանց մասին տեղեկացվածությունը կարևոր է մեր սեփական պայքարում:

Ֆիզիկական աշխարհում կամ կիբեռտարածքում կատարված հանցագործության բեռն ընկնում է տուժածի վրա: Օրինակ, եթե ինչ–որ մեկը կեղծ քարտի միջոցով բանկոմատից գումար է գողանում ձեր հաշվից, ապա դրա պատասխանատվությունը պետք է կրի բանկը: Սակայն եթե ինչ–որ մեկը, կիրառելով ստեղնաշարի սեղմումների հավաքածուի սխեման, ձեռք է բերում ձեր բանկային գաղտնագրերը և գումար շորթում ձեր հաշվից, ապա բանկը կարող է հրաժարվել կրած կորուստների համար պատասխանատվությունից, քանի որ «մուտքը համակարգ վավերական է եղել: Բանկը պատասխանատու չէ հաճախորդի համակարգչի անվտանգության համար»[64]:

[63] A Good Decade for Cybercrime, McAfee, http://www.mcafee.com/us/resources/reports/rp-good-decade-for-cybercrime.pdf.

[64] Cyber Crime Protection, http://www.safechecks.com/products/pdf/cyber_crime.pdf.

Օգտագործված գրականություն

1. *Ս.Մարտիրոսյան,* Անձնական կիբեռանվտանգության հիմունքներ, Եր., «Նորավանք» ԳԿՀ, 2016, 62 էջ:
2. *G K. Kostopoulus,* Cyberspace and Cybersecurity, CRC Press, Taylor &Francis Group, Soca Raton, London – New York.
3. *Է.Ա.Ղազարյան,* Տեղեկատվական անվտանգության անգլերեն-ռուսերեն-հայերեն հանրագիտական բառարան, «Նորավանք» ԳԿՀ, Երևան, 2016:
4. *Грамматчиков А., Вандышева О.,* Идет кибервойна народная, Эксперт, #5, с. 13, 2017.
5. *Гриняев С.,* Поле битвы - киберпространство, Мн., Харвест, 2004.
6. *G.Harutyunyan,* Homo virtualicus in the context of post - democracy and information security, 21st Century, # 1(9), p. 5, 2011.
7. *Черненко Е.,* Начало политической кибервойны, Россия в глобальной политике, #6, с. 134, 2016.

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆ

Գլխավոր խմբագիր՝
Գագիկ Հարությունյան

Տեխնիկական խմբագիրներ՝
Խոնարհիկ Քարաուղլանյան
Լուսինե Բաղրամյան

Ձևավորում և էջադրում՝
Արմեն Բարիշյան

«Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամ
ՀՀ, 0026 Երևան, Գարեգին Նժդեհի 23/1
Կայք՝ www.noravank.am
Էլ.-փոստ՝ office@noravank.am
Հեռախոս/ֆաքս՝ + (374 10) 44 04 73

Թուղթը՝ կավճապատ, ծավալը՝ 20 տպ. մամուլ:
Տպաքանակը՝ 300: Տառատեսակը՝ Sylfaen:
Տպագրվել է «ԹԱՍԿ» ՍՊԸ տպարանում: