

**ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՑԱՆՑԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ
ՀԱԿԱՄԱՐՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ
ՄԻՋՈՑ**

Կեսոյան Հ. Ա. (ԵՊՀ, Հայաստան, Երևան)

h.kesoyan@gmail.com

Ներկայացման ամս.՝ 08.01.20

գրախոսման ամս.՝ 22.01.20

տպագրության ընդունման ամս.՝ 10.02.20

Ժամանակակից հասարակությունում սոցիալական մեդիայի (սոցիալական ցանցերի) միջոցով մարդկանց հաղորդակցման և տեղեկատվության փոխանցման գործընթացն աննախադեպ ծավալների է հասել: Հոդվածում վերլուծել ենք այնպիսի բացահայտ և թաքնված տեխնիկաներ ու յուրահատուկ հնարներ (տեխնիկական, բովանդակային, պատկերային, և այլն), որոնք կիրառվում են սոցիալական ցանցերում՝ կարծիքների արտահայտման, լայն լսարանի ուշադրությունը գրավելու համար:

Հանգուցային բառեր: *Տեղեկատվական ներգործություն, հանրային կարծիք, օգտատեր, սոցիալական ցանցեր, ՋԼՄ, կոգնիտիվ աղճատում:*

Արդի հասարակությունն անհնար է պատկերացնել առանց սոցիալական և էլեկտրոնային մամուլի: Սոցիալական մեդիան ժամանակակից ինտերնետային ոլորտի հիմնական շարժիչ ուժն է, որն ավանդական մեդիա տարբերակներից (ռադիո, հեռուստատեսություն, տպագիր մամուլ և այլն) առանձնանում է ինտերակտիվությամբ և գովազդային թիրախային տեխնոլոգիաների կիրառմամբ: Այս ոլորտը ժամանակակից տեղեկատվության փոխանակման դաշտում գրավում է գերիշխող դիրք, որն օրեցօր ավելացնում է իր կշիռը համաշխարհային մեդիա ոլորտում:

Անընդհատ զարգացող աշխարհը ներթափանցում է տեղեկատվական հասարակության ձևավորման դարաշրջան: Ի՞նչ ասել է տեղեկատվական հասարակություն: Դա այն հասարակությունն է, որտեղ վճռորոշ դեր են խաղում գիտելիքի ու տեղեկատվության ձեռքբերումը, մշակումը, պահպանումը, փոխանցումը, տարածումն ու օգտագործումը ոչ միայն ավանդական ՋԼՄ-ների, այլև սոցիալական մեդիայի միջոցով [2]:

Հաճախ, ոչ միայն սոցիալական մեդիան է նախընտրելի համարվում և դառնում տեղեկատվության տարածման առաջնային աղբյուր, այլև այն ստեղծում է ՋԼՄ-ների համար հարթակ՝ տեղեկատվության տարածման, հրապարակումների քննարկման և հետադարձ կապի հաստատման համար: Միջազգային և ազգային փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ

սոցիալական մեդիայի հարթակն ակտիվորեն օգտագործվում է նախընտրական քարոզարշավներում, օրենսդրական նոր նախաձեռնությունների քննարկման համար՝ քաղաքական և այլ գործիչների կողմից իրենց անձնական կարծիքը հրապարակայնորեն հայտնելու, պաշտոնական կարծիքի հետ համադրելու նպատակով: Ուստի սոցիալական մեդիան ավելի շատ բազմազանության և բազմակարծության հնարավորություն է տալիս, քան ավանդականները:

Այսօր ոչ միայն կառավարություններն են ձևավորում համացանցային իրականություն, այլև քաղաքացիական հասարակությունը, արդյունաբերությունը, մեդիա ընկերությունները, լրագրողները և բլոգերները, ինչպես նաև սոց.ցանցերի օգտատերերն են իրենց դերակատարությամբ ձևավորում ապագայի համացանցը [3]:

Սոցիալական մեդիան և ցանցերը փոխում են տեղեկատվության ստեղծման և տարածման ձևը: Դրանք ազդում են ՋԼՄ-ների վրա երեք ձևով, այն է՝

1. բովանդակության ստեղծման:

2. տեղեկատվության բաշխման և հաղորդման:

3. տեղեկատվության փնտրելու, ստանալու և հասանելիության գործիք դառնալու եղանակով [1]:

Կարևոր է ուսումնասիրել այն տարաբնույթ հնարները (տեխնիկական, բովանդակային, պատկերային, և այլն), որոնք կիրառվում են սոցիալական ցանցերում՝ տեղեկատվության տարածման և լայն լսարանի ուշադրությունը գրավելու համար:

Տեղեկատվության տարածման մեջ մեծ ազդեցություն ունի կոգնիտիվ՝ ճանաչողական աղճատումը: Այն հանգեցնում է օգտատերերի վարքի, ընկալման և մտածողության փոփոխությանը, որոնք ձևավորվում են նախապաշարմունքների, կարծրատիպերի, հուզական ֆոնի և այլ սոցիալական գործոնների ազդեցությամբ [5]:

Սոցիալական տարբեր հարթակներում նյութն ընտրելիս լսարանը ուշադրություն է դարձնում նրան, թե ո՞վ է գրառման հեղինակը: Նույն տեղեկատվությունը տարբեր տարածողների մոտ ունենում է տարբեր դիտողականություն: Սոցիալական ցանցերում տեղեկատվության տարածման և դրա աղճատված ընկալման ամենատարածված ձևերից է «Բարնումի ազդեցություն»-ը (Эффект Барнума): Մարդիկ հաճախ այնպես են հավատում որոշ օգտատերերի կատարած գրառումներին, որ թվում է թե հենց իրենց իսկ մտքերն են շարադրված, իրենց իսկ բառերով [4]:

Ազդեցության գործոններից է համարվում նաև գրառման աղբյուրը: Ըստ տեղեկատվության աղբյուրի՝ նույն նյութը տարածման տարբեր ցուցանիշներ է ունենում: Մարդիկ հիմնականում օգտվում և վստահում են այն աղբյուրներին, որոնց ճանաչում են, որոնք ունեն մեծ լսարան և հեղինակության բարձր ցուցանիշներ: Կոգնիտիվ աղավաղման այս երևույթը կոչվում է «ճանոթության ազդեցություն» (Эффект знакомства с объектом):

Երրորդ կարևոր ազդեցության միջոցներից է գրառման պատկերավորությունը: Նույն տեղեկատվությունը ունենում է դիտողականության անհավանական տարբերություն, եթե այն հագեցած է լինում լուսանկարներով, տեսանյութերով և այլ ժամանակակից միջոցներով: Նկարներն ավելի պարզ են մարդկանց համար, քան պարզեցված տեքստը: Այս երևույթը կոչվում է «նկարի գերազանցության ազդեցություն» (Эффект превосходства картинки) [4]:

Լայն լսարանի ուշադրությունը գրավելու համար սոցիալական ցանցերում մեծ ազդեցություն ունի նաև տեսանյութերի տարածումը: Աղմկահարույց տեսանյութերը սոցիալական ցանցերում առիթ են դառնում ծավալուն քննարկումների, հատկապես Ֆեյսբուքում, հետո տեղափոխվում են ավանդական մեդիա՝ թերթեր, այդ թվում նաև էլեկտրոնային, ապա հեռուստատեսություն, ռադիո և այլն: Այժմ սոց.ցանցում արդեն հասանելի է «ուղիղ եթեր» հավելվածը, ինչն ավելի դինամիկ է դարձնում տեղեկատվության փոխանցումը:

Ներկայումս գործող սոցիալական ցանցերից Հայաստանում առավել տարածում ունեն «Facebook»-ն ու «Twitter»-ը: Twitter-ը, որն աշխարհում մի քանի հարյուր միլիոն օգտատեր ունի, Հայաստանում նույնպես իր տարածվածության և զարգացվածության տեսանկյունից զիջում է «Facebook»-ին: Այն հիմնականում այլ ցանցերում ակտիվության վերաբերյալ տեղեկատվության տարածման միջոց է: Բազմաթիվ շարժումներ ունեցել են հաջողություն սկիզբ առնելով և զարգանալով սոցիալական մեդիայի հարթակում («Ընդդեմ կենսաթոշակային 5 %-ի պարտադիր վճարին» 2013թ, «Էլեկտրիկ Երևան» նախաձեռնություն, 2015թ, «Թավշյա հեղափոխությունը Հայաստանում» 2018թ և այլն): Բերված օրինակները հավաստում են, որ սոց.մեդիան ուղղակիորեն ազդում է հանրային կարծիքի ձևավորման, իսկ որոշ դեպքերում՝ որոշումների կայացման վրա [3]:

Այս գործիքակազմը մեծ հնարավորություն է ստեղծում հասարակական-քաղաքական ցանկացած իրադարձությունն ավելի արագ, թեկուզև անմշակ ու չմեկնաբանված, հասցնելու թե՛ թիրախային, և թե՛ ավելի լայն լսարանին: Այս տեսանկյունից համացանցը, մասնավորապես սոց.մեդիան, օգտագործվում է որպես նախընտրական արշավների ու քաղաքական այլ միջոցառումների իրագործման միջոց: Այս հարթակը յուրօրինակ «ջերմաչափ» է՝ այս կամ այն օրենսդրական նախաձեռնության, կարգի ու որոշումների նկատմամբ հասարակական ընկալումներն ու վերաբերմունքը չափելու համար:

Գիտության, կրթության, կառավարական և գործնական ոլորտի միլիոնավոր ներկայացուցիչներ օգտագործում են համացանցը, որպեսզի տեղեկատվություն փոխանակեն, կամ էլ գործնական փոխհարաբերություններ հաստատեն աշխարհի այլ ծայրում գտնվող կազմակերպությունների հետ: Շատ հեղինակներ գտնում են, որ մենք ինդուստրիալ հեղափոխությունից անցում ենք կատարել տեղեկատվական հեղափոխության: Նրանք տեղեկատվական դարաշրջանի հիմնական ռեսուրս են համարում ոչ թե գիտելիքը կամ մարդկային կապիտալը, այլ հենց տեղեկատվությունը:

Այսպիսով, մենք ապրում ենք մի ժամանակաշրջանում, երբ ամենամեծ գրադարանը հենց վիրտուալ աշխարհում է, որտեղ ավելի պահանջված են ոչ թե տպագիր թերթերը, հեռուստատեսային հաղորդումներն ու ռադիո-հեռարձակումները, այլ այդ ամենին փոխարինելու են եկել էլեկտրոնային, ավելի մատչելի ու քիչ ծախսեր պահանջող վիրտուալ տեղեկատվական տեխնոլոգիաները:

Գրականություն

1. Սոցիալական մեդիան տեղեկատվության աղբյուր հայաստանյան լրատվամիջոցների համար. Ձևավորվող ստանդարտներ և կիրառվող պրակտիկա: ԵԱՀԿ Երևանյան գրասենյակ, 2014 թ, էջ 4-5:
2. **Webster F.** Theories of the Information Society, Third Edition, London and NY: Routledge, 2006.
3. Facebook in Armenia: Users and Using, Results of Surveys Among Facebook Users in Armenia, EU, OSCE Office in Yerevan, Region Research Center, Yerevan, 2013, URL: <https://www.osce.org/yerevan/108535?download=true> (Accessed: 16.10.2017).
4. <https://ru.ЭффектБарнумаwikipedia.org/>
5. Психология потребления контента в социальных сетях <https://popsters.ru/blog/post/63>.

SOCIAL NETWORKS AS A MEAN OF POLITICAL CONFRONTATION AND INFORMATION IMPACT

Kesoyan H.A. (YSU, Yerevan, Armenia)

In modern society the process of communication and transmutation of information through social media (social networks) has reached unprecedented levels. In this article, we have analyzed such obvious and hidden unique techniques and tools that are used to influence different target audiences in social media.

Keywords: *Information Impact, Public Opinion, Users, Social Media, Mass Media, Cognitive Impairment.*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНФРОНТАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Кесоян А.А. (ЕГУ, Ереван, Армения)

В современном обществе процесс коммуникации и передачи информации через социальные меди (социальные сети) достиг беспрецедентного уровня. В этой статье мы проанализировали такие явные и скрытые методы и приемы,

которые используются для воздействия на различные целевые аудитории в социальных сетях.

Ключевые слова: *Воздействие информации, общественное мнение, пользователи, социальные сети, средства массовой информации, когнитивные искажения.*