

**ՏԵՂԵԿՈՒԹԱՀՈԳԵՔԱՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐՆ
ԱՆՁԻ ԱՐԺԵՔՆԵՐԻ ՓՈԽԱԿԵՐՊՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ¹**

Նանե ԶԵՅՆԱԼՅԱՆ

ՀՀ ՊԿԱ Կառավարման հոգեբանության ամբիոնի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. գործոնների կառավարում, անձի արժեքներ, հոգեբանական
պատերազմ, տեղեկույթ

Վերջին տասնամյակներին առավել ակտիվ է քննարկվում համացանցի ազդեցությունը պատերազմական գործողությունների պլանավորման և ընթացքի վրա, ինչն էլ իր հերթին մեծ ազդեցություն է գործում արժեքների ձևավորման վրա: Հոգեբանական պատերազմ վարելու վերջին զանգվածային դեպքերից ուսումնասիրել ենք 2016թ. ապրիլյան քառօրյա պատերազմի² ընթացքում ՋԼՄ-ներում ներկայացվող տեղեկույթի առանձնահատկությունները: Հաշվի առնելով Արցախյան հակամարտության հանգուցալուծման տևական բնույթը և տեղեկատվական պատերազմի դաշտ տեղափոխվելու իրողությունը, առավել արդիական է դառնում ղարաբաղյան հակամարտության շուրջ տեղեկատվական պայքարի գիտական ուսումնասիրության խնդիրը: Անհրաժեշտություն է առաջանում պարզելու՝ ինչ ազդեցություն է ունենում տեղեկութահոգեբանական գործոնն անձի արժեքների փոխակերպման գործում:

Անդրադառնալով արժեքների ձևավորմանը նպաստող գործոններին՝ հարկ է նշել, որ ըստ նյարդալեզվաբանական ծրագրավորման ոլորտի մասնագետ Ռ. Դիլթսի՝ համոզմունքների կամ համոզմունքների համակարգերի նպատակն է խորքային արժեքները կապել մեր փորձի և «աշխարհի քարտեզի» այլ ոլորտների հետ [2]: Հեղինակի առաջարկած «տրամաբանական մակարդակների մոդելը» ներկայացնում է առանձին մարդու կամ խմբի շրջանակներում գոյություն ունեցող մակարդակների բնական հիերարխիա, որի յուրաքանչյուր մակարդակ սինթեզում, կազմակերպում, ուղղորդում է

¹ Հոդվածը ստացվել է 15.05.2019թ., ընդունվել է տպագրության 27.05.2019թ.

² Ապրիլյան քառօրյա պատերազմ - 2016 թվականի ապրիլի 2-5-ը ղարաբաղա-ադրբեջանական շփման գծում տեղի ունեցած ռազմական գործողություններ, որոնք պայմանականորեն ստացան «Ապրիլյան պատերազմ» անվանումը:

գործունեության այս կամ այն տեսակը՝ ստորև ընկած մակարդակում: Վերին մակարդակում տեղի ունեցած որևէ փոփոխություն տարածվում է ներքև՝ փոփոխություններ առաջացնելով ստորին մակարդակներում: Սակայն քանի որ յուրաքանչյուր հաջորդ մակարդակ վերաբերում է գործընթացների այլ տրամաբանական տիպի, ստորին մակարդակներում տեղի ունեցող փոփոխությունները կարող են չանդրադառնալ վերին մակարդակների վրա [2]:

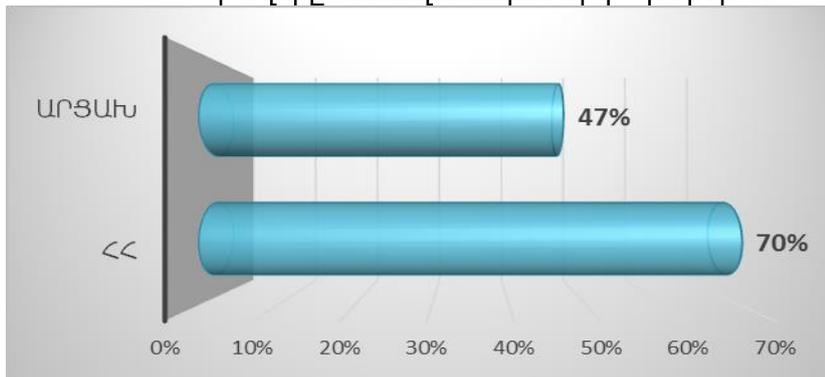
Այսպիսով, արժեքների ձևավորման հարցում ազդեցություն են ունենում այն մակարդակները, որոնք բուրգում արժեքների մակարդակից ավելի վեր են (նույնականացում, առաքելություն): Հիմք ընդունելով «տրամաբանական մակարդակների» հայեցակարգի էությունը՝ կարող ենք փաստել, որ նույնականացման գործոնները (ինչպես օրինակ՝ «ես հայ եմ»), ձևավորում են համոզմունքներ և արժեքներ՝ անձի ինքնագիտակցության միջոցով և սահմանում են ընդհանուր նպատակը (առաքելությունը):

Նույնականացման գիտակցման ձևավորմանը նպաստող հարցերի պատասխաններն անձը հաճախ կարող է ստանալ ԶԼՄ-ների օգնությամբ, որոնք ոչ միայն տեղեկույթ են տրամադրում, այլև դիրքորոշում են ձևավորում տրամադրված տեղեկույթի նկատմամբ: Ինչպես գրում է քաղաքական գիտությունների դոկտոր Ա. Վ. Աթանեսյանը, բացի լուսաբանելուց, տեղեկատվական միջոցները հանգեցնում են մտածելակերպի և ընկալման միօրինակության. մարդիկ տեսնում, լսում, կարդում են նույն նյութը, ինչը մեծացնում է նրանց միանման մտածելակերպի և աշխարհը միանման ընկալելու հավանականությունը [1]:

Մեր կողմից իրականացվել է հետազոտություն երկու անկախ խմբերի շրջանում: Հիմք ընդունելով շփման գոտուց հեռավորությունը՝ հետազոտությունն իրականացվել է ՀՀ ոչ սահմանամերձ շրջանների և Արցախի բնակիչների շրջանում: Առանձնացված խմբերում պարզել ենք համացանցից օգտվելու ակտիվության ցուցանիշը: Հետազոտության ընտրանքում ներառվել են 18-25 տարեկան երիտասարդներ: Տարիքային այս խմբի ընտրությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ հասարակության զարգացման հեռանկարներում հատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում երիտասարդների, մասնավորապես՝ ուսանողների աշխարհընկալումը: Բնակչության այս շերտը առավել արագ և ակտիվ կերպով է արձագանքում հա-

սարակական կյանքում տեղի ունեցող փոփոխություններին: Ավելին, երիտասարդների զարգացման հետ սերտորեն առնչվում են հասարակության զարգացման հեռանկարները: Հարցման արդյունքում համացանցից օգտվելու ակտիվության առավել բարձր ցուցանիշ բացահայտվել է շփման գոտուց հեռու բնակվող անձանց խմբում: Համացանցային ակտիվության ընդհանուր միավորը կազմված է մի քանի գործոնների ցուցանիշներից՝ անդամակցություն, մասնակցություն, ազդեցիկություն: Անդամակցության ցուցանիշը ենթադրում է, որ անձը համացանցի ակտիվ օգտատեր է: Մասնակցության ցուցանիշը արտացոլում է ընկերների հետ շփումները սոցիալական ցանցերում, լրատվությանը հետևելը, ազդեցիկությունը՝ հրապարակումներ կատարելը, սոցիալական ցանցերի էջերում սեփական տեսակետն արտահայտելը:

Գծապատկեր 1. Համացանցից օգտվելու ակտիվության ընդհանուր միավորը հետազոտական երկու խմբերում



Հիմք ընդունելով տեղեկույթի ընկալման տարբերությունները՝ այս խմբերի առանձնացումը հնարավորություն է ընձեռել ուսումնասիրել << և Արցախում բնակվող անձանց արժեհամակարգի առանձնահատկությունները համեմատական վերլուծություն կատարելու միջոցով:

Զուգահեռաբար մեր կողմից իրականացվել է բովանդակային վերլուծության ենթարկված հոդվածների³ սենտիմենտային վերլուծություն՝ հիմնըվելով բառերի կոնոտացիայի վրա: Կոնոտացիա ասելով նկատի ունենք

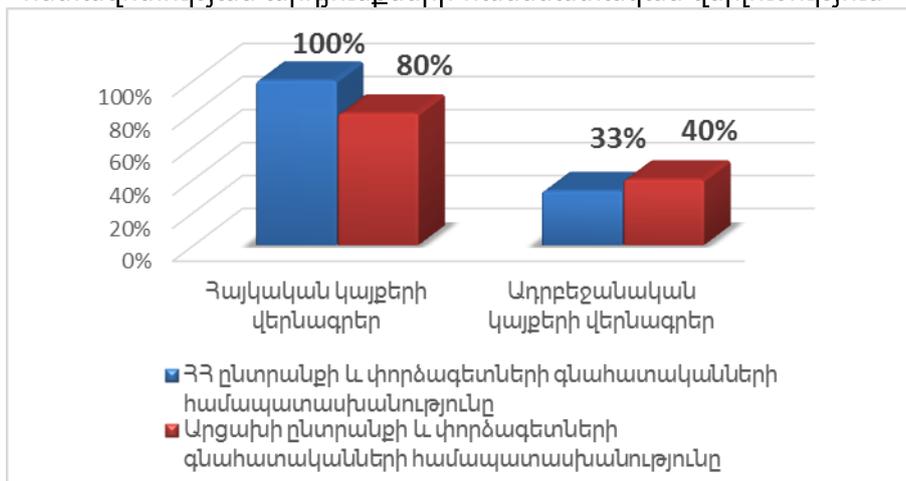
³ Բովանդակային վերլուծության ժամանակահատվածն ընդգրկում է 2016 թ. մարտի 15-ից մինչև ապրիլի 15-ն ընկած ժամանակահատվածում հայկական և ադրբեջանական լրատվական կայքերում հրապարակված 877 հոդված:

այն զգացողությունները, հուզական զուգորդությունները, որը բառն առաջացնում է անձի մեջ (դրական, չեզոք և բացասական) [5]:

Սենտիմենտային վերլուծության արդյունքները ցույց են տալիս, որ թե հայկական, թե՛ ադրբեջանական կայքերում համամասնությունը նույնն է. գերակշռում են բացասական երանգավորում ունեցող հոդվածները: Փորձագիտական հարցման մեթոդի միջոցով պարզել ենք նախանշված վերնագրերի սենտիմենտը (դրական, բացասական, չեզոք): Այնուհետև հարցման մեթոդի միջոցով պարզել ենք՝ ինչ ընկալում է առաջացնում տվյալ վերնագիրը հետազոտության մասնակիցների շրջանում: Գծապատկեր 2-ում ներկայացված է փորձագետների կողմից առանձնացված սենտիմենտների և հետազոտության մասնակիցների տված գնահատականների համեմատությունը: Ուշագրավ է, որ հայկական կայքերի վերնագրերի դեպքում հետազոտության մասնակիցները ճշգրտորեն որոշում են տրվող հաղորդագրության հուզականությունը (<< ընտրանքի դեպքում 100% ճշգրտությամբ, Արցախի ընտրանքի դեպքում՝ 80%): Ի տարբերություն վերը նշվածի՝ ադրբեջանական կայքերի վերնագրերի պարագայում հետազոտության մասնակիցները սենտիմենտը որոշել են 33% և 40% ճշգրտությամբ: Ստացված արդյունքները փաստում են, որ հայկական մամուլը լրատվություն տրամադրելիս հաշվի է առնում լսարանի առանձնահատկությունները և հաղորդագրությունը կառուցում է այնպես, որ վերջինս փոխանցելով ցանկալի տեղեկույթը՝ առաջացնի համապատասխան հույզեր: Հարկ է նշել, որ ըստ Ռ. Պլուտչիկի՝ հույզերը մարդու մեջ առաջացնում են կյանքի պահպանման համար ֆունկցիոնալ նշանակություն ունեցող ակտիվություն: Օրինակ՝ վախը պաշտպանական հուզական հակազդում է, որն անհատին հեռու է պահում վտանգից: Ընդ որում, եթե առաջնորդվենք Պլուտչիկի առաջարկած հույզերի տարածական սխեմայով, ապա տազնապը, վախը, սարսափը միևնույն հույզի ուժգնության տարբեր աստիճաններ են: Սարսափած մարդն առավել իմպուլսիվ գործողությունների է դիմում, քան նա, ով տազնապի զգացում ունի: Օրինակ, եթե որևէ տիպի իրադրություն կանխատեսող անձն ավելի զգոն է դառնում, ապա սարսափած մարդը կարող է ակտիվ գործողությունների դիմել, երբեմն նաև կորցնել ինքնատիրապետումը [4]: Նույնը չենք կարող ասել ադրբեջանական մամուլի մասին, հատկապես եթե հաշվի առնենք այն հանգամանքը, որ ադրբեջանական կայքերի ընտրության համար

հիմք է հանդիսացել կայքի այցելությունների բարձր ցուցանիշը Հայաստանից: Մյուս կողմից պետք է փաստենք, որ հետազոտության մասնակիցները ադրբեջանական կայքերում հրապարակված բացասական վերնագրերն ընկալում են որպես չեզոք: Մինչդեռ հայկական մամուլում տեղ գտած նույնիսկ բացասական կամ չեզոք վերնագրերը Ստեփանակերտի հետազոտական խումբը ընկալում է որպես դրական: Երբ անձը որևէ օբյեկտի նկատմամբ ունի դրական զգացմունք, դրա նկատմամբ համակրանք է զգում, իսկ բացասական զգացմունքների դեպքում՝ հակակրանք: Այս պարագայում կարող ենք ենթադրել, որ գործում է վերոնշյալ մեխանիզմը, այսինքն՝ քանի որ հայերիտասարդների մտապատկերում հիմնավորապես ամրապնդված է թշնամու կերպարը, ուստի ադրբեջանական մամուլի կողմից ներկայացվող տեղեկույթը հակակրանք է առաջացնում:

Գծապատկեր 2. Փորձագիտական գնահատականների և հետազոտության արդյունքների համեմատական վերլուծություն



Անցանկալի տեղեկույթը կարող է անտեսվել, չընկալվել և կամ մեկնաբանվել անձի համար ցանկալի կերպով: Այս դեպքում գործ ունենք իմացական գործընթացներով պայմանավորված պաշտպանական մեխանիզմների հետ (զգայություն, ուշադրություն և ընկալում): Ընկալումն է պատասխանատու այն պաշտպանական մեխանիզմի համար, որը կապված է տեղեկույթը չհասկանալու հետ: Այդպիսի պաշտպանական մեխանիզմներից է ժխտումը: Որպես կանոն, այս պաշտպանական մեխանիզմը հաճախ դրսևվորելիս անձին բնորոշ է հուզական հասունության ցածր մակարդակը:

Հոգեբանական գիտության բնագավառում ինքնահաստատվելուն միտված պաշտպանական մեխանիզմներից է համարվում ուրիշին ճնշելը, անտեսելը, նրա թերությունները գտնելը և դրանց հաշվին ինքնահաստատվելը, ինչպես նաև սեփական «Ես»-ի արժեքը բարձրացնելու համար դրանք ընդգծելը: Այսպիսով, օբյեկտի արժեգրկումը հետապնդում է մեկ նպատակ՝ վիրավորել հակառակորդի արժանապատվությունը, դրանով իսկ պահպանելով սեփական ինքնագնահատականը [3]:

Այս առումով կարևորվում է կանխարգելիչ միջոցառումների իրականացման դերը: Մեղիա գրագիտության կարևորության մասին տեղեկացվածության մակարդակը հասարակության շրջանում բարձրացնելը կարող է նրա պատել անցանկալի ազդեցություններից խուսափելուն: ԶԼՄ-ներում ներկայացվող տեղեկույթի արդյունավետության կառավարման տեսանկյունից հատկապես կարևորվում է ԶԼՄ-ներում կիրառվող ռազմավարությունների ուսումնասիրությունը, ինչը հնարավորություն կտա մշակել տեղեկույթի քնննադատական ընկալման և վերլուծական մոտեցման ձևավորմանն ու զարգացմանն ուղղված մեթոդներ, ինչպես նաև ապատեղեկատվության ու կեղծիքի հետ աշխատանքի մեթոդներ:

Ամփոփելով իրականացված հետազոտության արդյունքները, կարող ենք փաստել, որ հոգեբանական պատերազմի համատեքստում գոյություն ունեն ընկալման տարբերություններ՝ կախված տեղեկույթի աղբյուրից, սակայն դրանք չեն կրում միայն բացասական բնույթ, այլ գործի են դնում պաշտպանական մեխանիզմներ, որոնք առաջացնում են ընկալման պատենե՝ անտարբերություն առաջ բերելով կարդացվող նյութի հանդեպ: Նշվածը պետք է հաշվի առնել ԶԼՄ-ներում ներկայացվող տեղեկույթի արդյունավետության կանխատեսման և կառավարելիության ապահովման նպատակով:

Օգտագործված գրականություն

1. Атанесян А. В. Актуальные проблемы современных политических и конфликтных коммуникаций. - Ер.: Издательство ЕГУ, 2008, 302 стр.
2. Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. СПб.: Питер, 2018. 384 с.: ил. (Серия «Психология. The Best»).
3. Ильин Е. П. «Психология зависти, враждебности, тщеславия»: Питер; Санкт-Петербург; 2014
4. Plutchik R. The Emotions: Facts, Theories and a new model. New York, 1962, p. 204.
5. Joseph on Ockham on Connotation, <http://www.logicmuseum.com/connotation/josephconnote.htm>

Նանե ԶԵՅՆԱԼՅԱՆ

Տեղեկութահոգեբանական գործոնի կառավարման խնդիրներն անձի արժեքների փոխակերպման գործում

Բանալի բառեր. անձի արժեքներ, հոգեբանական պատերազմ, տեղեկոյթ

Հոդվածում ներկայացված է տեղեկոյթի ընկալման առանձնահատկությունների դերը անձի արժեքների փոխակերպման հարցում: Համացանցից օգտվելու ակտիվության ցուցանիշի բացահայտումը հետազոտական խմբերի շրջանում հնարավորություն է տալիս ուսումնասիրել տեղեկոյթի ընկալման առանձնահատկությունները, ինչի արդյունքում հնարավոր կլինի իրականացնել արժեքների միջև համեմատական վերլուծություն և ձևավորել տեղեկոյթի կառավարման մոդելներ: Հետազոտության արդյունքում բացահայտվել է, որ կախված տեղեկոյթի աղբյուրից՝ առկա են ընկալման տարբերություններ:

Nane ZEYNALYAN

The Issue of Managing Information and Psychological Factor in the Transformation of Personal Values

Key words: personal values, psychological warfare, information

The article presents role of the peculiarities of information perception in the transformation of personal values. Results of the analysis of Internet access activity index in research groups enables to explore the peculiarities of the perception of the information. Research data allows to conduct comparative analysis of values and develop information management models. As a result of the study, it has been revealed that there are differences in perception depending on the source of the information. It also addresses the functioning of the defense mechanisms of the person, which should be taken into consideration when developing information management efficiency.

Нане ЗЕЙНАЛЯН

Проблема управления информационно-психологическим фактором в трансформации личностных ценностей

Ключевые слова: ценности личности, психологическая война, информация.

В статье представлена роль особенностей восприятия информации при трансформации ценностей личности. Результаты анализа индекса активности доступа в Интернет в исследовательских группах позволяют исследовать особенности восприятия информации. Результаты исследований позволят проводить сравнительный анализ между ценностями и разработать модели управления информацией. В результате исследования было выявлено, что существуют различия в восприятии в зависимости от источника информации. Обсуждаются защитные механизмы личности с воздействием информации, что необходимо учитывать при разработке механизмов повышения эффективности управления информацией.