



«ԱՂԲԵՉԱՆԻ ԿՈՂՄԻՑ ՀՀ ԵՎ ԱՐՑԱԽԻ ԴԵՄ ԿԻՐԱՌՎՈՂ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՊԱՅՔԱՐԻ ԳՈՐԾԻՔԱԿԱԶՄԸ»

Ծանոթացում`

Այս հետազոտությունն իրականացվել է Մանուկյան Սիմոն հետազոտությունների հիմնադրամի (MSRF) դրամաշնորհի աջակցությամբ: Հետազոտության մեջ արտահայտված կարծիքները պատկանում են միայն հեղինակին և պարտադիր չէ, որ արտացոլեն կողմերից որևէ մեկի պաշտոնական քաղաքականությունը կամ դիրքորոշումը:

Աշխատանքի հեղինակներ`

Վահրամ Տեր-Մաթևոսյան /հետազոտական թիմի ղեկավար/

Անժելա Էլիբեգովա

Ասբեղ Գոչիկյան

Վահան Մարտիրոսյան

Ռուզան Պլուզյան

Մերի Լաչինյան

Լուիզա Խաչատրյան



Հետազոտության նպատակը և խնդիրները

2020 թ. սեպտեմբերի 27-ին Արցախի դեմ Ադրբեջանի սանձազերծած պատերազմում տեղեկատվական գործոնին հատկացված էր առանձնահատուկ նշանակություն: Ռազմական գործողություններին զուգահեռ Ադրբեջանն իրականացնում էր բազմաշերտ ու համակարգված տեղեկատվական գործողություններ, որոնց թիրախում էին թե՛ ադրբեջանական հասարակությունը, թե՛ Արցախի ու Հայաստանի իշխանությունները և հասարակությունները, թե՛ միջազգային հանրությունը: Յուրաքանչյուր լսարանի համար մշակված ու փորձարկված քարոզչական թեզերը և դրանց ուղեկցող տեղեկատվական հոսքերը նպատակ ունեին պարարտ հող ստեղծել հանրային վարքագծի փոփոխության, պատերազմական գործողությունների վերաբերյալ Ադրբեջանի համար նպաստավոր ընկալումներ ձևավորելու, հայկական կողմի դիրքորոշումները, շահերը և քաղաքական պահանջները դեղեգիտիմացնելու համար:

Սույն հետազոտությունն ուսումնասիրում է ադրբեջանական տեղեկատվական պատերազմի զինանոցում առկա տարաբնույթ քաղաքական-քարոզչական թեզերը՝ հասկանալու համար, թե դրանք ինչպես են ազդել հայ հասարակության վրա:

Ծրագրի շրջանակներում քննարկվել են հետևյալ հետազոտական հարցերը՝

- Որո՞նք են ադրբեջանական կողմի հիմնական տեղեկատվական-քարոզչական թեզերը և դրանց համակարգման ու տեսակավորման ինչպիսի՞ մոդելներ կարելի է մշակել:
- 2020 թ. սեպտեմբեր – 2021 թ. հունիս ժամանակահատվածում ի՞նչ տեղեկատվական գործողություններ են կիրառվել Ադրբեջանի կողմից վարվող տեղեկատվական պայքարի շրջանակում ընդդեմ Հայաստանի և Արցախի:
- Տեղեկատվական-քարոզչական ո՞ր թեզերն են առավել ներգործուն եղել հայ ազգաբնակչության համար:
- Արհեստական բանականության գործիքակազմի ներգրավումն ինչպե՞ս կարող է նպաստել ադրբեջանական քարոզչական թեզերի ուսումնասիրությանը:
- Տեղեկատվության անվտանգության տեսանկյունից ինչպիսի՞ քայլեր կարելի է ձեռնարկել ադրբեջանական քարոզչամեթոդային հակազդելու համար:

Վերջին տարիների ընթացքում համակարգված կերպով չի հետազոտվել Հայաստանի դեմ իրականացված ադրբեջանական տեղեկատվական գործողությունները, դրանց զարգացման ընթացքը և հետևանքները, փորձ չի արվել գնահատել քարոզչական թեզերի բովանդակային և կառուցվածքային փոփոխությունները: Հետազոտության խնդիրն է լրացնել սույն բացը՝ հիմք ընդունելով 2020 թ. աշնանային պատերազմից հետո ձևավորված իրողությունները:

ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ

Հետազոտությունը բաղկացած է չորս մասից: Հետազոտության առաջին հատվածում ներկայացված է Ադրբեջանի իշխանությունների հիմնական քարոզչական թեզերը ու դրանց դասակարգումը: Եզակի մեթոդաբանության կիրառմամբ՝ հետազոտական թիմը ստեղծել է ադրբեջանական տեղեկատվական թեզերի այնպիսի համակարգ, որը բացահայտում է դրանց ներքին կապը, բնույթը և ձևը: Հենվելով նախորդ հետազոտությունների վրա՝ սույն հետազոտությունը միանգամայն այլ նպատակ է հետապնդում. գույքագրել Ադրբեջանի քարոզչական թեզերը և գնահատել Հայաստանում դրանց ներազդման աստիճանը:

Վեցշաբաթյա պատերազմի ընթացքում և բուն ռազմական գործողություններին հաջորդած ժամանակամիջոցում հակառակորդի կողմից վարվող տեղեկատվական պատերազմում օգտագործված հիմնական քարոզչական թեզերն ու արդիական թեմաները բացահայտելու նպատակադրությամբ հետազոտության առաջին հատվածում ամփոփվել են 2020 թ. սեպտեմբերի 27-ից մինչև 2021 թ. հուլիսի 1-ն ընկած ժամանակատվածի Ադրբեջանի տեղեկատվական դաշտի ուսումնասիրության արդյունքները: Ադրբեջանական տեղեկատվական աղբյուրների մշտադիտարկումը ներառում է՝

- Պետական գերատեսչությունների պաշտոնական կայքեր (Ադրբեջանի նախագահ, Արտաքին գործերի նախարարություն, Պաշտպանության նախարարություն, խորհրդարան և այլն);
- Մեդիա հարթակներ (trend.az, apa.az, lnews.az, haqqin.az, minval.az, report.az, [vesti .az](http://vesti.az), vzglyad.az, oxu.az, sputnik.az, contact.az, meydan.tv և այլն);
- Սոցիալական մեդիա տիրույթներ (պաշտոնյաներ, փորձագետներ, հասարակական կարծիքի առաջնորդներ, շուր թիզնեսի ու մշակույթի ներկայացուցիչներ, լոբբիստներ և այլն):



Ուսումնասիրության երկրորդ փուլում վեր են հանվել հիմնական թեզերն ու խմբավորվել, ինչի արդյունքում իրականացվել է կառուցվածքային վերլուծություն, ինչպես նաև թեմատիկ ու սխեմատիկ բաշխում: Առանձնացվել են մեզաթեզեր, մշտական ու վերափոխված թեզեր և ենթաթեզեր: 16 մեզաթեզերը դասակարգվել են որպես համակարգաստեղծ ու քաղաքականություն ձևավորող քարոզչական թեզեր: Թեզերը սերում են մեզաթեզերից և ձևավորում քաղաքականության իրականացման մեթոդները:

Օգտագործելով նորարարական գործիքակազմ՝ հետազոտության արհեստական բանականության հատվածում կատարվել են մոդելավորումներ ու դասակարգումներ, վեր հանվել օրինաչափություններ ու շեղումներ: Ներկայացված են մեքենայացված ուսուցման կիրառմամբ իրականացված www.president.az կայքի 17.000 հոդվածի բովանդակային ուսումնասիրություն: Ուսումնասիրվել են նաև հայկական մեդիադաշտը և վեր հանվել այն ուղիները, որոնց միջոցով ադրբեջանական թեզերը ներթափանցում են հայկական մեդիատիրույթ: Չեկույցի այս հատվածում ներկայացվում է նաև թիրախային թեմաների առկայությունը հայկական ՉԼՄ-ների կողմից համացանցում հրատարակված հոդվածներում: Վերլուծության համար հավաքվել է 1,010,322 հոդված 16 լրատվամիջոցից: Դիտումների վարկանիշ տվյալը որոշվել է similarweb հարթակի միջոցով: Յուրաքանչյուր լրատվամիջոցի ընտրությունը հիմնված է կայքի դիտողների քանակից և կայքից տվյալներ ներբեռնելու տեխնիկական հնարավորություններից: Վերլուծության համար հավաքագրվել են 2012 թ.-ի հունվարից մինչև 2021 թ.-ի հունիս ամսվա ընթացքում տպագրված բոլոր հոդվածները: 1,010,322 հոդվածից հավաքագրվել է 13,931,685 նախադասություն:

Հետազոտության չորրորդ հատվածը նվիրված է սույն հետազոտության շրջանակում իրականացված հանրային կարծիքի հարցումներին և դրանց արդյունքների վերլուծությանը: Հետազոտական թիմի պատվերով դաշտային աշխատանքներն իրականացրել է հանրային կարծիքի ուսումնասիրության ոլորտում մասնագիտացած «Breavis» ընկերությունը 2022 թ. հունիսի 1-ից 10-ը: Հարցումն իրականացվել է Երևանի և մարզերի 1108 քաղաքացու շրջանում՝ կիրառելով պատահական ընտրանք և հեռախոսային հարցումների CATI մեթոդը: Հանրային կարծիքի ուսումնասիրության հարցաթերթում ներառված բոլորը դատողությունները պատկանում են Ադրբեջանի նախագահին կամ ադրբեջանական պետական քարոզամեքենայի մաս կազմող մյուս հարթակներին: Սույն հանրային կարծիքի ուսումնասիրության նպատակն էր պարզել, թե այդ դատողությունները, քարոզչական թեզերը, պնդումները, հակագիտական ու ակնհայտ կեղծարարությունները ինչպե՞ս են ընկալվում և ինչպիսի՞ վերաբերմունք են ձևավորել Հայաստանի Հանրապետության չափահաս հարցվողների մոտ:

Հետազոտության ամփոփիչ հատվածում ներկայացված են հետազոտության հիմնական եզրակացությունները և այն գործնական առաջարկությունները, որոնք հետազոտական թիմը խորհուրդ է տալիս ՀՀ պետական գերատեսչություններին կիրառել:

Հետազոտության վերջնական տարբերակը 2022 թ. հուլիսին ուղարկվել է ՀՀ կառավարության աշխատակազմին և ՀՀ արտաքին գործերի նախարարությանը: