

ՄՈԴՈՒԼ 4

ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ
ԵՎ ՔԱՐՈԶՉՈՒԹՅԱՆ
ՏԱՐԲԵՐԱԿՈՒՄԸ
ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ
ՄԻՋԱՎԱՅՐՈՒՄ



Ուսումնական նյութ լրագրողների,
ՀԿ ներկայացուցիչների և իրավաբանների համար

«Ընտրական քարեվարքության և տեղեկատվական
դիմակայունության ամրապնդում Հայաստանի մարզերում» ծրագիր

Սույն փաստաթուղթը պատրաստվել է «Ընտրական բարեփարքության և տեղեկատվական դիմակայունության ամրապնդում Հայաստանի մարզերում» ծրագրի շրջանակներում, որն իրականացվում է Իրավաբանների հայկական ասոցիացիայի կողմից «Նոր Ժողովրդավարություն» հիմնադրամի (NDF) ֆինանսական աջակցությամբ:

Բովանդակության համար պատասխանատու է Իրավաբանների հայկական ասոցիացիան, և պարտադիր չէ, որ այն արտահայտի «Նոր Ժողովրդավարություն» հիմնադրամի տեսակետը:

Փաստաթուղթը պատրաստել է «Ընտրական բարեփարքության և տեղեկատվական դիմակայունության ամրապնդում Հայաստանի մարզերում» ծրագրի ազգային փորձագետ Սյուզաննա Սողոմյանը:

Փաստաթղթից օգտվելիս պատշաճ հղումը պարտադիր է:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Հապավումների ցանկ.....	3
Աղյուսակների ցանկ	4
1. Տեղեկատվության խաթարման հիմնական ձևերը և դրանց տարբերակումը	5
1.1. Տեղեկատվության խաթարման հիմնական ձևերը, կատեգորիաները	5
1.2. Ապատեղեկատվության հայտնաբերման և վավերացման գործիքակազմ	7
1.3. Ապատեղեկատվության ձեռքով ստուգման մեթոդաբանություն.....	8
1.4. Ապատեղեկատվության ավտոմատացված ստուգման համակարգեր.....	9
1.5. Ապատեղեկատվության մասնակցային ստուգման մոդելներ.....	10
1.6. Հայաստանյան վստահելի աղբյուրների համակարգ	11
2. Ապատեղեկատվության ժամանակակից միտումները և տեխնոլոգիական գործոնները	12
2.1. Սոցիալական մեդիայի կառուցվածքային դերը.....	12
2.2. Գեներատիվ արհեստական բանականության (ՄԲ) դերը	15
2.3. Հիմնական դերակատարները և նրանց ռազմավարությունները	16
3. Ապատեղեկատվության հակազդման ռազմավարական և իրավական շրջանակը Հայաստանում.....	18
3.1. Ապատեղեկատվության ընդհանուր իրավիճակը	19
3.2. Ապատեղեկատվության հակազդմանն ուղղված իրավական շրջանակը	20
4. Մեդիան և ընտրական գործընթացները.....	23
4.1. Արտահայտվելու ազատությունը ընտրական գործընթացներում	24
4.2. Արտահայտվելու ազատության իրավաչափ սահմանափակումները.....	25
4.3. Ատելության խոսքի արգելքը և քննադատության հանդուրժողականությունը.....	26
4.4. Մեդիագրագիտության դերը ընտրական գործընթացներում	27

Հապավումների ցանկ

ԱԲ Արհեստական բանականություն

ԱԺ Ազգային ժողով

ՄԻԵԴ Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարան

ՄԻԵԿ Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիա

ԶԼՄ Զանգվածային լրատվական միջոցներ

ՀԿ Հասարակական կազմակերպություն

ՀՀ Հայաստանի Հանրապետություն

ՊՈԱԿ Պետական ոչ առևտրային կազմակերպությունը

ՔՔԻՄԴ Քաղաքացիական և քաղաքական իրավունքների մասին միջազգային դաշնագիր

Աղյուսակների ցանկ

1. Աղյուսակ 1. Տեղեկատվության խաթարման երեք դրսևորումները և սահմանումները
2. Աղյուսակ 2. Սոցիալական մեդիայի տեղեկատվական ազդեցության հիմնական գործոնները

ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ և ՔԱՐՈՉՉՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿՈՒՄԸ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ ՄԻՋԱՎԱՅՐՈՒՄ

1. ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԽԱԹԱՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՁԵՆՐԸ և ԴՐԱՆՑ ՏԱՐԲԵՐԱԿՈՒՄԸ

Ժամանակակից տեղեկատվական միջավայրում կեղծ կամ մոլորեցնող տեղեկատվությունը տարածվում է տարբեր ձևերով, որոնք հաճախ հանրության կողմից չեն տարբերակվում: Սակայն այդ տարբերակումը կարևոր է, քանի որ յուրաքանչյուր ձև ունի տարբեր նպատակ, ազդեցություն և պահանջում է տարբեր արձագանքման մեխանիզմներ՝ հատկապես իրավական, լրագրողական և քաղաքացիական գործունեության շրջանակներում:

Տեղեկատվության խաթարման հիմնական ձևերը, կատեգորիաները

«Կեղծ լուր» (fake news) հասկացությունը հաճախ օգտագործվում է լայն և ոչ ճշգրիտ իմաստով՝ խառնելով տեղեկատվության խաթարման տարբեր ձևերը: Գործնականում կարևոր է տարբերակել առնվազն երեք հիմնական կատեգորիա՝

... Կեղծ տեղեկատվություն (misinformation) – կեղծ կամ սխալ տեղեկատվություն, որը տարածվում է առանց վնաս հասցնելու դիտավորության:

... Ապատեղեկատվություն (disinformation) – կեղծ կամ մոլորեցնող տեղեկատվություն, որը դիտավորյալ ստեղծվում և տարածվում է վնաս հասցնելու նպատակով՝ անձի, սոցիալական խմբի, կազմակերպության կամ երկրի հանդեպ:

... Իրականության չարամիտ տարածում (mal-information) – իրականությանը համապատասխանող տեղեկատվություն, որը օգտագործվում է վնաս հասցնելու նպատակով՝ անձի, կազմակերպության կամ երկրի հանդեպ¹:

¹ Տեղեկատվական անկանոնություն. Միջոլորտային մոտեցման շրջանակ՝ հետազոտությունների և քաղաքականության ձևավորման համար: Եվրոպայի խորհրդի DGI(2017)09 զեկույց, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> , էջ 21:



Ապատեղեկատվությունը (disinformation) դիտավորյալ ստեղծված և տարածված կեղծ, մոլորեցնող կամ խեղաթյուրված տեղեկատվություն է, որի նպատակն է մանիպուլյացիայի ենթարկել հասարակական կարծիքը կամ առաջ մղել որոշակի քաղաքական, տնտեսական, գաղափարական կամ անձնական շահեր: Ի տարբերություն կեղծ տեղեկատվության (misinformation), որն առանձին անձինք կամ աղբյուրներ կարող են տարածել առանց վնաս հասցնելու դիտավորության, ապատեղեկատվությունը դիտավորյալ արված գործողություն է, որը հաճախ ունի կազմակերպված բնույթ և հանդիսանում է ավելի լայն հաղորդակցային կամ տեղեկատվական ռազմավարության մաս՝ ներառյալ տեղեկատվական պատերազմները, քարոզչական արշավները կամ ազդեցության գործողությունները:

Տեղեկատվության խաթարման այս երեք ձևերի հիմնական տարբերությունները ներկայացված են ստորև:

Աղյուսակ 1. Տեղեկատվության խաթարման երեք դրսևորումները և սահմանումները

	Սահմանումը	Նպատակը, մտադրությունը	Օրինակ
 Կեղծ տեղեկատվություն (Misinformation)	Կեղծ կամ ոչ ճշգրիտ տեղեկատվություն, որը տարածվում է առանց դիտավորության վնաս պատճառելու կամ մոլորեցնելու	Ոչ դիտավորյալ տարածում՝ գիտելիքի պակասի, թարգմանության սխալի կամ աղբյուրի անճշտության պատճառով	Ոչ հավաստի հոդված տարածել՝ առանց դրա փաստերը ստուգելու
 Ապատեղեկատվություն (Disinformation)	Կեղծ կամ խեղաթյուրված տեղեկատվություն, որը դիտավորյալ ստեղծված է՝ մոլորեցնելու, ազդելու կամ շահեր առաջ մղելու նպատակով, հաճախ համակարգված արշավի շրջանակում	Մանիպուլյացիա, շահադիտական օգտագործում՝ քաղաքական, տնտեսական կամ գաղափարական նպատակներով	Կեղծ լուր տարածել գործի մասին՝ նրա բարի համբավը վնասելու նպատակով
 Իրականության չարամիտ տարածում (Malinformation)	Իրական տեղեկություն, որը դիտավորյալ օգտագործվում է վնասելու համար՝ համատեքստից դուրս ներկայացնելով կամ հրապարակելով անձնական կամ գաղտնի տվյալներ	Դիտավորյալ հրապարակում՝ անձին, կազմակերպությանը կամ երկրին վնաս հասցնելու նպատակով	Գաղտնի նամակների կամ անձնական տվյալների արտահոսք՝ վարկաբեկման նպատակով

Կարևոր է նկատել, որ այս երեք կատեգորիաների տարբերակումը միայն տեսական նշանակություն չունի: Այն ուղղակիորեն կիրառվում է իրավական գնահատման, լրագրողական ստուգման և հակազդման ռազմավարությունների մշակման գործընթացներում:

Ապատեղեկատվության հայտնաբերման և վավերացման գործիքակազմ

Ապատեղեկատվության հայտնաբերումն ու վավերացումը բազմաշերտ գործընթաց է, որը պահանջում է համակարգված մոտեցում, տեխնիկական գործիքների իմացություն և քննադատական մտածողություն: Սույն բաժինը ներկայացնում է ապատեղեկատվության ճանաչման ազդանշանային համակարգը և փաստերի ստուգման մեթոդաբանությունը:



Վտանգի ազդանշանների համակարգ

Ապատեղեկատվությունն ունի բնորոշ նշաններ, որոնք կարելի է ճանաչել համակարգված վերլուծության միջոցով: Կարևոր է նշանները դիտարկել համակցված՝ մեկ ազդանշանը դեռ վերջնական ապացույց չէ:



- Վերնագրային մանիպուլյացիաներ: Կեղծ լուրերի ամենաակնառու նշաններից են գերզգացական վերնագրերը՝ «Շոկային բացահայտում», «Սարսափելի փաստեր», «Վերջապես ճշմարտությունը»: Բացարձակ պնդումները («Բոլոր բժիշկները...», «Ամեն քաղաքացին պետք է...», «Երբեք մի արեք...»)
- Կետադրական նշանների անհարկի չարաշահում: («Հրատապ!!!», «Տարածեք, քանի չեն ջնջել!!!») պետք է զգուշացնեն ընթերցողին: Քիչքեյթ վերնագրերը («Երբեք չեք գուշակի, թե ինչ եղավ հետո...», «18+») նպատակ ունեն գրավել ուշադրություն՝ անկախ բովանդակության ճշգրտությունից:
- Բովանդակության կասկածելի տարրեր: Անանուն կամ չվավերացված աղբյուրները («մեր տեղեկություններով», «անանուն փորձագետները») հաճախ օգտագործվում են անհիմն պնդումների համար:
- Հուզական մանիպուլյացիա: Դրսևորվում է վախի և զայրույթի հրահրող պատկերներով ու բառապաշարով: Տեղեկատվական բացերը՝ ամսաթվի,

կոնկրետ տվյալների կամ այլ տեսակետների բացակայությունը, ցույց են տալիս, որ տեղեկատվությունը կարող է լինել թերի կամ միտումնավոր խեղաթյուրված:

Բոտերի և կեղծ օգտահաշիվների ճանաչման նշաններ: Օգտահաշվի վերլուծության ժամանակ ուշադրություն դարձրեք անվան կառուցվածքին (RandomUser12345, NewsLover999), պրոֆիլի նկարի որակին և բովանդակությանը: Անբնական ակտիվությունը՝ 24/7 հրապարակումներ, գիշերային ժամերին (2:00-6:00) ակտիվություն, մեկ ժամում տասնյակ հրապարակումներ, ցույց է տալիս ավտոմատացված վարքագիծ: Միայն քարոզչական բովանդակությունը, copy-paste հաղորդագրությունները և շատ հետևորդների պարագայում քիչ իրական փոխազդեցությունը բոտային ակտիվության լուրջ ցուցանիշներ են²:

Ապատեղեկատվության ձեռքով ստուգման մեթոդաբանություն

Փաստերի ձեռքով ստուգումը հիմնված է «Որտեղի՞ց» մոտեցման վրա, որը պահանջում է համակարգված վերլուծություն: Ցանկացած տեղեկատվության ստուգումը սկսվում է աղբյուրի վավերացումից՝ պարզելով, թե արդյոք կայքն ունի «Մեր մասին» բաժին խմբագրական թիմի և հեղինակների տվյալներով, առկա են կոնտակտային տվյալներ և ֆիզիկական հասցե, ինչպիսի հրապարակումների պատմություն ունի: Կայքի ստեղծման ամսաթիվը և ուղղության հնարավոր փոփոխությունները կարևոր ցուցանիշներ են վստահելիության գնահատման համար: ArmNIC և WhoisMind հավելվածները թույլ են տալիս արագ ստանալ կայքի գրանցման տվյալները և սեփականատիրոջ մասին տեղեկություններ:

Հրապարակման ժամկետի վավերացումը կանխում է հնացած տեղեկատվության շրջանառությունը: Հաճախ մի քանի տարվա վաղեմություն ունեցող հրապարակումները ներկայացվում են որպես նորություն: Ստուգումը իրականացվում է HTML կոդի վերլուծությամբ (Ctrl+U հրամանով որոնելով published_time, modified_time տողերը), Google որոնման առաջադեմ հրամաններով ("inurl:" օպերատորի կիրառում) և սոցիալական ցանցերում առաջին հրապարակման որոնումով: Wayback Machine արխիվը թույլ է տալիս դիտել կայքի պատմական տարբերակները և հետևել բովանդակության փոփոխություններին:

² Ապատեղեկատվության հակազդման համակցված ձեռնարկ, Ձեռնարկը նախատեսված է կիրառման համար ՔՀԿ-ների, մեդիայի, պետական մարմինների և մասնավոր սեկտորի կողմից: Իրավաբանների հայկական ասոցիացիա, Երևան, 2025թ., https://armia.am/wp-content/uploads/2025/10/Disinformation_Handbook.pdf, էջեր 16-18

Բովանդակության խորը վերլուծությունը ներառում է պնդումների վերհանում և դասակարգում, առաջնային աղբյուրների որոնում, տվյալների ու վիճակագրության վերաստուգում:

Հետադարձ պատկերային որոնումը (Reverse Image Search) թույլ է տալիս պարզել պատկերի սկզբնական աղբյուրը և նախորդ օգտագործումները: Հետադարձ պատկերային որոնումը (Google Images, Yandex, TinEye) թույլ է տալիս պարզել պատկերի սկզբնական աղբյուրը և նախորդ օգտագործումները: FotoForensics և Forensically գործիքները բացահայտում են լուսանկարի խմբագրման հետքերը՝ վերլուծելով պիքսելային անոմալիաները:

Տեսանյութերի դեպքում YouTube DataViewer-ը (Amnesty International) ցուցադրում է բեռնման ճշգրիտ ամսաթիվը և մանրապատկերների փաթեթը, իսկ InVID հավելվածը թույլ է տալիս համեմատել տարբեր հարթակներում հրապարակված տարբերակները:

Ապատեղեկատվության ավտոմատացված ստուգման համակարգեր

Մեքենայական ուսուցման և արհեստական բանականության զարգացումը հնարավորություն է տալիս արագ վերլուծել հսկայական թվով հաղորդագրություններ՝ բացահայտելով համակարգված արշավներ և կեղծ օգտահաշիվներ: Ավտոմատացված համակարգերը կիրառվում են երեք հիմնական ուղղություններով՝



Բոտերի և կեղծ օգտահաշիվների հայտնաբերում: Բոտերի հայտնաբերման համակարգերը վերլուծում են օգտահաշիվների վարքագծային առանձնահատկությունները, հրապարակումների կառուցվածքը և հոետորաբանությունը, փոխազդեցությունների խտությունն ու ուղղվածությունը: Botometer-ը գնահատում է հաշիվների վավերականության մակարդակը, Bot Sentinel-ը հայտնաբերում է տրոլային և կցված վարքերը X/Twitter հարթակ:

Քարոզչական արշավների մոնիթորինգ: Քարոզչական բովանդակության մոնիթորինգի գործիքները կենտրոնանում են հեշթեգների յուրացման, կրկնվող հաղորդագրությունների և արհեստական թրենդների բացահայտման վրա: Hamilton 2.0 Dashboard-ը քարտեզագրում է օտարերկրյա քարոզչության թեմաները, իսկ BotSlayer-ը բացահայտում է արհեստական վիրալության դեպքերը:

Վիզուալ բովանդակության վավերացում: Վիզուալ բովանդակության վավերացման համակարգերը կիրառում են թվային փորձաքննություն՝ վերլուծելով պիքսելային անոմալիաները, մետատվյալները և խմբագրման հետքերը: Jeffrey's Image Metadata Viewer-ը ցուցադրում է մանրամասն EXIF տվյալներ, ներառյալ ստեղծման ամսաթիվը և օգտագործված սարքավորումը:

Կարևոր է հիշել, որ ավտոմատացված գործիքները օժանդակ են և չեն կարող փոխարինել մարդկային վերլուծությանը: Դրանք պետք է օգտագործվեն համակցված՝ որպես առաջնային գոտի կամ լրացուցիչ վավերացման միջոց:

Ապատեղեկատվության մասնակցային ստուգման մոդելներ

Համագործակցային ստուգումը (crowdfact-checking) օգտագործում է համայնքի փորձագիտական ներուժը փաստերի վավերացման համար: Քաղաքացիները կարող են ազդարարել կասկածելի բովանդակության մասին, մասնակցել վերլուծությանը և տարածել ստուգված տեղեկատվությունը: Captain Fact հարթակը թույլ է տալիս համայնքի անդամներին համատեղ ստուգել և գնահատել պնդումները, իսկ ClaimBuster-ը ավտոմատ վերհանում է ստուգման ենթակա պնդումները՝ դրանք առաջնահերթացնելով: Այս մոդելն արդյունավետ է հատկապես տեղական համատեքստի և լեզվական նրբությունների հայտնաբերման համար:

Բլոքչեյն հիմքով համակարգերը ստեղծում են ստուգված բովանդակության անփոփոխելի բազա, որտեղ յուրաքանչյուր փաստի ստուգումը գրանցվում է ապակենտրոնացված համակարգում: DIRT Protocol և Trive Verify հարթակները օգտագործում են բլոքչեյն տեխնոլոգիա՝ ապահովելու ստուգված տեղեկատվության անփոփոխելիությունը: Սա ապահովում է թափանցիկություն և կանխում է ստուգված փաստերի հետագա խեղաթյուրումը: Համայնքային մասնակցությունը նաև բարձրացնում է հանրային իրազեկվածությունը և զարգացնում քննադատական մտածողությունը:

Հայաստանյան վստահելի աղբյուրների համակարգ

Հայաստանում փաստերի ստուգման համար անհրաժեշտ է օգտագործել պաշտոնական և վստահելի աղբյուրների համակարգված մոտեցում: Պետական տեղեկատվական համակարգերը ներառում են իրավական տեղեկատվության բազաներ, դատական համակարգի տվյալներ, ընտրական գործընթացների փաստաթղթեր, պետական գնումների թափանցիկ հարթակներ և կազմակերպությունների պաշտոնական ռեզիստրներ:

Թափանցիկության գործիքները, ինչպիսիք են պաշտոնյաների գույքային հայտարարագրերի համակարգը և նախարարությունների պաշտոնական հրապարակումները, հնարավորություն են տալիս վերաստուգել պաշտոնական տվյալները: Վիճակագրական տեղեկատվության համար առաջնային աղբյուր է Վիճակագրական կոմիտեն, սակայն կարևոր է համեմատել մի քանի աղբյուրների ցուցանիշները՝ ուշադրություն դարձնելով հավաքագրման ժամանակահատվածին և մեթոդաբանական մոտեցումներին:

Տեղական համատեքստի ստուգման համար օգտակար են նաև վստահելի լրատվամիջոցների արխիվները, քաղաքացիական հասարակության մոնիթորինգային զեկույցները և միջազգային կազմակերպությունների հետազոտությունները: Բոլոր աղբյուրները պետք է գնահատվեն քննադատաբար՝ հաշվի առնելով հնարավոր կողմնակալությունը և տեղեկատվության արդիականությունը:



2. ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ և ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ

Ապատեղեկատվությունը ներկայումս դիտվում է ոչ թե որպես զուտ թուր տեղեկատվության տարածում, այլ՝ որպես միջազգային հարաբերություններում և անվտանգային ոլորտում կիրառվող ռազմավարական գործիք: Այն ուղղված է հասարակությունների ներսում վստահության, կայունության ու համախմբման թուլացմանը:

Ապատեղեկատվական արշավները նպատակ ունեն նվազեցնել ժողովրդավարական հաստատությունների նկատմամբ վստահությունը, խորացնել սոցիալական բաժանումները և ազդել հասարակական ընկալումների ու վարքագծի ձևավորման վրա³: Այդ գործողությունները կարող են իրականացվել ինչպես պետական, այնպես էլ ոչ պետական դերակատարների կողմից՝ կիրառելով համակցված մոտեցումներ՝ ներառյալ թիրախային ապատեղեկատվություն, կիրքեզործողություններ և հոգեբանական ազդեցության տարբեր մեթոդներ⁴:

Ապատեղեկատվության տարածման մեթոդներում նշանակալի դեր ունեն տեխնոլոգիական գործիքները, այդ թվում՝ բոտերը, ավտոմատացված ալգորիթմները, սոցիալական մեդիա հարթակները, ինչպես նաև գեներատիվ արհեստական բանականության կիրառությունը⁵: Այս գործիքները փոխել են ոչ միայն տեղեկատվության ստեղծման, այլև դրա տարածման, թիրախավորման և ընկալման ձևերը:

Սոցիալական մեդիայի կառուցվածքային դերը

Ապատեղեկատվության տարածման հիմնական միջավայրը այսօր սոցիալական մեդիան է, որը գործում է ոչ միայն որպես հաղորդակցման հարթակ, այլև որպես տեղեկատվության բաշխման համակարգ:

Ամբողջ աշխարհում աճում է մտահոգությունը կեղծ նորությունների տարածման և դրանց հնարավոր ազդեցության վերաբերյալ քաղաքական, տնտեսական և սոցիալական կայունության վրա: 21-րդ դարի տեղեկատվական միջավայրում սոցիալական մեդիան դարձել է ոչ միայն հաղորդակցության և ինքնարտահայտման հարթակ, այլև

³ Եվրոպական արտաքին գործողությունների ծառայության Արտաքին տեղեկատվական մանիպուլյացիաների և միջամտությունների սպառնալիքների (FIMI) վերաբերյալ երրորդ զեկույցը: FIMI գործողությունների կառուցվածքի բացահայտում: Մարտ, 2025թ, <https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/2025/EEAS-3nd-ThreatReport-March-2025-05-Digital-HD.pdf>, էջեր 5, 7:

⁴ Տե՛ս նույն տեղում: Էջ 8:

⁵ Տե՛ս նույն տեղում: Էջեր 5, 8:

տեղեկատվության հիմնական աղբյուրներից մեկը: Թեև սոցիալական մեդիա հարթակները հաճախ հայտարարում են, որ գործում են տեղական օրենսդրության շրջանակներում, գործնականում դրանք միշտ չէ, որ ամբողջությամբ արձագանքում են գեոբլոկավորման կամ բովանդակության հեռացման վերաբերյալ պետական պահանջներին:

Միննույն ժամանակ, կառավարությունները ունեն տարբեր գործիքակազմեր՝ այս հարթակների վրա ազդեցություն գործադրելու համար՝ նպատակ ունենալով սահմանափակել իրենց իրավասության տակ գտնվող որոշակի բովանդակության տարածումը: Այդպիսի գործիքների կիրառումը ցույց է տալիս, որ պետությունները կարող են ունենալ զգալի ազդեցության լծակներ սոցիալական ցանցերը կառավարող ընկերությունների նկատմամբ⁶: Սակայն իշխանության այս լծակը խոսքի ազատության ոտնահարման վտանգ է պարունակում:

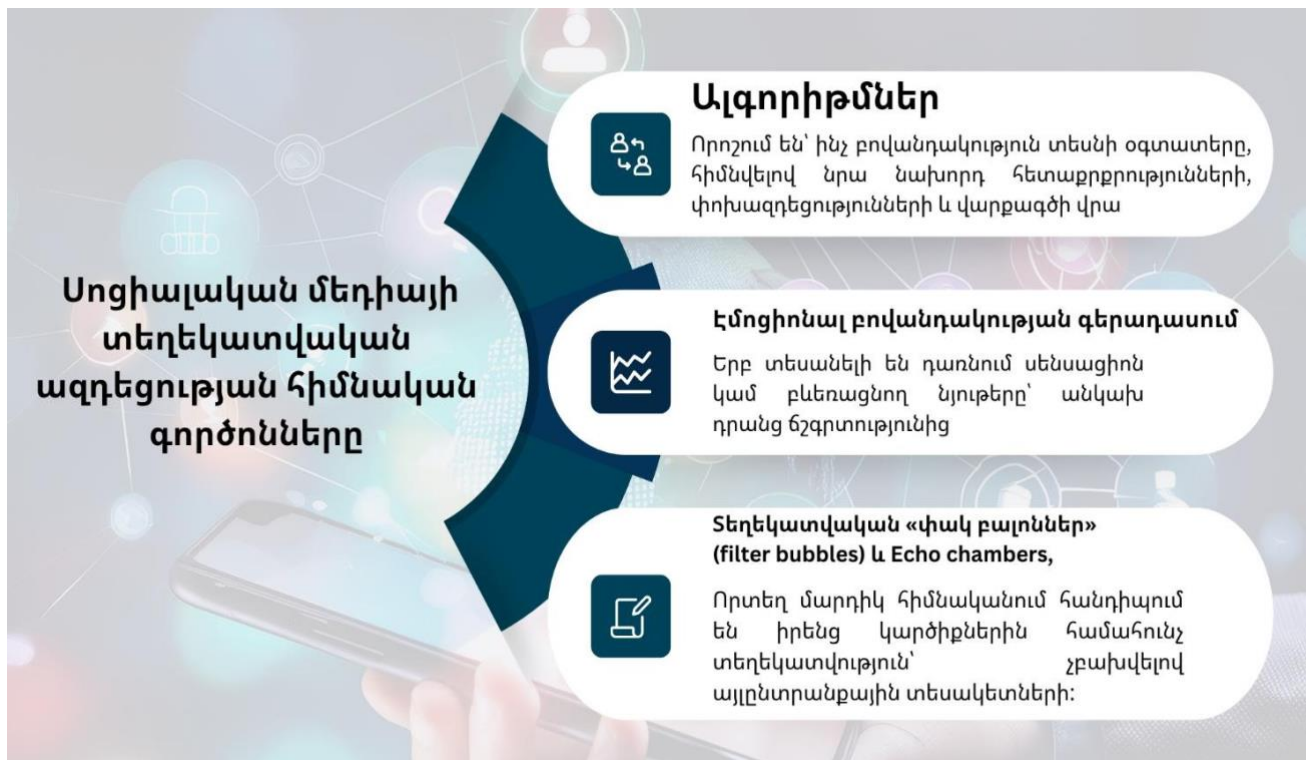
Այսօր սոցիալական մեդիան համարվում է ոչ միայն հաղորդակցության կամ ժամանցի միջոց, այլ նաև աշխարհում ամենաակտիվ օգտագործվող թվային հարթակներից մեկը: 2025 թվականի տվյալներով՝ աշխարհի բնակչության շուրջ 64 տոկոսն արդեն ակտիվորեն օգտվում է սոցիալական մեդիայից⁷: Սա նշանակում է ավելի քան 5 միլիարդ մարդ, որոնք ամեն օր ժամանակ են անցկացնում տարբեր հարթակներում՝ սկսած Facebook-ից մինչև TikTok, Instagram, YouTube և նոր ձևավորվող հարթակներ, ինչպիսիք են Threads-ը կամ Bluesky-ը: Օգտատերերի միջին օրական ներգրավվածությունը նույնպես բարձր է. մարդիկ միջինում ավելի քան 2 ժամ 20 րոպե են անցկացնում սոցիալական մեդիայում: Սա վկայում է սոցիալական մեդիայի նշանակալի դերի մասին ոչ միայն առօրյա շփումների, այլ նաև տեղեկատվության ստացման, բիզնեսի զարգացման և մարքեթինգի ոլորտներում:

Ապատեղեկատվության տարածման համատեքստում սոցիալական մեդիան հանդես է գալիս ոչ թե որպես չեզոք միջավայր, այլ որպես ակտիվ դերակատար, որը ձևավորում է օգտատերերին հասանելի տեղեկատվության շրջանակը: Այդ դերը պայմանավորված է երեք հիմնական գործոնով.

⁶ «Ինչպե՞ս արձագանքել ապատեղեկատվությանը՝ միաժամանակ պաշտպանելով խոսքի ազատությունը»: Ռազմուս Քլայս Նիլսեն, 2021թ. փետրվարի 19, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-respond-disinformation-while-protecting-free-speech>

⁷ «2025 թվականի սկզբին համաշխարհային սոցիալական մեդիայի օգտատերերի թիվը հասել է մոտ 5.3 միլիարդի՝ կազմում է աշխարհի բնակչության շուրջ 64 տոկոսը»: Smart Insights-ի 2025 թվականի Համաշխարհային սոցիալական ցանցերի հետազոտական ամփոփիչ զեկույց, https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/?utm_source

Աղյուսակ 2. Սոցիալական մեդիայի տեղեկատվական ազդեցության հիմնական գործոնները



Այս երեք գործոնների համադրությունը ստեղծում է այնպիսի միջավայր, որտեղ ապատեղեկատվությունը ոչ միայն արագ տարածվում է, այլ նաև ավելի դժվար է ենթարկվում քննադատական վերլուծության:

Այս մեխանիզմները ոչ միայն նպաստում են ապատեղեկատվության տարածման ղյուրացմանը, այլ նաև ուժեղացնում են դրա ազդեցությունը՝ ձևավորելով հանրային ընկալումների և տրամադրությունների արհեստական կառուցվածք:

Այս զարգացումները հատկապես վտանգավոր են դառնում այն դեպքերում, երբ համակարգված դերակատարներ՝ պետություններ, կազմակերպություններ կամ շահառու խմբեր, նպատակային կերպով օգտագործում են սոցիալական մեդիան՝ հանրային կարծիքի վրա ազդեցություն գործադրելու կամ ռազմավարական նպատակների իրականացման համար:

Օրինակ. Կեղծ և իրական նորությունների տարածումը սոցիալական մեդիայում⁸

Մասաչուսեթսի տեխնոլոգիական ինստիտուտի (MIT) հետազոտությունը, որը վերլուծել է Twitter հարթակում 2006–2017 թվականներին տարածված շուրջ 126,000 ասեկոսե, ցույց է տվել, որ՝

- ☑ Կեղծ նորությունները տարածվում են ավելի արագ, քան ճշմարիտ տեղեկությունները
- ☑ Կեղծ նորությունների ամենատարածված 1%-ը հասել է մինչև 100,000 օգտատիրոջ
- ☑ Ճշմարիտ տեղեկությունները հազվադեպ են անցնում 1,000 օգտատիրոջ շերտ⁹

Հետազոտության հեղինակները սա բացատրում են կեղծ բովանդակության ավելի բարձր էմոցիոնալ ազդեցությամբ:

Գեներատիվ արհեստական բանականության (ԱԲ) դերը

Եթե նախկինում ապատեղեկատվության տարածումը պահանջում էր զգալի մարդկային և ֆինանսական ռեսուրսներ, ապա այսօր գեներատիվ արհեստական բանականությունը (GenAI) և ավտոմատացված մեդիա ցանցերը այն դարձրել են լայնածավալ և դժվար նկատելի գործընթաց: Ավելին, ապատեղեկատվությունը հաճախ համադրվում է կիբեռհարձակումների և հոգեբանական ազդեցության միջոցների հետ՝ նպատակ ունենալով խաթարել ժողովրդավարական գործընթացներն ու հասարակական կայունությունը:

⁸ Սորուշ Վոսուդին և գործընկերները՝ Դեբ Ռոյը և Սինան Արլը Մասաչուսեթսի տեխնոլոգիական ինստիտուտի (MIT) հետազոտողներ են, որոնք մասնագիտացած են սոցիալական մեդիայի, տվյալազդեցության և տեղեկատվության տարածման դինամիկայի ոլորտներում:

⁹ Ճշգրիտ և կեղծ լուրերի տարածումը առցանց միջավայրում: Science ամսագիր, <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>

Հիմնական դերակատարները և նրանց ռազմավարությունները

Ապատեղեկատվությունը սովորաբար գործում է էկոհամակարգի տրամաբանությամբ, որը ներառում է երեք հիմնական բաղադրիչ՝

Հիմնական դերակատարները



Արտադրողներ (պետական մեդիա, գործակալներ, կենտրոններ)



Տարածողներ (բոտեր, տրոլներ, ալգորիթմներ և հարթակներ)



Տեղայնացնողներ (տեղական մեդիա, ինֆլուենսերներ, խմբեր)



➤ **ԱՐՏԱԴՐՈՂՆԵՐ** - (պետական մեդիա, գործակալներ, կենտրոններ) հանդիսանում են ապատեղեկատվության աղբյուրը՝ նախագծելով մանիպուլյատիվ նարատիվներ և կեղծ պատմություններ ցանցային հետազա տարածման համար: Նպատակն է՝ հուզական և կեղծ պատմությունների, ինչպես նաև փորձագիտական կերպարների միջոցով ձևավորել թվացյալ լեգիտիմություն՝ ներքին և արտաքին քաղաքական շահերի առաջնության համար:

Օրինակ գլոբալ դրսևորումներից.

China Daily կամ Global Times – Չինաստանի պետական վերահսկողության տակ գտնվող մեդիա հարթակներ, որոնք հաճախ ներկայացնում են աշխարհաքաղաքական նարատիվներ՝ Չինաստանի դիրքորոշմամբ:

➤ **ՏԱՐԱԾՈՂՆԵՐ** - (բոտեր, տրոլներ, ալգորիթմներ և հարթակներ) ապահովում են ապատեղեկատվության մասշտաբային ուղղորդումը և կեղծ բազմակարծության տպավորությունը՝ ավտոմատացված կամ իրական ցանցերի միջոցով:

Նպատակն է՝ սոցիալական մեղիայի գործիքակազմի, ալգորիթմների և թիրախային արշավների միջոցով ապահովել բարձր տեսանելիություն ու ստեղծել տվյալ թեմայի շուրջ թվացյալ հանրային աջակցություն:

Օրինակ գլոբալ դրսևորումներից.

Մի շարք այլ երկրներում իրականացված հետազոտություններն ու լրագրողական բացահայտումները փաստում են քաղաքականապես ուղղորդված թվային քարոզչական ցանցերի գոյությունը, որոնք կիրառվում են սոցիալական մեղիայում բովանդակության զանգվածային տարածման և հանրային կարծիքի վրա ազդեցություն գործադրելու նպատակով:

Բ **ՏԵՂԱՅՆԱՑՆՈՂՆԵՐ** - (տեղական մեղիա, ինֆլուենսերներ, խմբեր) հարմարեցնում են ապատեղեկատվությունը տեղական լեզվին, մշակույթին ու արժեքներին՝ դառնալով մանիպուլյատիվ բովանդակության կրողն ու վերարտադրողը տվյալ միջավայրում:

Նպատակն է՝ սոցիալական, ազգային կամ կրոնական զգայուն խմբերի թիրախավորման միջոցով ապատեղեկատվությունը դարձնել առավել համոզիչ տեղական լսարանի համար:

Օրինակներ գլոբալ դրսևորումներից.

Հարևան երկրների տեղեկատվական նարատիվների վերաշարադրումը տեղական մեղիայում՝ առանց փաստերի ստուգման:

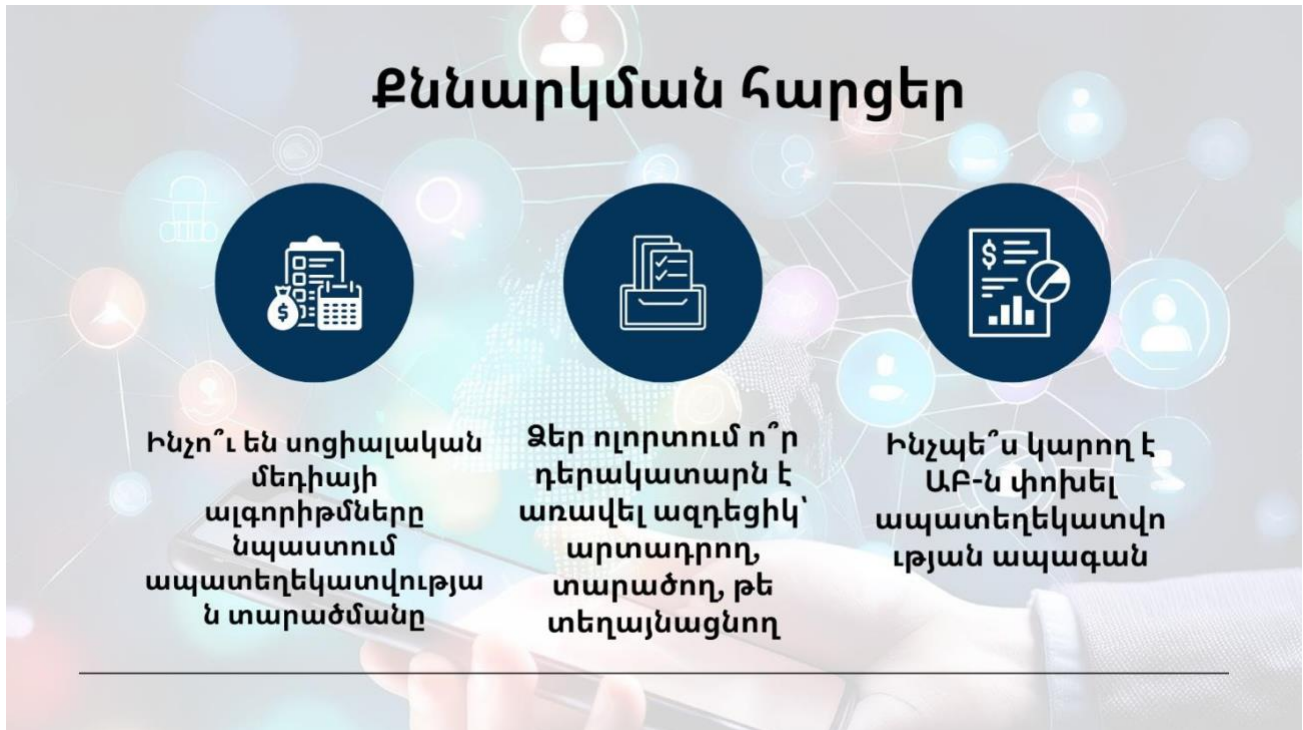
Տեղական ֆեյսբուքյան խմբեր, որոնք տարածում են «թարգմանված» ապատեղեկատվություն՝ հիմնականում առանց աղբյուրի վկայակոչման:

Տեղացի ինֆլուենսերներ, որոնք միտումնավոր կամ անգիտակցաբար տարածում են կեղծ տեղեկություններ:

Այս երեք դերակատարների փոխկապակցված գործունեությունը ձևավորում է ապատեղեկատվության ամբողջական էկոհամակարգը, որտեղ յուրաքանչյուր փուլ ուժեղացնում է մյուսի ազդեցությունը:

Այսպիսով, չնայած նման մեխանիզմների բարդությանը, ընդհանուր ապատեղեկատվության ռազմավարությունը հիմնականում նպատակ ունի՝

- թուլացնել հանրային վստահությունը ինստիտուտների հանդեպ,
- խթանել պառակտում և քաղաքական բևեռացում,
- խոչընդոտել միջազգային համերաշխությունն ու ռազմավարական որոշումները:



3. ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՀԱԿԱԶԴԻՄԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐԱԿԱՆ և ԻՐԱՎԱԿԱՆ ՇՐՋԱՆԱԿԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Ապատեղեկատվությունը ժամանակակից տեղեկատվական միջավայրում դիտվում է որպես ազգային անվտանգության կարևոր սպառնալիք, որը կարող է ազդել հասարակական վստահության, ինստիտուցիոնալ կայունության և քաղաքական գործընթացների վրա: Այդ պատճառով պետությունները աճող տեմպերով մշակում են ինչպես ռազմավարական, այնպես էլ իրավական մեխանիզմներ՝ դրա կանխարգելման և հակազդման համար:

Ապատեղեկատվության այս գործընթացները հաճախ ունեն նաև աշխարհաքաղաքական ուղղվածություն: Օրինակ՝ 2015 թվականից ի վեր EUvsDisinfo ռեսուրսի կողմից արձանագրված շուրջ 8,000 ապատեղեկատվական օրինակների կեսի թիրախում եղել են հետխորհրդային երկրները, այդ թվում՝ Հայաստանը, Վրաստանը և Ուկրաինան: Այս երկրների դեմ կիրառվող մանիպուլյացիաները նպատակ ունեն խաթարել ներքաղաքական իրավիճակը կամ թեժացնել ռազմական լարվածությունը¹⁰:

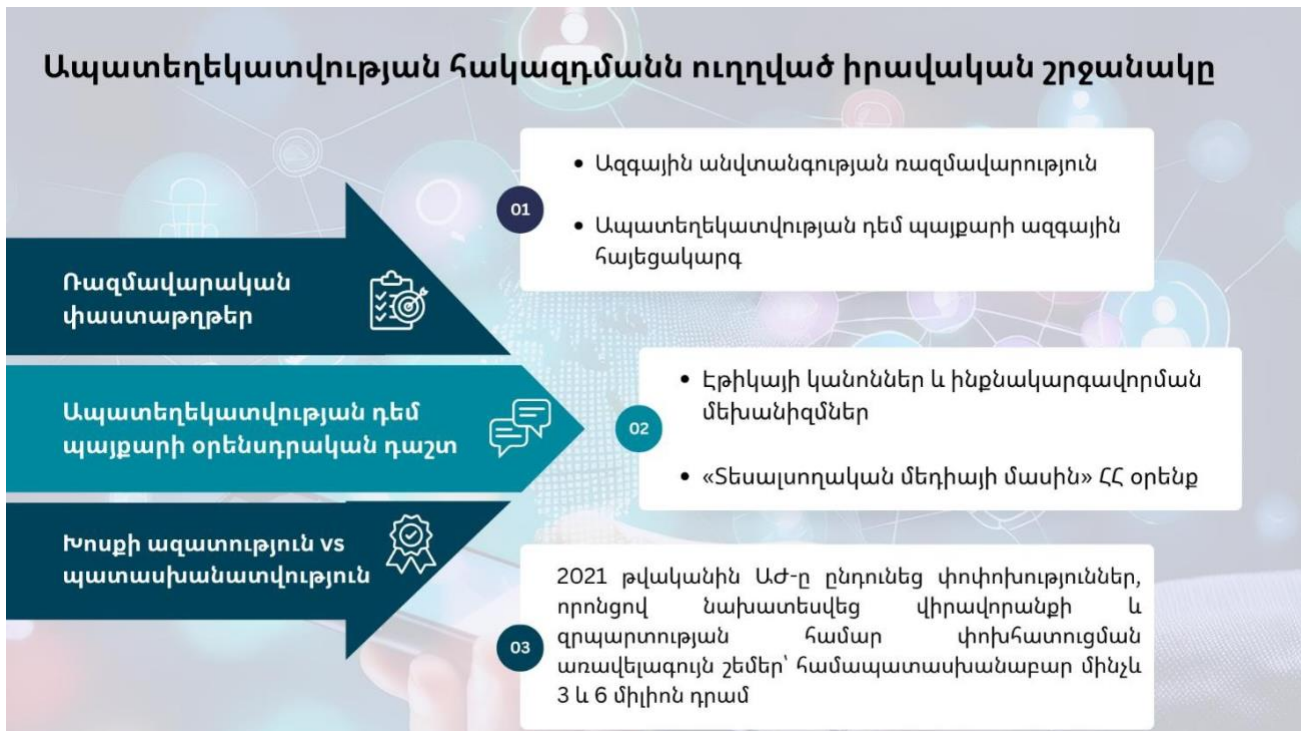
¹⁰ <https://euneighbourseast.eu/hy/news/stories/anvstahutyun-qaos-ew-xuchap-inchpe/s/>

Ապատեղեկատվության ընդհանուր իրավիճակը

Ինչպես բազմաթիվ երկրներում, այնպես էլ Հայաստանում տեղեկատվական դաշտը կանգնած է լուրջ մարտահրավերների առջև՝ այդ թվում՝ կեղծ տեղեկությունների, մանիպուլյատիվ բովանդակության և փոխկապակցված ապատեղեկատվական նարատիվների տեսքով: Թեպետ ապատեղեկատվության որոշ դրսևորումներ նախկինում առկա էին նաև ավանդական հեռարձակվող լրատվամիջոցներում, վերջին տարիներին առցանց մեդիայի և սոցիալական հարթակների արագ զարգացումը էապես մեծացրել է այդպիսի տեղեկությունների տարածման և ազդեցության ծավալը:

Մրան գուգահեռ, Հայաստանի Հանրապետության (ՀՀ) կառավարությունը սկսել էր ավելի մեծ ուշադրություն դարձնել ապատեղեկատվության սպառնալիքին և որոշակի միջոցներ ձեռնարկել դրան հակազդելու համար, չնայած մոտեցումները եղել էին հատվածական և խարսխված չեն եղել ռազմավարական կամ համապարփակ մտածողության վրա: Միաժամանակ, Հայաստանում դեռևս բացակայում է մասնագիտացված ազգային մարմին, որը համակարգված կերպով կգրադվի ապատեղեկատվության մոնիթորինգով և հակազդմամբ՝ պետական և քաղաքացիական դերակատարների ներգրավմամբ: Ճիշտ է, Վարչապետի աշխատակազմում գործում է «Հանրային կապերի կենտրոն» պետական ոչ առևտրային կազմակերպությունը (ՊՈԱԿ), բայց այն զբաղվում է հանրային կապերի, պետական կառույցների թափանցիկության, տեղեկատվական անվտանգության հարցերի ուսումնասիրությամբ:

Այսպիսով, Հայաստանի տեղեկատվական միջավայրում ապատեղեկատվության մարտահրավերը բնութագրվում է ինչպես տեխնոլոգիական զարգացումներով պայմանավորված աճով, այնպես էլ ինստիտուցիոնալ և համակարգված արձագանքի բացակայությամբ:



3.2.1. ՌԱԶՄԱՎԱՐԱԿԱՆ ՓԱՍՏԱԹՂԹԵՐ



Ազգային անվտանգության ռազմավարություն - Ըստ Հայաստանի Ազգային անվտանգության ռազմավարության¹¹, որն ընդունվել է 2020 թվականին, օտարերկրյա պետությունների, անհատների և այլ կազմակերպությունների կողմից կիբերհարձակումները տեղեկատվական անվտանգության սպառնալիք են: Ռազմավարությամբ նաև նշված է, որ ավելի սուր դրսևորումներ են ստանում տեղեկատվական պատերազմները, որոնք ներառում են քարոզչության, մանիպուլյացիաների, կեղծ լուրերի և ապատեղեկատվության գործիքակազմ և հաճախ թիրախավորում են ժողովրդավարական արժեքները: Հիշյալի համատեքստում Ռազմավարությամբ նախատեսված է աշխատել հանրային իրազեկվածության և մեդիագրագիտության մակարդակի բարձրացման ուղղությամբ՝ նպատակ ունենալով հզորացնել տեղեկատվական պատերազմներին հակազդելու հասարակության և պետության կարողությունները:

¹¹ Հայաստանի Ազգային անվտանգության ռազմավարություն, Հոլիս, 2020: Հասանելի է հետևյալ հղմամբ.
<https://www.mfa.am/filemanager/security%20and%20defense/AA-Razmavarutyun-Final.pdf>



Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի ազգային հայեցակարգ - ՀՀ վարչապետի 2023 թվականի նոյեմբերի 9-ի N 1319-Ա որոշմամբ հաստատվել է Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի ազգային հայեցակարգը և հայեցակարգից բխող 2024-2026թթ. գործողությունների ծրագիրը¹²: Հիմնական նպատակն է ստեղծել համապարփակ և համակարգված մոտեցում՝ Հայաստանում ապատեղեկատվության դեմ արդյունավետ պայքար կազմակերպելու համար: Այս ռազմավարությունն ուղղված է պետական ինստիտուտների, հասարակության և մեդիա ոլորտի կարողությունների ամրապնդմանը՝ ապատեղեկատվության կանխարգելման, հայտնաբերման և հակազդման համար:

Խնդիրներ, որոնք ռազմավարությունն առաջարկում է լուծել.

1. Ապատեղեկատվության ինստիտուցիոնալ հաղթահարում՝ հանրային կառավարման մարմինների կարողությունների զարգացում:
2. Համագործակցություն մասնավոր հատվածի և քաղաքացիական հասարակության հետ՝ արձագանքման մեխանիզմների ներդրում:
3. Իրավական դաշտի կատարելագործում՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարի համարժեք մեխանիզմներ ապահովելու նպատակով:
4. Հանրային կրթություն և մեդիագրագիտության բարձրացում՝ հատկապես երիտասարդների և խոցելի խմբերի շրջանում:
5. Տեխնոլոգիական գործիքների օգտագործում՝ ապատեղեկատվության մոնիթորինգի և վերլուծության համար:

Ռազմավարությամբ ակնկալվող արդյունքներն են՝

1. Ապատեղեկատվության վտանգների վերաբերյալ բարձրացված իրազեկվածություն:
2. Հաստատված հստակ մեխանիզմներ պետական մարմինների, մասնավոր հատվածի և հասարակական կազմակերպությունների համագործակցության համար:
3. Մեդիագրագիտության բարձր մակարդակ՝ որպես կանխարգելման հիմնական միջոց:
4. Իրավական և քաղաքական ամրապնդում՝ թվային միջավայրում խոսքի ազատության և պատասխանատվության համաչափության ապահովմամբ:

¹² Ապատեղեկատվության դեմ պայքարի ազգային հայեցակարգը և դրանից բխող 2024-2026թթ. գործողությունների ծրագիրը, <https://www.arlis.am/hy/acts/187979>

3.2.2. ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԴԵՄ ՊԱՅՔԱՐԻ ՕՐԵՆՍԴՐԱԿԱՆ ԴԱՇՏ



Էթիկայի կանոններ և ինքնակարգավորման մեխանիզմներ - ՀՀ Ազգային ժողովը (ԱԺ) որոշ քայլեր է ձեռնարկել ապատեղեկատվության դեմ պայքարի օրենսդրական դաշտի զարգացման ուղղությամբ: 2020 թվականին սահմանվել են էթիկայի կանոններ և ինքնակարգավորման մեխանիզմներ այն հեռարձակող ընկերությունների համար¹³, որոնք մասնակցում են արտոնագրման մրցույթներին, սակայն դրանց գործնական կիրառելիության մակարդակը դեռևս մնում է անհստակ:



«Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենք - 2020 թվականին ընդունված «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը¹⁴ նախատեսում է հեռարձակող լրատվամիջոցների հաշվետվողականության և ֆինանսական թափանցիկության բարձրացում: Չնայած այս նախաձեռնություններին՝ հեռուստատեսության սեփականության կառուցվածքի վերաբերյալ հանրային տեղեկատվության հասանելիությունը շարունակում է մնալ սահմանափակ, իսկ կոնկրետ հեռարձակողների և քաղաքական դերակատարների միջև կապերը՝ մշուշոտ:

3.2.3. ԽՈՍՔԻ ԱԶԱՏՈՒԹՅՈՒՆ VS ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ



Հայաստանում վիրավորանքի և զրպարտության կարգավորման ոլորտում օրենսդրական պատասխանատվությունն էականորեն խստացվել է: 2021 թվականին ԱԺ-ը ընդունեց փոփոխություններ, որոնցով նախատեսվեց վիրավորանքի և զրպարտության համար փոխհատուցման առավելագույն շեմեր՝ համապատասխանաբար մինչև 3 և 6 միլիոն դրամ¹⁵: Այս փոփոխությունները քննադատության են արժանացել որպես հնարավոր սահմանափակում խոսքի ազատության նկատմամբ՝ բացասական ազդեցություն ունենալով լրագրողական գործունեության վրա:

¹³ Էթիկայի կանոնագրի դրույթների ապահովման ինքնակարգավորման միջոցների վերաբերյալ ուղեցույց (հանրային մուլտիպլեքսում սլոթի օգտագործման մրցույթին մասնակցող հեռարձակողների համար), <https://shorturl.at/XkHne>

¹⁴ «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը ընդունվել է 2020 թվականի հուլիսի 16-ին, <https://www.arlis.am/hy/acts/145079>

¹⁵ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքում փոփոխություններ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքը ընդունվել է 2021 թվականի մարտի 24-ին, <https://www.arlis.am/hy/acts/156779>

Հիմնական դիտարկումներ (Key Takeaways)

- Հայաստանում ապատեղեկատվության դեմ պայքարը դեռևս գտնվում է ձևավորման փուլում
- Իրավական և ռազմավարական մոտեցումները զարգանում են, բայց ունեն համակարգվածության խնդիր
- Խոսքի ազատության և հակազդման միջոցների միջև հավասարակշռությունը մնում է առանցքային մարտահրավեր

Այս ռազմավարական և իրավական մոտեցումները հատկապես կարևոր նշանակություն են ստանում ընտրական գործընթացների համատեքստում, որտեղ տեղեկատվական միջավայրը դառնում է առավել զգայուն և մանիպուլյատիվ ազդեցությունների ենթակա:

4. ՄԵԴԻԱՆ ԵՎ ԸՆՏՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԸ

Զանգվածային լրատվության միջոցներն (ԶԼՄ-ները) առանցքային են ժողովրդավարության համար. ազատ ու արդար ընտրություններն անհնար են առանց մեդիայի գործունեության:

Այս բաժնում կդիտարկվեն՝

- ❖ մեդիայի դերը ընտրական գործընթացներում,
- ❖ արտահայտվելու ազատության իրավական սահմանները,
- ❖ և մեդիագրագիտության նշանակությունը քննողների իրազեկված մասնակցության համար:

Ընտրությունները ոչ միայն քվեարկություն են, այլև մասնակցային գործընթաց, որտեղ քաղաքացիները ստանում են անհրաժեշտ տեղեկատվություն թեկնածուների ու ծրագրերի մասին՝ գիտակցված ընտրություն կատարելու համար: Բացի այդ, լրատվամիջոցները կատարում են վերահսկողի (watchdog) դեր՝ ապահովելով գործընթացի թափանցիկությունը: Առանց մեդիա ազատության ընտրությունները կորցնում են իրենց ժողովրդավարական էությունը:

Ընտրական գործընթացում
լրատվամիջոցների հիմնական
առաքելությունն է ընտրությունների
արդար, անկողմնակալ և
համապարփակ լուսաբանումը՝
հիմնված օբյեկտիվ տեղեկատվության
մատուցման սկզբունքների վրա:



Կարգավորող իրավական շրջանակները կարող են նպաստել այս բարձր
չափանիշների ու սկզբունքների ապահովմանը: Օրենքներն ու կանոնակարգերը պետք է
երաշխավորեն ժողովրդավարության համար հիմնարար ազատությունները, այդ թվում՝
տեղեկատվության և արտահայտվելու ազատությունը, ինչպես նաև մասնակցության
իրավունքը: Միևնույն ժամանակ, այնպիսի դրույթները, ինչպիսիք են հանրային
միջոցներից ֆինանսավորվող պետական լրատվամիջոցների պարտավորությունը՝
ապահովելու արդարացի լուսաբանում և հավասար հասանելիություն ընդդիմադիր
կուսակցությունների համար, օգնում են երաշխավորել ԶԼՄ-ների պատշաճ վարքագիծն
ընտրությունների ընթացքում:

Ավանդաբար լրատվամիջոցներ ասելով հասկացվել են տպագիր մամուլը, ինչպես
նաև ռադիո և հեռուստահեռարձակողները: Սակայն վերջին տարիներին այս
սահմանումն ընդլայնվել է՝ ներառելով նոր մեդիան, այդ թվում՝ առցանց լրագրությունը և
սոցիալական ցանցերը: Լայն թափ է ստանում նաև քաղաքացիական լրագրությունը,
հատկապես այն երկրներում, որտեղ ավանդական լրատվամիջոցները կա՛մ
վերահսկվում են, կա՛մ խստորեն կանոնակարգվում:

Արտահայտվելու ազատությունը ընտրական գործընթացներում

Ընտրությունների վերաբերյալ բազմակարծիք և հավաստի տեղեկատվության
հասանելիության հիմնարար նախապայմանը լրատվամիջոցների անկախության և
գործունեության անարգել միջավայրի ապահովումն է: Սա ենթադրում է պետության
կողմից արտահայտվելու ազատության և հարակից հիմնարար իրավունքների լիարժեք
երաշխավորում: Միաժամանակ, անհրաժեշտ է իշխանությունների կողմից բացարձակ
չեզոքության դրսևորումը լրատվական դաշտի նկատմամբ, ինչը հատկապես

առանցքային է հանրային ՁԼՄ-ների պարագայում՝ ընտրական գործընթացների անաչառ լուսաբանման երաշխավորման նպատակով:

Մարդու իրավունքների եվրոպական կոնվենցիայի (ՄԻԵԿ)¹⁶ 10-րդ հոդվածով երաշխավորված արտահայտվելու ազատությունը հանդիսանում է ժողովրդավարական հասարակարգի հիմնարար սյուներից մեկը: Այս իրավունքն առանցքային նշանակություն ունի լրատվամիջոցների, այդ թվում՝ առցանց հարթակների և



մեդիա ներկայացուցիչների համար, քանի որ ենթադրում է ընտրական գործընթացների վերաբերյալ տեղեկատվության անարգել, լայն և ոչ խտրական հասանելիություն: Իրավական չափանիշների համաձայն՝ պետական մարմինները չպետք է միջամտեն լրագրողական գործունեությանը, ներառյալ կոնֆիդենցիալ աղբյուրների օգտագործումը, և չպետք է պարտադրեն լրագրողների պարտադիր գրանցման կամ արտոնագրման ընթացակարգեր: Միաժամանակ, անհրաժեշտ է երաշխավորել ընտրողների՝ օբյեկտիվ լրատվություն ստանալու իրավունքը, իսկ իրավունքների խախտման պարագայում ապահովել ժամանակին և արդյունավետ պաշտպանության միջոցների հասանելիություն:

Արտահայտվելու ազատության իրավաչափ սահմանափակումները

Այնուամենայնիվ, արտահայտվելու ազատությունը բացարձակ իրավունք չէ և կարող է ենթարկվել որոշակի սահմանափակումների, եթե դրանք նախատեսված են օրենքով և անհրաժեշտ են ժողովրդավարական հասարակությունում պետական անվտանգության, տարածքային ամբողջականության, հասարակական կարգի պահպանման կամ այլոց իրավունքների ու հեղինակության պաշտպանության համար: ՁԼՄ-ները կրում են այլ անձանց իրավունքները հարգելու մասնագիտական

¹⁶ Մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների պաշտպանության մասին կոնվենցիան (ՄԻԵԿ) ստորագրվել է 1950թ. նոյեմբերի 4-ին Հռոմում՝ Եվրոպայի խորհրդի անդամ պետությունների կողմից: Հայաստանի Հանրապետությունն այն վավերացրել է 2002թ. մարտի 20-ին, և Կոնվենցիան ՀՀ-ի համար ուժի մեջ է մտել 2002թ. ապրիլի 26-ից: Կոնվենցիայի 19-րդ հոդվածի համաձայն՝ պայմանավորվող կողմերի ստանձնած պարտավորությունների կատարումն ապահովվելու նպատակով ստեղծվել է Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը (ՄԻԵԴ):

պարտականություն: Որոշ իրավական համակարգերում սա դրսևորվում է քվեարկության նախօրեին կամ ընթացքում հանրային կարծիքի հարցումների հրապարակման արգելքով, ինչը նպատակ ունի թույլ տալ ընտրողներին ձևավորել սեփական կարծիքը՝ զերծ մնալով անհարկի արտաքին ճնշումներից:

Օրինակ՝ որոշ երկրներում ընտրությունների նախօրեին արգելվում է հանրային կարծիքի հարցումների հրապարակումը՝ նպատակ ունենալով նվազեցնել ընտրողների վրա հնարավոր ազդեցությունը:

4.3. Ատելության խոսքի արգելքը և քննադատության հանդուրժողականությունը

Միջազգային իրավական նորմերը, մասնավորապես Քաղաքացիական և քաղաքական իրավունքների մասին միջազգային դաշնագիրը (ՔՔԻՄԴ, հոդված 20)¹⁷, պարտավորեցնում են արգելել ազգային, ռասայական կամ կրոնական ատելություն հրահրող որևէ լուսաբանում՝ նախատեսելով համապատասխան պատժամիջոցներ: Մյուս կողմից, ժողովրդավարական բազմակարծությունը ենթադրում է հանդուրժողականության բարձր աստիճան սադրիչ, վիրավորական կամ նույնիսկ ցնցող հայտարարությունների հանդեպ, հատկապես երբ դրանք ուղղված են պետական պաշտոնյաների կամ քաղաքական գործիչների դեմ:



Կարևոր է նկատել, որ զրպարտության վերաբերյալ օրենսդրությունը չպետք է գործիք դառնա իշխանությունների դեմ ուղղված քննադատությունը լռեցնելու համար: Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը իր նախադեպային իրավունքով և ՄԱԿ-ի Մարդու իրավունքների կոմիտեն շեշտում են, որ զրպարտության համար կիրառվող պատժամիջոցները

պետք է լինեն խստորեն համաչափ: Ազատագրվումը որևէ պարագայում չի համարվում

¹⁷ Քաղաքացիական և քաղաքական իրավունքների մասին միջազգային դաշնագիրն ընդունվել է 1966թ. դեկտեմբերի 16-ին: Հայաստանի Հանրապետությունն այն վավերացրել է 1993թ. հունիսի 23-ին: Դաշնագրի 28-րդ հոդվածի համաձայն ստեղծվել է Մարդու իրավունքների կոմիտե (Կոմիտե): 40-րդ հոդվածի համաձայն մասնակից պետությունները պարտավորվում են զեկույցներ ներկայացնել Կոմիտեին սույն Դաշնագրով ճանաչվող իրավունքների իրականացման ուղղությամբ իրենց ձեռնարկած միջոցների և այդ իրավունքների օգտագործման ասպարեզում ձեռք բերած առաջընթացի մասին, <https://www.arlis.am/hy/acts/18500>

անհրաժեշտ կամ իրավաչափ միջոց արտահայտվելու ազատության իրացման հետ կապված վեճերում:

Միաժամանակ, ատելության խոսքի սահմանափակումը չպետք է կիրառվի այնպես, որ խոչընդոտի իրավաչափ քննադատությանը կամ քաղաքական բանավեճին, ինչը ժողովրդավարության կարևոր բաղադրիչ է:

4.4. Մեդիագրագիտության դերը ընտրական գործընթացներում

Մեդիագրագիտությունը հանդիսանում է ընտրական գործընթացների որակի և հանրային տեղեկացված մասնակցության առանցքային նախապայման: Այն քաղաքացիներին հնարավորություն է տալիս հասկանալ, վերլուծել և քննադատաբար գնահատել մեդիա բովանդակությունը՝ միաժամանակ ձևավորելով պատասխանատու տեղեկատվական վարքագիծ:

Մեդիագրագիտության հիմնական բաղադրիչները կարելի է ներկայացնել երեք փոխկապակցված ուղղություններով.



ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՔՆՆԱԴԱՏԱԿԱՆ ԸՆԿԱԼՈՒՄ և ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

Սա ներառում է տեղեկատվության աղբյուրների նույնականացում, վստահելիության ստուգում, կողմնակալության (bias) և մանիպուլյացիայի ճանաչում, ինչպես նաև ենթատեքստի բացահայտում: Կարևոր է նաև մեդիայի ազդեցության գիտակցումը անհատական և հանրային ընկալումների ձևավորման վրա:



ՄԵԴԻԱՅԻ ԴԵՐԻ և ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ԸՄԲՈՒՆՈՒՄ

Այս ուղղությունը վերաբերում է մեդիայի որպես համակարգի գործառնություններին՝ ներառյալ տեղեկատվության տարածումը, հանրային օրակարգի ձևավորումը և արժեքային/մշակութային ազդեցությունը: Միաժամանակ ընդգծվում է մեդիա միջավայրի կառուցվածքային առանձնահատկությունների (օրինակ՝ կենտրոնացում, ալգորիթմներ) ազդեցությունը տեղեկատվական հավասարակշռության վրա:



ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ ՀՄՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Այս բաղադրիչը ներառում է մեդիա գործիքների արդյունավետ օգտագործումը, տեղեկատվության ստեղծման և տարածման հմտությունները, քաղաքացիական լրագրության մասնակցությունը, ինչպես նաև փաստերի ստուգման (fact-checking) հիմնական մոտեցումները:

Այս երեք ուղղությունների համադրությունը թույլ է տալիս քաղաքացիներին ոչ միայն տեղեկատվություն սպառել, այլև ակտիվ և քննադատաբար մասնակցել տեղեկատվական միջավայրի ձևավորմանը:

Քննարկման հարցեր



Ինչպե՞ս կարող է մեդիան ազդել ընտրությունների արդյունքների վրա:



Որտե՞ղ է անցնում սահմանը խոսքի ազատության և վնասակար բովանդակության միջև



Ի՞նչ գործնական մեթոդներով կարելի է բարձրացնել մեդիագրագիտությունը դպրոցներում կամ ՀԿ-ներում