

ՄԱՆԻՊՈՒԼՅԱՑԻԱՅԻ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԱԶԳԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ՆՅՈՒԹԵՐՈՒՄ

ԳԱՅԱՆԵ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

Խ. Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարան,
Ակադեմիկոս Մկրտիչ Մազմանյանի անվան հոգեբանության ամբիոնի դոցենտ,
քիմիական գիտությունների թեկնածու
gayanca@yahoo.com

ԺԵՆՅԱ ԱԲԳԱՐՅԱՆ

Խ. Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարան,
Հեռուստառադիոլրագրության ամբիոնի մագիստրոս
jenyabgaryan@gmail.com

DOI: 10.54503/978-9939-1-2075-1-51

Համառոտագիր

Տեղեկատվական դարաշրջանում զանգվածային լրատվամիջոցները (ԶԼՄ-ներ) հանդիսանում են հասարակության կյանքի անբաժան մասը՝ ազդելով հանրային կարծիքի ձևավորման, որոշումների ընդունման և քաղաքական գործընթացների ընթացքի վրա, սակայն լրատվության ազատության և տեղեկատվական հոսքերի բազմազանության պայմաններում ավելի հաճախ ի հայտ է գալիս մեդիա մանիպուլյացիայի երևույթը՝ որպես սոցիալական իրականության կառուցման միտումնավոր ձև: Մանիպուլյացիան մեդիայում նպատակ ունի ուղղորդելու հասարակական ընկալումները՝ որոշակի շահերի սպասարկմամբ, ինչը լուրջ սպառնալիք է ժողովրդավարական կառույցների և տեղեկատվության ազատ շրջանառության համար:

Մանիպուլյացիան անգիտակից հոգեբանական ազդեցություն է, որն ուղղված է մարդու վարքագծի և մտածողության փոփոխմանը՝ հոգուտ մանիպուլյատորի շահերի: Նման ազդեցությունը սովորաբար իրականացվում է անուղղակիորեն՝ օգտագործելով սոցիալական հոգեբանությունը, բնազդները և զգացմունքները՝ խրախուսելու վարքի նպատակային փոփոխությունները:

Մանիպուլյացիան ներառում է երկու կողմ՝ մանիպուլյատորին և ազդեցության ենթարկվողին: Վերջիններս մանիպուլյացիայի առարկա են դառնում միայն այն դեպքում, երբ դրա մասին անտեղյակ են: Ըստ այդմ, մանիպուլյացիայի նպատակը կարող է լինել ինչպես հասցեատիրոջ վարքի ու մտածողության ուղղակի փոփոխությունը, այնպես էլ նրա գիտակցության վրա վերջնական ազդեցությունը:

Մարդկությանը ծանոթ է այս երևույթը երկար դարեր: Պատմականորեն լեզվական մանիպուլյացիան ամենատարածվածն է և արտահայտվում է ինչպես դիցաբանության մեջ, այնպես էլ հեքիաթներում, որտեղ մանիպուլյացիան գործածվում է ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական կերպարների կողմից:

Ժամանակակից մեդիա տարածքում մանիպուլյացիան հաճախ դրսևորվում է վերնագրերի և բովանդակության միջոցով՝ միտումնավոր

խեղաթյուրելով հանրային ընկալումը:

Լեզվաբանական մեկնաբանության գործընթացում մարդը կարող է անգիտակցաբար սխալ եզրակացություններ կազմել՝ դրանք փոխկապակցելով սեփական ընկալումների հետ: Նման եզրակացությունները կարող են ոչ միայն սխալ լինել, այլև միտումնավոր ստեղծված մանիպուլյատորի կողմից:

Ժամանակակից մամուլում մանիպուլյացիան ոչ միայն սովորական գործիք է, այլև հասարակական կարծիքի ձևավորման հզոր մեխանիզմ՝ հաճախ տեղեկատվության թաքնված խեղաթյուրման տեսքով:

Քանալի բառեր և բառակապակցություններ՝ մանիպուլյացիա, հասարակական կարծիք, մեդիա դաշտ, սթրես, հուզական վերահսկողություն, ազդեցություն վարքի վրա:

PSYCHOLOGICAL IMPACT OF MANIPULATION IN JOURNALISTIC MATERIALS

GAYANE GRIGORYAN

Yerevan State Pedagogical University after Kh. Abovyan,
Department of Psychology named after Academician Mkrtch Mazmanyan,
PhD in Chemical Sciences, Associate Professor
gayanca@yahoo.com

ZHENYA ABGARYAN

Yerevan State Pedagogical University after Kh. Abovyan,
Master's degree student at the Department of Television and Radio Journalism
jenyabgaryan@gmail.com

Abstract

In the information age, mass media (MM) are an inseparable part of societal life, influencing the formation of public opinion, decision-making, and the course of political processes. However, under conditions of media freedom and the diversity of information flows, the phenomenon of media manipulation increasingly emerges as a deliberate form of constructing social reality. The goal of media manipulation is to influence public perceptions in a way that serves specific interests, posing a serious threat to democratic institutions and the free flow of information.

Manipulation is an unconscious psychological influence that aims to change a person's behaviour and thinking in favour of the manipulator's interests. Such influence is typically carried out indirectly, utilising social psychology, instincts, and emotions to encourage purposeful changes in behaviour.

Manipulation involves two parties: the manipulator and the person subjected to influence. They become objects of manipulation only if they are unaware of it. Accordingly, the goal of manipulation can be either a direct change in the recipient's behavior and thinking or a final influence on their consciousness.

Humanity has been aware of this phenomenon for centuries. Historically, linguistic manipulation has been the most widespread, manifesting in both mythology

and fairy tales, where it is employed by both positive and negative characters.

In the modern media space, manipulation often manifests through headlines and content, deliberately distorting public perception.

During the process of linguistic interpretation, a person may unconsciously draw erroneous conclusions, linking them to their own perceptions. These conclusions may not only be incorrect but also deliberately created by the manipulator.

In modern journalism, manipulation is not only a standard tool but also a powerful mechanism for shaping public opinion, often in the form of hidden distortion of information.

Keywords and phrases: Manipulation, Public opinion, Media space, Stress, Emotional control, Influence on behaviour.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ МАНИПУЛЯЦИИ В ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛАХ

ГАЯНЕ ГРИГОРЯН

Доцент кафедры психологии имени академика Мкртича Мазманияна
Армянского государственного педагогического университета имени Х. Абовяна,
кандидат химических наук
gayanca@yahoo.com

ЖЕНЯ АБГАРЯН

Магистрант кафедры телерадиожурналистики
Армянского государственного педагогического университета имени Х. Абовяна
jenyabgaryan@gmail.com

Аннотация

В информационную эпоху массовые коммуникации (МК) являются неотъемлемой частью жизни общества, оказывая влияние на формирование общественного мнения, принятие решений и ход политических процессов. Однако в условиях свободы информации и разнообразия информационных потоков всё чаще возникает явление медийной манипуляции как целенаправленный способ построения социальной реальности. Манипуляция в медиа направлена на изменение общественных восприятий в интересах определённых выгод, что представляет серьёзную угрозу для демократических институтов и свободного распространения информации.

Манипуляция — это бессознательное психологическое воздействие, направленное на изменение поведения и мышления человека в интересах манипулятора. Такое воздействие обычно осуществляется косвенно с использованием социальной психологии, инстинктов и эмоций для стимулирования целенаправленных изменений поведения.

Манипуляция включает две стороны — манипулятора и манипулируемого. Последние становятся объектами манипуляции только в случае, если не осведомлены о её существовании. Таким образом, цель манипуляции может

заклучаться как в прямом изменении поведения и мышления адресата, так и в окончательном воздействии на его сознание.

Человечество знакомо с этим явлением на протяжении многих веков. Исторически языковое манипулирование является самой распространённой и выражается как в мифологии, так и в сказках, где манипуляция используется как положительными, так и отрицательными персонажами.

В современном медиапространстве манипуляция часто проявляется через заголовки и содержание, намеренно искажая общественное восприятие.

В процессе лингвистической интерпретации человек может бессознательно делать неверные выводы, связывая их с собственными восприятиями. Такие выводы могут быть не только ошибочными, но и намеренно созданными манипулятором.

В современной прессе манипуляция является не только обычным инструментом, но и мощным механизмом формирования общественного мнения, часто в виде скрытого искажения информации.

Ключевые слова: манипуляция, общественное мнение, медиапространство, стресс, эмоциональный контроль, воздействие на поведение.

Ներածություն

Տեղեկատվական դարաշրջանում, երբ զանգվածային լրատվամիջոցները վերածվել են հասարակական կյանքը կարգավորող հիմնական հարթակներից մեկի, կարևոր է հասկանալ ոչ միայն դրանց տեղեկատվական, այլև հոգեբանական ազդեցության բնույթը: Ժամանակակից մեդիա միջավայրը ոչ միայն փոխանցում է տեղեկություն, այլև ձևավորում է սոցիալական իրականությունը՝ նպաստելով հասարակական ընկալումների, դիրքորոշումների և որոշումների կայացման գործընթացներին: Այս գործընթացում կարևոր դեր է կատարում մանիպուլյացիան՝ որպես վարքի և գիտակցության անգիտակցական ուղղորդման միջոց:

Մեդիա մանիպուլյացիան, որպես սոցիալ-հոգեբանական երևույթ, խորապես ներդրված է լրագրողական գործառույթների մեջ՝ հաճախ թաքնված ձևով ազդելով ընթերցողի մտածողության, զգացմունքների և վարքագծի վրա: Խնդիրն առավել ընդգծվում է այն ժամանակ, երբ մանիպուլյատիվ մեթոդները կիրառվում են պատերազմական, քաղաքական կամ սոցիալական սրացումների ընթացքում՝ նպաստելով հասարակության մեջ լարվածության, վախի ու անվստահության տարածմանը:

Ուսումնասիրության մեթոդ

Հոդվածում գործածվել են վերլուծական և համեմատական մեթոդներ, որոնց միջոցով ուսումնասիրվել են մանիպուլյացիայի և կեղծ լուրերի տարածման մեխանիզմները, ինչպես նաև դրանց հոգեբանական ազդեցությունները հասարակության վրա: Քննարկվել են կոնկրետ հայաստանյան և միջազգային մեդիա դեպքեր, ինչպիսիք են՝ պատերազմական և քաղաքական իրավիճակները՝ օգտագործելով նախորդ ուսումնասիրությունների և լրատվամիջոցների հրապարակումների վերլուծություն:

Տեսամեթոդական հիմքեր

Բրեքսիթի ժամանակ բրիտանացիների քվեարկությունը վերջին տասնամյակի նոր տերմիններից մեկի՝ հետձմարտության ամենավառ դրսևորումներից է:

Հետձմարտությունը բնորոշվում է որպես հանգամանք, երբ հույզերն ու անձնական համոզմունքը ավելի շատ են ազդում հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա, քան՝ օբյեկտիվ փաստերը: «Կեղծ լուր» տերմինը 2017-ին է ձանաչվել Քոլինգի բառարանի տարվա բառ: Այդպիսի որակում են ստանում սխալ, հաճախ սենսացիոն տեղեկությունները, որոնք տարածվում են լուրերի քողի ներքո [8]:

Այն կիրառվում է 3 հիմնական լսարանի համար. ա. ներքին, բ. թշնամու, գ. միջազգային հանրության: Երեքի համար էլ այն պարունակում է մանիպուլատիվ բովանդակություն: Գլխավոր նպատակը լսարանին մանիպուլացնելն է:

Բանասիրական գիտությունների թեկնածու Վահրամ Միրաքյանը «Լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները» գրքում, հղում անելով "Операции информационно-психологической войны" աշխատությանը, ասում է, որ մանիպուլացիան տեղեկատվա-հոգեբանական ազդեցության ձևերից է, որն ուղղված է հոգեբանական ազդեցության միջոցով մարդկանց մտավոր ակտիվության ուղղությունն աննկատ փոխելուն [2]:

Մանիպուլյացիան հոգեբանական ազդեցության տեսակ է, որի նպատակն է գաղտնի կերպով փոխել դիմացինի կարծիքը, դիրքորոշումները, վարքագիծը, մանիպուլատորի շահերից ելնելով, որը պահանջում է մանիպուլատորից արվեստ, որպեսզի փոփոխությունները, չլինեն նկատելի, ոչ պատահական:

Կան մանիպուլյացիայի դեպքեր, որոնք հանգեցրել են մարդկանց մահվան, օրինակ՝ Ա. Հիտլերի ելույթները, որոնց միջոցով նա շահարկում էր գերմանացիների գիտակցությունը՝ խթանելով հակասեմական գործունեությունը [5]: Ըստ Ա. Նալչաջյանի՝ սոցիալական դիրքորոշումներն անձի հոգեբանական կառուցվածքի կարևորագույն բաղադրիչներն են, միաժամանակ՝ նրան ակտիվացնող հիմնական պատճառը [1]:

Տեղեկատվա-հոգեբանական ազդեցության հնարքները մարդկանց սոցիալական ակտիվության դրդող ուժերից մեկն են և դրանց ուսումնասիրությունը կարևոր է մարդ անհատի խմբային սոցիալականացման, սոցիալական ակտիվության և պասիվության պատճառները հասկանալու համար: Կարծիք ունենալը ենթադրում է ունենալ որոշակի գիտելիք և որոշակի արժեքային դատողություններ անել դրա մասին, իսկ դիրքորոշման մեջ տեսակետներն ու պատկերացումները զուգորդվում են հուզական լիցքերով [2]: Տպագիր լրատվամիջոցներում կիրառվում են 20 տեսակի հիմնական մեթոդներ, որոնք մանիպուլյացիայի միջուկն են: Հայկական մեդիային ավելի բնորոշ են հետևյալները՝

Ա. *Պիպակալորում (name calling)*. լեզվա - հոգեբանական մանիպուլացիոն հնարք է, երբ վարկաբեկելու համար տալիս են «անբարենպաստ բնորոշումներ» [4]: Պիտակները մարդկանց մոտ առաջացնում են զգայական բացասական վերաբերմունք: Օրինակ՝ ադրբեջանական ԶԼՄ-ների ներմուծած «хайизм» նորաբանությունը, որը նպատակ ունի բացասական երանգ տալ հայության հետ կապված յուրաքանչյուր նյութին:

Բ. Հեղինակության վկայակոչում (*referring to authority*), որի ժամանակ մեջբերվում է հեղինակությունների խոսքը՝ որևէ երևույթի, անձի նկատմամբ դրական կամ բացասական վերաբերմունք առաջացնելու նպատակով: «Ինչ է արել ռուսաստանաբնակ Գարիկ Մարտիրոսյանը» [12], որը հրապարակել է «24 լուր»-ը յուրօրում 2022 թ. ապրիլին:

Պարտադիր չէ, որ հեղինակությունը լինի տվյալ ոլորտից և հասկանալի խնդիրները, որի մասին նա կարծիք է հայտնում: Այս մեթոդը հնարավոր է կիրառել նաև առանց հեղինակության վկայակոչման: Օրինակ՝ «գիտնականների հավաստմամբ», «բժիշկների խորհրդով» և այլն:

Գ. Փաստերի վերադասավորում (*card stacking*). ընտրվում և հաջորդաբար դասավորվում են միայն դրական կամ բացասական փաստերն ու կարծիքները՝ չներկայացնելով հակառակ կողմի տեսակետն ու փաստերը: Այս հնարքի միջոցով լսարանը ձևավորում է դրական կամ բացասական վերաբերմունք տվյալ իրադարձության կամ անձի վերաբերյալ: Արտաքինապես տպավորություն է ստեղծվում, որ շարադրված են միայն իրական փաստեր, սակայն իրականում դա միակողմնականությունը ներշնչելու միջոց է:

Դ. Կարգախոսերի կամ շարքին արտահայտությունների կրկնություն. հոդվածներում կրկնվում են նախապես ստեղծված կարգախոսները: Դրանք հիմնականում կարճ են, հարմար հիշելու համար և ուղղորդում են դեպի գաղափարախոսության կամ ավելի մեծ տեղեկատվության պաշար: Կարգախոսները պետք է համապատասխանեն այն հանրության արժեքային համակրգին, գաղափարներին և կրթվածությանը, որի վրա նախատեսվում է դրանց ազդեցությունը: Կարգախոսներ կրողներն այնպիսի զգացում են ունենում, թե իրենք տիրապետում են այնպիսի արժեքների, որոնց չեն տիրապետում դրանք չիմացողները:

Ե. Բամբասանքը, ասեկոսները՝ նախատեսված են հանրության մեջ կարծիք ձևավորող տեղեկության տարածման համար, որը չի համապատասխանում իրականությանը կամ հնարավոր չէ տարածել պաշտոնական աղբյուրներից: Այս հնարքի ժամանակ նյութում որպես աղբյուր գրվում է՝ «ինչպես ժողովուրդն է խոսում...», «ըստ վերջերս տարածված լուրերի...» և նմանատիպ գրառումներ: Մեթոդով հիմնականում աշխատում է «դեղին մամուլը»:

Մրա վառ օրինակներ են ռազմական գործողությունների ժամանակ թշնամական և մեր մեղիայում Առաջնային մանիպուլյացիան մտածված գործողություն է, որն ունի կատարող, ով գիտի մանիպուլյացիայի նպատակը և տեխնիկան: Երկրորդային մանիպուլյացիան առաջնայինի արդյունքն է, այն մանիպուլատիվ նյութի տարածումն է նրանց կողմից, ովքեր առաջնային մանիպուլյացիայի զոհն են:

Երկրորդական մանիպուլյացիա է, երբ սոցիալական ցանցերում տեղադրվում են գրառումներ այն մարդկանց կողմից, ովքեր արդեն ենթարկվել են մանիպուլյացիայի և այժմ վերարտադրում են իրենց վրա մեծ տպավորություն թողած տեղեկությունը: Գ. Շիլլերը իր «Գիտակցության մանիպուլյատորները» աշխատության մեջ նկարագրում է լրատվամիջոցների և ընթերցողների միջև մանիպուլատիվ հաղորդակցությունը: Գիտնականն առանձնացնում է մի շարք առասպելներ, որոնք կապված են լրատվամիջոցների մանիպուլյացիայի հետ[5]: Հաղորդակցական տեխնոլոգիաների մի շարք այլ առանձնահատկություններ սերտորեն կապված են լեզվական մանիպուլյացիայի հետ, այն է՝ առցանց լրատվամիջոցների «հեռարձակման» այնպիսի հատկություններ, ինչպիսիք են.

- Պատմականությունը, գլոբալությունը և «հեռարձակման» շարունակականությունը. տեղեկատվությունը հասանելի է աշխարհի ցանկացած կետում՝ օրը 24 ժամ և շաբաթը 7 օր: Այս հատկությունը ապահովում է առցանց տեղադրված մանիպուլատիվ տեղեկության «անմահությունը», ինչը զգալիորեն երկարացնում է դրա ազդեցության ժամկետը: Այս հատկությունը թույլ է տալիս մանիպուլյատորին ավելի շատ տեղեկատվություն փոխանցել այլ նյութերում: Այնուամենայնիվ, տեքստի «անմահության» մեջ մանիպուլյատորի տեսանկյունից կան նաև թերություններ: Ընթերցողները կարող են իրենք ընտրել բովանդակությունը ստանալու ամենահարմար ժամանակն ու վայրը և հնարավորություն ունեն վերընթերցել հրապարակված տեքստը այնքան, որքան անհրաժեշտ են համարում: Ազդեցության նյութի բազմիցս վերընթերցումը կարող է ոչ միայն ուժեղացնել դրա ազդեցությունը «Գեբելսի մեթոդի» շնորհիվ, այլև մտածված ընթերցման արդյունքում բացահայտել հեղինակի մանիպուլատիվ մտադրությունը: Վերոգրյալից հետևում է նաև, որ ամենօրյա թերթերի հրապարակումների կյանքի ցիկլը, որի հետ նպատակահարմար է համեմատել պարբերաբար թարմացվող ինտերնետային հրապարակումները, շատ ավելի կարճ է: Հետևաբար, ամենօրյա թերթերի հրապարակումները կարող են լինել ավելի քիչ «վիրաբուժական»:
- Տեղեկության անսահմանափակ հոսք. առցանց և տպագիր լրատվամիջոցների գործունեության մեկ այլ հիմնարար տարբերությունը տեղեկության հոսքի մեջ է, քանի որ համացանցում կարելի է գտնել որևէ նյութի անսահմանափակ բովանդակություն: Սա նշանակում է, որ մանիպուլյացիան կարող է իրականացվել մանիպուլյատորների կողմից ցանկացած ժամանակ և միայն խմբագրման կամքով սահմանափակ ծավալով: Տեղեկության հոսքը նույնպես սպառողի համար «կեռիկի» դեր է խաղում, քանի որ հայտնի չէ, թե երբ կլինեն նոր թարմացումներ: Ուստի, ենթադրվում է, որ առցանց տիրույթում յուրաքանչյուրը կարող է տեղադրել, որևէ նյութը, որը, ստանալով որոշակի փոփոխություններ, կդառնա մանիպուլյացիայի հիմք:

Հոգեբանական լուրջ խնդրի՝ սթրեսի կարող է հանգեցնել որևէ հայտնի կամ ծանոթ մարդու մահվան կամ առողջական իրավիճակի մասին կեղծ տեղեկություններ ընթերցելը, բռնի գործողությունների, ինքնասպանությունների մանրամասն նկարագրության ընթերցումը, աղետների մասին տեղեկությունները: Հոգեբանական տեսանկյունից, երբ անձը կարդում է սթրեսային նյութ, նրա վարքագիծը կարող է ներառել հետևյալ արձագանքները.

1. Հուզական ռեակցիաներ (առողջական և անհանգստության զգացողություն)

Օրինակ՝ անձը, երբ կարդում է ապագա տնտեսական ճգնաժամի մասին սթրեսային հոդված: Նյութը պարունակում է դեպրեսիվ վերլուծություններ, որոնք մատնանշում են աշխատանքային շուկայի անկումը և գնաձի բարձրացումը: Հոդվածը կարող է առաջացնել անհանգստություն, զայրույթ կամ վախ՝ անձի մոտ կարող է շփոթմունք առաջանալ, անգամ մարմնական սթրեսի ախտանիշներ՝ սրտի արագ բարբախտում կամ շնչառության դժվարություն [17]:

2. Հույզերի վերահսկողության կորուստ (էմոցիոնալ արձագանքներ)

Օրինակ, սոցիալական ցանցերում տարածված մի հոդված, որը մեղադրում է մի հասարակական խմբի՝ երկրի համար ծանր իրադրություն ստեղծելու մեջ: Սա կարող է առաջացնել մարդուն հուզական էքսպրեսիա՝ նա սկսում է զայրանալ, գայթակղվել է խոսել այդ թեմայի շուրջ շատ ագրեսիվ, սկսում է գրառումներով հակառակ կողմին քննադատել՝ առանց իրական քննադատական մոտեցում ցույց տալու:

3. Անհարմարություն կամ խուսափողական վարքագիծ.

Անձը, որը կարդում է սթրեսային նյութեր պատերազմական իրավիճակների մասին, կարող է ամբողջովին խուսափել լրատվական հաղորդումներից՝ մտահոգվելով, որ դա ազդում է իր հոգեբանական վիճակի, տրամադրության վրա: Այդ մարդը կարող է սկսել խուսափել լրատվական կայքերից և հեռուստահաղորդումներից, որոնք կարող են հիշեցնել անընդհատ փոփոխվող, սթրեսային իրավիճակները: Նրան սկսում է անհանգստացնել ամեն ինչ, ինչ կապված է պատերազմի կամ աշխարհաքաղաքական խնդիրների հետ:

4. Ընտրողական ընկալում և մտածողություն.

Հնարավոր է, որ մարդը կարդա մի հոդված, որը բացասաբար է անդրադառնում մի քաղաքացիական շարժման կամ կուսակցության նկատմամբ, բայց այն ներկայացնում է միայն խնդիրը՝ առանց դրա լուծման առաջարկների կամ այլ կողմերից ստացված արձագանքների: Այս մարդը, որը նախապես համակրում է այդ շարժմանը, կարող է ընտրովաբար ընդունել միայն հոդվածի մի մասը, որը համապատասխանում է իր համոզմունքներին, և անտեսել մյուս բաժինները, որոնք հակասում են իր տեսակետին:

Եզրակացություն

Մեդիա մանիպուլյացիան ժամանակակից տեղեկատվական հասարակության լուրջ մարտահրավերներից մեկն է: Այն խաթարում է հասարակության տեղեկացված լինելու իրավունքը, նպաստում սոցիալական պառակտմանը: Խնդրի հաղթահարումը պահանջում է համակարգային մոտեցում՝ ներառյալ մեդիա կրթություն, փաստերի ստուգման հարթակների զարգացում և մեդիայի պատասխանատվության բարձրացում: Միայն քննադատական մտածողությամբ հանրությունն է ի վիճակի դիմակայելու մեդիա մանիպուլյացիային:

Այսպիսով՝ ուսումնասիրելով մանիպուլյացիայի հոգեբանական ազդեցությունը լրագրողական նյութերում թեման, հանգում ենք հետևյալ եզրակացություններին.

1. Հայաստանում, որտեղ լրագրողական անկախությունը դեռևս զարգացող փուլում է, մանիպուլյատիվ մեթոդները կարող են մեծ ազդեցություն ունենալ հասարակության գիտակցության վրա: Պարբերական մամուլը, հեռուստահաղորդումները և սոցցանցերը շատ դեպքերում օգտագործում են այս մեթոդները, որպեսզի ընկալումները միտեն դեպի որոշակի քաղաքական շահեր կամ սոցիալական խնդիրներ: Սա հատկապես կարևոր է այն դեպքում, երբ հասարակության տեղեկացվածության մակարդակը սահմանափակ է, իսկ քննադատական մտածողությունը՝ բավականին թերի:

2. Մանիպուլյացիայի գործիքները, ինչպիսիք են՝ զգայական հավելումները, ընտրողական փաստերի ներկայացումը և անուղղակի սպառնալիքները, կարող են խեղաթյուրել իրականությունը: Հայաստանում մանիպուլատիվ մեթոդների ամենատարածված ձևերից մեկն է զգայական լեզվի և նկարների օգտագործումը՝ սոցիալական կամ քաղաքական հակասությունները ծայրահեղացնելու համար: Երբ լրատվամիջոցները միայն մասնակիորեն ներկայացնում են իրադարձությունները կամ ընտրում են այնպիսի հարցեր, որոնք կարող են ապակողմնորոշել հասարակությանը, նրանք խախտում են իրենց պարտավորությունները՝ տրամադրելու անկողմնակալ և ձգձգիտ տեղեկություն:
3. Մանիպուլյացիան ուժեղ է այն դեպքում, երբ այն դիմում է մարդու սթրեսի, անհանգստության և տագնապի զգացողություններին: Հայ հասարակությունն իր պատմական և սոցիալ-քաղաքական իրավիճակով հաճախ ենթարկվում է անորոշության և սոցիալական ձգնաժամերի: Այդպիսի ժամանակներում, երբ մարդիկ ապրում են անհանգստության և անվստահության մթնոլորտում, լրատվամիջոցները կարող են օգտագործել այդ զգացմունքները՝ ավելի հեշտ մանիպուլյացիա անելու համար:
4. Անհրաժեշտ է բարձրացնել լրատվամիջոցների հանդեպ քննադատական մոտեցումը: Այնպես, որ մարդիկ ավելի ուշադիր լինեն այն նյութերի նկատմամբ, որոնք նրանք ընթերցում կամ դիտում են: Դա պետք է սկսվի կրթական համակարգում՝ ուսուցանելով երիտասարդներին, թե ինչպես ձիշտ օգտագործել լրատվամիջոցներից ստացվածը և տարբերակել խեղաթյուրված տեղեկությունը:
5. Մանիպուլյացիայի ազդեցության նվազեցման համար անհրաժեշտ են նաև լրատվամիջոցների կանոնակարգման խիստ մեթոդներ: Քանի որ լրատվամիջոցներն ունեն մեծ ազդեցություն հասարակության վրա, նրանց կանոնակարգումը, պատշաճ վերահսկողության և պատասխանատվության բարձրացումը կարող է կարևոր գործիք լինել մանիպուլյացիայի դեմ պայքարելու համար:
6. Անհրաժեշտ են նաև օրենսդիր ու բարեփոխական քայլեր: Հասարակական գիտակցությունը բարձրացնելու և լրագրության հետ կապված բարեփոխումները կարևոր են մանիպուլատիվ մեթոդների նվազեցման համար:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Նալչաջյան Ա., «Սոցիալական հոգեբանություն», «Զանգակ», Երևան, 2004թ.
2. Վահրամ Միրաքյան, Լրատվամիջոցների ազդեցության հնարավորությունները, Երևան, «Լուսակն» հրատարակչություն, 2010թ.
3. Զամալյան Դ., «Ռազմական հոգեբանության հիմունքներ», Երկրորդ մաս, Երևան, «Լինգվա» հրատ., 2008թ.
4. Панарин И. Н., «Информационная война, PR и мировая политика», Москва, Горячая линия-Телеком, 2006 г.
5. Е. В. Горина, <<Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности>>, Екатеринбург, Изд. Уральского университета, 2016
6. Baumeister, R. F., & Leary, M. R., "The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation, Psychological Bulletin, 117(3), 1995թ.

7. <https://lurer.com/?p=88398&l=am>
8. https://media.am/wp-content/plugins/pdfjs-viewer-shortcode/pdfjs/web/viewer.php?file=https://media.am/wp-content/uploads/2022/08/%D5%84%D5%A5%D5%A4%D5%AB%D5%A1-i%D5%A3%D5%AB%D5%BF%D5%B8%D6%82%D5%A9%D5%B5%D5%B8%D6%82%D5%B6%D5%B4%D5%A5%D5%A4%D5%AB%D5%A1%D5%A3%D6%80%D5%A1%D5%A3%D5%AB%D5%BF%D5%B8%D6%82%D5%A9%D5%B5%D5%A1%D5%B6-%D5%B1%D5%A5%D5%BC%D5%B6%D5%A1%D6%80%D5%AF_%D5%84%D5%86%D4%BF_2022.pdf&attachment_id=0&dButton=true&pButton=true&oButton=false&sButton=true#zoom=auto&pagemode=none&_wpnonce=1f7a_aa3alf
9. Հայլուր, Ադրբեջանը «Ջանգեզուրի միջանցք» չի ուզում, Չավուշովյուն է ուզում. ՀՀ ԱԳՆ-ի քաղաքականությունը <https://www.youtube.com/watch?v=RYrZ3Rg90bM&t=2488s>
10. Խաղաղության օրակարգը փաստաթուղթ չէ, այլ՝ մտածողություն <https://www.youtube.com/watch?v=Xj4D1zyFNeI&t=186s>
11. Բեդևյան Ա. Խաղաղության օրակարգն ամեննին էլ պարտության օրակարգ չէ. վարչապետ, 2022 <https://www.azatutyun.am/a/31827015.html>
12. Բնչ է արել ռուսաստանաբնակ Գարիկ Մարտիրոսյանը <https://www.youtube.com/watch?v=AGhjdrFw5Ww>
13. Как нами манипулируют близкие люди, СМИ и реклама <https://skillbox.ru/media/growth/umer-tak-i-ne-uznav-pravdy-kak-nami-manipuliruyut-media-i-blizkie-lyudi/>
14. Teens and Social Media Use: What's the Impact? <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437#:~:text=Lead%20some%20teens%20to%20form,such%20as%20anxiety%20and%20depression.>
15. Loma Linda University, The impacts of social media on youth self-image, By Molly Smith – May 16, 2023 <https://news.llu.edu/health-wellness/impacts-of-social-media-youth-self-image>
16. Eamin Z. Heanoy, Norman R. Brown, Impact of Natural Disasters on Mental Health: Evidence and Implications, Healthcare 2024, 12(18), 1812; <https://doi.org/10.3390/healthcare12181812> <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11430943/>
17. Naslund J., Bondre A., Torous J., Aschbrenner K., Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice. The National Center for Biotechnology Information. J Technol Behav Sci. 2020 Apr 20;5(3):245–257. doi: 10.1007/s41347-020-00134-x <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7785056/>