

ՀԱՄԱՑԱՆՑԸ ՈՐՊԵՍ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄԻ ԹԱՏԵՐԱԲԵՄ

Հոգվածը վերաբերում է հոգեբանական պատերազմի նորագույն մեթոդներին, որն իր մեջ ներառում է նաև տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ազդեցության ուսումնասիրումը: Խոսվում է հասարակությանն անծանոթ չորրորդ սերնդի պատերազմի գաղափարի մասին, որի կործանիչ բնույթը հանդիսանում է ոչ թե մշտական բանակը կամ նորագույն սպառազինությունը, այլ լուրերի թողարկումը կամ հանրաձանաչ սոցիալական ցանցերից մեկում տարածված ապատեղեկատվությունը:

Հանգուցային բառեր և արտահայտություններ՝ հոգեբանական պատերազմ, տեղեկատվական պատերազմ, հատուկ տեղեկատվական օպերացիաներ, քարոզչական կոմպանիաներ:

Գերտերությունների կողմից համացանցի օգտագործումը «ոչ ձեռնառու» կառավարություններին գահընկեց անելու համար այսօր իրականացվում է մեծ թափով: Արդեն ստեղծվել է մի մեծ «արտադրություն»՝ ապատեղեկատվության տարածման և հասարակական կարծիքը մանիպուլյացիայի ենթարկելու համար: Որոշ պետությունների պատվերով ստեղծված իրական և վիրտուալ ակտիվիստները փորձում են հասարակական գիտակցության մեջ ստեղծել վստահություն դեպի ժողովրդական դժգոհությունների «ալիքը», իսկ իրականացվող հոգեբանական պատերազմի օպերացիաները ներկայացվում են որպես «հասարակական կարծիքի ազատ արտահայտում»: «Արաբական գարնան», «վարդերի հեղափոխության» կամ Ուկրաինայի վերջին դեպքերը վառ օրինակ են, երբ պետության անկայուն

սոցիալ-քաղաքական և ընդհանուր տնտեսական վիճակը ակտիվ ձևով օգտագործվում է այս կամ այն պետությունում ռադիկալ փոփոխություններ իրականացնելու համար:

Ներկայումս հոգեբանական պատերազմի մեթոդներն օգտագործում են բոլոր երկրները, քաղաքական կուսակցությունները, տարբեր հասարակական և ծայրահեղական կազմակերպությունները: Այսօր Արևմուտքում հատուկ հոգեբանական հետազոտությունների վրա ծախսվում են առավել մեծ գումարներ, քան հրթիռային ծրագրերի վրա: Մարդու հոգեկանի վրա ներազդելու միջոցների հետազոտությունները լայն թափով տարվում են ԱՄՆ-ում, Գերմանիայում, Ֆրանսիայում, Իտալիայում, Ճապոնիայում, Չինաստանում, Իսրայելում և այլն: Կենսափորձի, գիտելիքի և մասնագիտական գիտելիքների կուտակման հետ միասին մարդու ներշնչման ընկալունակության աստիճանն իջնում է, սակայն հասուն տարիքում մարդիկ այս կամ այն չափով հակված են ներշնչման [1, էջ 11]:

Արևելյան շատ մասնագետների, այդ թվում՝ նաև ռազմական վերլուծաբանների մոտ առկա է այն կարծիքը, որ վերոհիշյալ ոլորտում հաջողություններ գրանցած երկրները ապագայում կստանան այնպիսի առավելություն իրենց հակառակորդների նկատմամբ, որը կարող է համեմատվել միայն ատոմային զենքի մենաշնորհ ունեցող երկրների հետ:

Նշենք, որ շատ հաճախ միախառնվում և առանց տարբերակման է օգտագործվում «հոգեբանական պատերազմ», «տեղեկատվական պատերազմ», «հատուկ տեղեկատվական օպերացիաներ» և «քարոզչական կոմպանիաներ» գա-

ղափարները: ԱՄՆ մասնագետների կողմից պաշտոնական փաստաթղթերում օգտագործվող հոգեբանական պատերազմի սահմանումը հնչում է հետևյալ կերպ. «Հոգեբանական պատերազմն իր մեջ ներառում է միջոցառում, որի միջոցով փոխանցվում են գաղափարներ և տեղեկատվություն հակառակորդի գիտակցության, զգացմունքների և գործողությունների վրա ազդելու նպատակով»: [7]

Դրա հետ մեկտեղ «Հոգեբանական պատերազմներ» եզրույթը, բացի բուն ռազմական ոլորտի գործունեությունից, կիրառվում է նաև՝

1. առանձին անձանց, խմբավորումների, կուսակցությունների, շարժումների քաղաքական գործունեության.
2. տարբեր ընտրությունների մասնակցող թեկնածուների ընտրական, քաղաքական գործունեության.
3. կոմերցիոն կազմակերպությունների գովազդային գործունեության.
4. գիտական, արտադրական և այլ ոլորտների ներկայացուցիչների (կամ փոքր խմբերի) միջև առկա լիդերության համար մղվող մրցակցության.
5. իրար հետ հակամարտող էթնոսների քաղաքական, տնտեսական կամ մշակութային հակասությունների.
6. մրցակցող կազմակերպությունների միջև բանակցությունների գործընթացի ժամանակ: [1, էջ 4-5]

Հոգեբանական պատերազմի շրջանակներում ընդհանուր առմամբ կարելի է առանձնացնել հետևյալ ուղղությունները՝

1. առաջադրված խնդիրների շահերից ելնելով՝ սեփական կողմի բարոյական և հոգեբանական ուժերի մոբիլիզացիա և օպտիմալացում.
2. հակառակորդի քայքայիչ հոգեբանական ազդեցությունից սեփական կողմի պաշտպանություն (հոգեբանական հակազդում, պաշտպանություն, հակաքարոզչություն).
3. հոգեբանական ազդեցություն հակառակորդի վրա՝ նրա մոտ ապա-

կողմնորոշում, բարոյալքում և անկազմակերպություն առաջացնելու համար.

4. ընկերական և չեզոք լսարանների վարքի, հայացքների, տրամադրությունների վրա ազդեցություն՝ սեփական նպատակներին հասնելու համար:

Ժամանակակից պատերազմները գնալով դառնում են ավելի հոգեբանական, որը հիշեցնում է լայնածավալ PR միջոցառումներ, մասնավորապես՝ ռազմական գործողություններն աստիճանաբար մղվում են երկրորդ պլան և ունենում են սահմանափակ դերակատարում ամբողջ պատերազմի ընթացքում: Հոգեբանական պատերազմների մեթոդներն ընդունակ են հակառակորդին հասցնելու ոչ պակաս վնաս, քան զինված հարձակման միջոցները, իսկ հոգեբանական ազդեցության մեթոդների հիման վրա կառուցված տեղեկատվական զենքը ընդունակ է զգալի չափով խոցելու և ներթափանցելու:

Վերջին ժամանակներում մի շարք երկրների, այդ թվում՝ նաև ՀՀ զինված ուժերը ստիպված են լուծել իրենց համար անծանոթ խնդիրներ: Մասնավորապես՝ որպես ահաբեկչությանը հակազդելու սուբյեկտ զինված ուժերը մասնակցում են երկրի ներսում և դրսում անցկացվող հակաահաբեկչական գործողություններին: Անհրաժեշտ ուժերի և միջոցների ստեղծմանը զուգահեռ հակաահաբեկչական գործողությունները ենթադրում են ուղիների վերահսկողություն և օգտագործվող կապի՝ ցանցերի և միջոցների սահմանափակում:

Այսօր հասարակության լայն շերտերի մոտ շրջանառվում է «4-րդ սերնդի պատերազմ» գաղափարը. սա մեզ ծանոթ զինված ռազմական գործողություն չէ: Այս պատերազմի թատերաբեմում գործողությունները չեն ծավալվում ռազմական օբյեկտների և կանոնավոր բանակների ոչնչացման շուրջ: Նա իր մեջ ներառում է այնպիսի գործողություն-

ներ, երբ լուրերի թողարկումը դառնում է առավել մահաբեր գենք, քան տանկային դիվիզիան կամ ռմբակոծիչների խումբը: Փորձագետներն արդեն երկար ժամանակ է՝ նշում են, որ ապագայում խաղաղության և պատերազմի միջև տարբերությունն այնքան է աղավաղված լինելու, որ դադարելու է գոյություն ունենալ ձակատի, թիկունքի կամ գործողությունների ծավալման թատերաբեմի սահմանումները:

Երրորդ համաշխարհային պատերազմ. գրեթե բոլորս գեթ մեկ անգամ խորհել, խոսել կամ բանավիճել ենք այս թեմայի շուրջ: Սա հենց «4-րդ սերնդի պատերազմ»-ի գաղափարն է, սակայն ոչ պատերազմի ուղիղ իմաստով, որը մեզ հայտնի է պատմության դասագրքերից կամ մասնակիցների պատմածներից: Նոր պատերազմը հիմնված է հակառակորդի վրա ԶԼՄ-ի և տեղեկատվական ցանցերի միջոցով հոգեբանական ազդեցության վրա: Այսօր մենք աշխարհում ականատես ենք լինում հենց այդպիսի պատերազմի: Չորրորդ սերնդի պատերազմները թելադրում են իրենց լիովին նոր պայմանները. սա հակամարտություն է, որը ջնջում է բուն պատերազմի և քաղաքականության, զինվորականների և խաղաղ բնակչության միջև գոյություն ունեցող սահմանները: [3, էջ 22-26]

Նոր պատերազմի ռազմավարության հիմնական բաղադրիչներից մեկն այն է, որ փաստացի ագրեսորը իր նպատակներն իրականացնելու համար օգտագործում է այլ երկրի «հակաիշխանական ագրեսիվ տուրյեկտ»-ին, այսինքն՝ այն ուժին, որը գտնվում է զոհ երկրի ընդդիմության մեջ: Այս սկզբունքի էությունը զոհ երկրի դիմադրելու ընդունակ բնակչության կամքի ճնշման, վախեցնելու, սարսափով պատելու և ստերեոտիպերի պարտադրման մեջ է: Այսպիսով՝ այս ամենը տեղի է ունենում առավել արդյունավետ՝ առանց սպառազինության համար զգալի ծախսերի, տակտիկական հնարքների, անդադար

պարտիզանական պատերազմի և ահաբեկչական գործողությունների, ինչի միջոցով զոհ երկրին ստիպում են սպառել սեփական ռազմական և ֆինանսական միջոցները, միաժամանակ տվյալ երկրում ստեղծում են սոցիալ-տնտեսական քաոս և անընդհատ ուժեղացնում են նրա բնակչության վրա հոգեբանական և տեղեկատվական ճնշումը: [8]

Մեր օրերում տեղեկատվական տեխնոլոգիաները, հոգեբանական պատերազմները ինքնաբերաբար տեղափոխվում են վիրտուալ տարածություն: Սրա հետ մեկտեղ տեղեկատվական – կոմունիկացիոն տեխնոլոգիաները զգալիորեն ընդլայնում են ավանդական հոգեբանական պատերազմների հնարավորությունները, այն է՝ հետախուզական գործունեությունը, ցամաքային օպերացիաների աջակցումը, հակառակորդի վրա ներազդումը, ինչպես նաև սեփական ուժերի պաշտպանությունը, ռադիոէլեկտրոնային պատերազմների վարումը: Հնարավորություն է ստեղծվում կիրերտարածության մեջ ինքնուրույն օպերացիաներ մշակելու և հարված հասցնելու հատկապես կարևոր ենթակառուցվածքներին: [4, էջ 99-105]

Այսօր աշխարհի բնակչության մեծամասնությունը է տեղեկատվական-կոմունիկացիոն տեխնոլոգիաների ազդեցության ներքո է: Կարելի է պնդել, որ պետությունների կախվածությունը տեղեկատվական ենթակառուցվածքներից ոչ միայն տալիս է որոշակի առավելություններ, այլև ստեղծում է նոր հնարավորություններ տվյալ երկրների տեղեկատվական տարածության մեջ կիրերհարձակումներ և կիրերահաբեկչություններ կատարելու առումով: Կիրերահաբեկչությունը տեղեկատվական-կոմունիկացիոն ահաբեկչության նպատակով օգտագործվող մասնավոր դեպք է այսինքն՝ միջոց այլ՝ ավելի մասշտաբային, ծավալուն ահաբեկչության իրականացման համար: Որպես վերը շարադրածի ապացույց կարելի

է դիտարկել այն հայտնի փաստը, երբ համաշխարհային «Ալ-Քաիդա» ուլտրա-ծայրահեղական ահաբեկչական կազմակերպությունը հատուկ հավաքագրում էր տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ոլորտում գիտելիքներ ունեցող մարդկանց, ինչպես նաև համակարգչային գիտելիքներ էր սովորեցնում իր «օպերատիվ աշխատակիցներին»։ Առկա են բազմաթիվ տվյալներ այլ ահաբեկչական խմբավորումների կողմից համացանցի օգտագործման վերաբերյալ, ինչպես օրինակ՝ ETA (Euskadi Ta Askatasuna – «Բասկերի երկիր և ազատություն» ձախ ծայրահեղական ահաբեկչական կազմակերպության կողմից։ [9]

Որպեսզի առավել պատկերավոր լինի համացանցի հնարավոր ազդեցությունը ՀՀ-ում, խոսենք թվերով. հղում կատարելով 2012 թվականի դեկտեմբեր ամսից մինչև 2013 թվականի մարտ ամիսն ընկած ժամանակահատվածում «Ինտերնետ հանրություն» հասարակական կազմակերպության պատվերով կատարված հետազոտություններին՝ պարզվում է, որ ՀՀ-ում համացանցից օգտվում է ազգաբնակչության 56.9%-ը, որից 60.5%-ը բաժին է ընկնում ք. Երևանին, իսկ 48.0%-ը՝ մարզերին։ Օգտվողներից 43.8%-ը մինչև 18, 52.2%-ը՝ 18-22, 60.0%-ը՝ 23-30, 67.1%-ը՝ 31-45, 53.5%-ը՝ 46-60, 41.2%-ը 61-ից բարձր տարեկաններն են։ Նշենք, որ հարցմանը մասնակցել են 1474 մարդ, որից 1055-ը՝ ք. Երևանից, իսկ 499-ը՝ մարզերից։ Թվերն ինքնին մտորելու տեղիք են տալիս, թե արդյո՞ք մեր հասարակությունը պատրաստ է ադեկվատ գնահատելու հակառակորդ երկրների կողմից մեր դեմ տարվող «հոգեբանական պատերազմ»-ի շրջանակներում մատուցվող տեղեկատվությունը։ [10, էջ 26-29]։

Ժամանակակից սոցիալական հոգեբանությունը վաղուց արդեն բախվել է այնպիսի ֆենոմենի հետ, ինչպիսին է միայնություն ամբողջի մեջ, այսինքն՝ միայնություն մարդկանց, խոշոր կոլեկտիվ-

ների կամ մեծ կազմակերպությունների մեջ։ Շատ տարօրինակ կթվա, բայց դրան նպաստում է հեռակոմունիկացիոն և համակարգչային տեխնոլոգիաների զարգացումը։ Այսպես, միջին թվաբանական հաշվարկով գրասենյակային աշխատողը աշխատանքային օրվա ընթացքում համակարգչի հետ միայնակ անցկացնում է ոչ քիչ, քան 5-6 ժամ։ Ավելացնենք սրան հեռախոսով շփման անհրաժեշտությունը, գործնական գրագրությունը և երեկոյան ժամանցի կազմակերպումը հեռուստացույցի կամ համակարգչի առաջ, վիրտուալ կոմունիկացիաները (ICQ-ով կամ Skype-ով), համակարգչային խաղերը, կստացվի, որ օրվա ընթացքում ընդհանուր առմամբ կոմունիկացիոն միջոցների հետ անցկացրած ժամանակը կազմում է ոչ քիչ, քան 8-12 ժամ, որը չի կարող հետք չթողնել մարդու վարքի և արժեհամակարգերի վրա։[11]

Ինտերնետ-ադիկցիայի (կախվածություն) ֆենոմենը բազմիցս նկարագրվել է մի շարք հետազոտողների (Կ. Յանգ, Դ. Գրինֆիլդ, Կ. Սոյուարտ 1998-1999 թթ., Ա. Ե. Վոյսկունսկի, Ն. Վ. Չուդովա, Օ. Ն. Արեստովա, Լ. Ն. Բաբանին 2000 թ.) կողմից։ Նշված կախվածության նախանշանների թվին են պատկանում վարքում հետևյալ դոմինանտները՝

- համակարգչից կախվածություն, այսինքն՝ օրսեսիվ հակվածություն համակարգչի հետ աշխատանքի նկատմամբ (խաղեր, ծրագրավորում կամ համակարգչի հետ աշխատանքի այլ տեսակներ)։
- «տեղեկատվական գերբեռնում», այսինքն՝ www կոմպուլսիվ (պաթոլոգիկ կախվածություն) նավիգացիա, հեռահար տվյալների բազաների փնտրում։
- համացանցի կոմպուլսիվ կիրառում, այսինքն՝ պաթոլոգիկ կապվածություն՝ միջնորդավորված համացանցային ազարտային խաղերին, օնլայն աուկցիոններին և էլեկտրոնային գնումներին։

- կախվածություն «կիբերսեքսից», այսինքն՝ պորնոգրաֆիկ էջերից, չաթերում սեքսուալ թեմաների քննարկումներից, կամ «մեծերի համար» հատուկ հեռակոնֆերանսներում մասնակցելուց.
- կախվածություն «կիբեր-հարաբերություններից», այսինքն՝ համացանցի սոցիալական առումով կիրառումը, կախվածություն չաթերում շփումից, խմբակային խաղերից և հեռակոնֆերանսներից, որը կարող է հանգեցնել իրական կյանքում գոյություն ունեցող ընտանիքին՝ վիրտուալ ընկերներով փոխարինմանը: [5, էջ 240-245]

Հենց վերջին նախանշանն է, որ ներկայումս ամենաշատն է դիտվում համաշխարհային սարդոստայնի օգտատերերի մոտ, որը կապված է, այսպես կոչված, սոցիալական ցանցերի գերակայության հետ, ինչպիսիք են՝ Odnoklassniki, vkontakte, Facebook, MySpace, Twitter, Profite և այլն:

Պետք է ասել, որ ռեսուրսների նման ձևաչափում շփումն ինքնին դժվարությամբ կարող է հավակնել կոմունիկացիայի լիարժեք և արդյունավետ ստատուսին. սա ավելի շուտ քվազիշփում է, այսինքն՝ թվացյալ, երևակայական շփում: Այսպես, օրինակ, անհատը պարբերաբար դիտում է ինչ-որ հաղորդում, նրա մոտ ստեղծվում է հաղորդավարի հետ ծանոթ լինելու իլյուզիա և զգացողություն, որ ինքը նրան լավ է ճանաչում, թեկուզ իրականում ընդամենը պատկերացում ունի հաղորդավարի հեռուստատեսային կերպարի (իմիջ) մասին: Քվազիշփման դերի մեծացումը սոցիալական ցանցերի տարածման պատճառներից մեկն է:

Այդ ինչու՞վ են օգտատերերին գրավում սոցիալական ցանցերը: Ի սկզբանե այս հարցին պատասխանում են շփումից հաճույք ստանալու սոցիալ հոգեբանության կրիտերիաները.

1. Սոցիալացիայի պահանջմունք:

Մարդը տարատեսակ սոցիալներ է ստանում իրեն շրջապատող աշխարհից: Սոցիալական սոցիալներից ամենակարևորը դեռահասության տարիքում է, երբ նա կողմնորոշվում է դեպի իր համար նշանակալի և հեղինակավոր հասակակիցներից կամ մեծերից որևէ մեկը: Հատկապես կարևոր և նշանակալից է օտար մարդկանց կողմից ստացվող սոցիալական սոցիալացիան, որոնք հանկարծ անսպասելի հետաքրքրություն են ցուցաբերում ձեր վեր-էջի նկատմամբ՝ հյուր գալով ձեր էջ կամ առաջարկելով վիրտուալ «ընկերություն», որն ինքնաբերաբար բարձրացնում է օգտատերերի ինքնագնահատականը:

2. Իրադարձությունների պահանջմունք:

Այլոց հետ լավ և կայուն հարաբերություններ ունենալը մարդկանց համար բավարար չէ: Անհրաժեշտ է նաև սոցիալական հետաքրքրություն, կյանքի դինամիկա, որոնք նոր զգացողություններ են պարգևում: Մարդու ընկալումներն անընդհատ կենտրոնացված են որոշակի փոփոխությունների, նոր իրավիճակների վրա: Շփումը կարող է իր մեջ ներառել իրական դեպքերին վիրտուալ շփման բավականին կասկածելի փոխարինումը, իսկ սոցիալական ցանցերում հնարավորություն կա ստեղծելու սեփական իրադարձություն՝ կցելով աուդիովիզուալ ֆակտաթ: Նման տեղեկատվության տարածմանը նպաստող մարդկանց մեծամասնությունը, որպես կանոն, սեփական կյանքում ունենում են քիչ հետաքրքիր իրադարձություններ (սոցիալական ցանցերի հիմնական օգտատերերն են հանդիսանում են գրասենյակային միջին օղակի աշխատողները, որոնք աշխատանքում չունեն բարձունքների հասնելու հեռանկարներ և ունեն ցածր աշխատավարձ, ինչպես նաև ուսանողները), որը բացատրում է ուրիշ մարդկանց կյանքով հետաքրքրվելու անհագ պահանջմունքը: Սակայն իր մեջ

նման բովանդակություն ներառող շփումը, իրականում չի կարող բավարարել իրադարձություններ ապրելու մարդու պահանջմունքը, այլ կարող է ընդամենը բավարարել քվազիմակարդակում:

3. Ճանաչման պահանջմունք:

Այս պահանջմունքը բավարարվում է ամեն անգամ, երբ մարդը հանդիպում է իր ծանոթներին: Երբ անձին ճանաչում են, նրա մոտ առաջանում է սեփական անձին՝ այլ մարդկանց կողմից սցիալական ընդունման զգացողությունը, որն իր հերթին աջակցում է ինքնանույնականացմանը: Ինքնանույնականացման գործընթացը հենվում է ինչպես ուրիշների, այնպես էլ հենց սեփական անձի վրա: Սոցիալական ցանցերում գրանցվելը կրում է փոխհատուցիչ բնույթ. հայտնի են դեպքեր, երբ մարդը, կտրուկ փոխելով բնակության վայրը, աշխատանքը կամ երկիրը, լարվածության ռեդուկցիայի և տագնապայնության զգացողության նվազման նպատակով ձգտել է նախկին հայրենակիցների, կոլեգաների հետ երկարաժամյա շփման՝ օգտագործելով սոցիալական ցանցերի ռեսուրսները. այնպես որ, չի կարելի հերքել նաև սոցիալական ցանցերի դրական հոգեթերապևտիկ ասպեկտները:

4. Ընդունման և ձեռքբերումների պահանջմունք:

Այս երկու պահանջմունքներն էլ կապված են մարդու սեփական արժանապատվության, հարգանքի և ինքնահարգանքի զգացողության հետ և պատկանում է, այսպես կոչված, բարձրագույն պահանջմունքների դասին: Հենց սրանք են սոցիալական ռեսուրսների օգտատերերը ակտուալացնում՝ անձնական էջերում տեղադրելով ֆոտո և տեսանյութեր, որոնք նվիրված են իրենց մասնագիտական հաջողություններին կամ անձնական ձեռքբերումներին (ընտանիք, երեխաներ, հաջող հանգիստ):

5. Ժամանակի կառուցման պահանջմունք:

Է. Բեռնը առանձնացրել է ժամանակի կառուցման տարբեր տեսակներ, որոնք նա բնորոշել է որպես ժամանակ անցկացնելու միջոց, ծեսեր, միջոցառումներ, զվարճանքներ, մտերմություն, խաղեր: Նորմալ մարդուն անհրաժեշտ են ժամանցի տարբեր տեսակներ, որոնց դասին է պատկանում դինամիկան: Ծեսերի դասին են պատկանում կոնվենցիոնալ շփման բոլոր տեսակները, որոնք կապված են ընդհանուր ընդունված նորմերի պահանջներին (օրինակ՝ սոցիալական ցանցերում գոյություն ունի հիշեցում վիրտուալ «ընկերների» ծննդյան օրերի կամ նրանց կյանքի այլ կարևոր իրադարձությունների մասին): Միջոցառումներն իրենցից ներկայացնում են շփման տարբեր ձևեր համատեղ գործունեության ընթացքում, որոնք ուղեկցվում են գործողությունների որոշակի կարգով (կոմունիկացիա որոշակի հաղորդագրությունների փոխանակման հատուկ ձևաչափի մեջ, օգտատերի էջերին մեկնաբանություններ թողնելը, նկարների գնահատումը կամ տեղափոխումը ավելի իրական շփման ձևի՝ հեռախոս, ICQ կամ Skype): Մարդու զվարճանքները ուղեկցող շփումը կապված է հաճույք պատճառող զբաղվածության հետ (հանգիստ, նախասիրություն, սեքսի և այլ թեմաների մասին քննարկում): Մտերմությունը (սեր, ընկերություն) ուղեկցվում է գաղտնի անձնական շփումներով (հենց այս նպատակով էլ որոշ սոցիալական ռեսուրսներում ստեղծված են պայմաններ (օպցիաներ) վիրտուալ ընտանիք ստեղծելու համար: Ի տարբերություն դրա՝ խաղերը (նկատի է առնվում սոցիալական խաղերը, որոնք ունեն թաքնված դրդապատճառներ) իրենց մեջ ներառում են մանիպուլացիաներ: [6, էջ 4-7]

Այսպիսով՝ գալիս ենք այն եզրահանգման, որ ժամանակակից պատերազմները գնալով կրում են ավելի հոգեբանական բնույթ. ռազմական գործողությունները, մղվելով երկրորդ պլան, ամբողջ պատերազմի ընթացքում ունենում են սահմանափակ դերակատարում: Հոգեբանական պատերազմների մեթոդներն ընդունակ են հակառակորդին հասցնելու ոչ պակաս վնաս, քան զինված հարձակման միջոցները, իսկ հոգեբանական ազդեցության մեթոդների հիման վրա կառուցված տեղեկատվական զենքը ընդունակ է զգալի չափով խոցելու և ներթափանցելու: Հաշվի առնելով պատերազմի այս ձևի

քիչ ծախսատար լինելն ու բարձր արդյունավետությունը, համաձայն հայկական ԶԼՄ-ներում տարածված լուրերի՝ ՀՀ պաշտպանության նախարարությունը ծրագրել և արդեն աշխատանքներ է իրականացնում մոտ ապագայում կիրբերգորքեր ստեղծելու ուղղությամբ: Եվ քանի որ այսօր աշխարհի բնակչության մեծամասնությունը տեղեկատվական-կոմունիկացիոն տեխնոլոգիաների ազդեցության ներքո է, ապագայում ստեղծվելիք կիրբերգորքերը կարող են շատ ավելիին հասնել, քան հայկական ծանր հրետանին, սփյուռքը կամ տարբեր երկրներում գործող հայկական լոբբին:

Հոդվածի ներկայացման տարեթիվը՝ 17.09.2014

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Куликов В. Н., Психология внушения. – Иваново: Пед. ин-т., 1978г.-172с.
2. Крысько В. Г., Секреты психологической войны.- Минск, 1999г. -181с.
3. The Changing Face of War: Into the Fourth Generation William S Lind; Keith Nightengale; John F Schmitt; Joseph W Sutton; Gary I Wilso: – Marine Corps Gazette; Oct 1989:
4. Гриняев С. Н., Поле битвы – киберпространство.- Москва, 2004г.-426с.
5. Войскунский А. Е., Психологические аспекты деятельности человека в интернет-среде:-2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, 12-14 апреля 2000 г.). М.: Экопсицентр РОСС. – 270с.
6. Берн Э. Игры в которые играют люди .- Эксмо, 2012г.- 576с.
7. <http://psyfactor.org/opsywar.htm>
8. <http://tvoyapravda.com/третья-мировая-война-4-го-поколения/>
9. <http://vpk-news.ru/articles/15620>
10. http://isoc.am/publ/penetration_am.pdf
11. <http://psyfactor.org/lib/web-4.htm>

ИНТЕРНЕТ КАК АРЕНА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ

АРТЕМ ГЕВОНДЯН

*Ереванский государственный университет,
соискатель кафедры общей психологии*

Эта статья относится к новейшим методам психологической войны, которые включают в себя исследования о воздействии коммуникационных технологий. В ней говорится о малоизвестной войне четвертого поколения, в которой разрушительной силой является не постоянная армия или новейшее вооружение, а выпуск новостей или дезинформация в популярных социальных сетях.

INTERNET AS AN ARENA OF PSYCHOLOGICAL WARFARE

ARTEM GHEVONDYAN

*Yerevan State University
Applicant at the department of General Psychology*

The article refers to the latest methods of psychological warfare, which include research on the impact of communication technologies.

It states about an idea of fourth generation war unknown to the public: the destructive power of this war is not the regular army or contemporary armament but news broadcast or disinformation spread through popular social networks.