

**ՔԱՐՈՉՉՈՒԹՅՈՒՆԸ ՊԱՏԵՐԱԶՄԱԿԱՆ ՇՐՋԱՆՈՒՄ. ԼԱՍՍՈՒԵԼԻ ՄՈԴԵԼԻ
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅ-ԱԴՐԲԵՋԱՆԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՊԱՅՔԱՐԻ
ՕՐԻՆԱԿՈՎ**

ԱՆՆԱ ՄԻՍՈՅԱՆ

Երևանի պետական համալսարան

Էլ. *hmuugk`* anna.sisoyan@ysu.am

DOI: 10.24234/scientific.v1i48.194

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Տեղեկատվական պատերազմների կարևորագույն բաղադրիչն է քարոզչությունը: Դարեր շարունակ քարոզչությունը կիրառվել է սեփական դիրքերի ամրամպնդման, լայն շրջանակներին որոշակի նպատակի շուրջ համախմբելու, հակառակորդին վարկաբեկելու, սեփական նպատակները հնարավորինս անխոչընդոտ առաջ տանելու և այլ նպատակներով: Կարևորվում է քարոզչական գործոնը հատկապես պատերազմական գործողություններին նախորդող շրջանում և հենց պատերազմների ժամանակ: Մեծածավալ քարոզչական աշխատանքներ են տարվել Առաջին, Երկրորդ համաշխարհային պատերազմների ժամանակ և դրանց նախորդող շրջանում: Կորեական, Վիետնամական պատերազմների ժամանակ ահռելի աշխատանք է կատարել ամերիկյան քարոզչամեքենան: Մեր օրերում էլ քարոզչական դիմակայություն դրսևորումներ եղան 2008թ. վրաց-ռուսական պատերազմի, 2014թ. Դրիմի ճգնաժամի ժամանակ, 2016թ. հայ-ադրբեջանական Ապրիլյան քառօրյա պատերազմի ժամանակ, 2020թ. 44-օրյա պատերազմի ժամանակ, և ներկայումս քարոզչությունը ամբողջ թափով կիրառվում է ռուս-ուկրաինական պատերազմին զուգընթաց: Ուստի պատերազմական շրջանում քարոզչական մեխանիզմների ուսումնասիրությունը ունի կիրառական նշանակություն:

Հոդվածի նպատակն է վերլուծել պատերազմական շրջանի քարոզչության առանձնահատկությունները՝ ոլորտի խոշոր տեսաբաններից Հ. Լասսուելի առաջ քաշած մոտեցումների հիման վրա՝ հայ-ադրբեջանական պատերազմներում համանման դրսևորումների օրինակներով: Հոդվածում տրվում են քարոզչության վերաբերյալ առավել տարածված սահմանումներն ու բնութագրումները, այնուհետև անդրադարձ է կատարվում Լասսուելի «Համաշխարհային պատերազմի քարոզչական մեխանիզմները» գրքում տեղ գտած մոտեցումներին: Հատկանշական է, որ թեև աշախատանքը գրվել է 20-րդ դարի

առաջին կեսում, սակայն աշխատանքում նկարագրված պատերազմական շրջանի քարոզչական մեխանիզմները արդիական և կիրառելի են մինչ օրս:

Քանալի բառեր՝ քարոզչություն, պատերազմ, համոզում, Լասսուել, Հայաստան, Ադրբեջան, տեղեկատվական պայքար:

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Քարոզչությունը հաճախ է կիրառվում քաղաքականության մեջ՝ ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին քաղաքական խնդիրներ լուծելու նպատակով: Հատկապես պատերազմական շրջանում այն հանդիսանում է կարևորագույն գործիք, որի ճիշտ կիրառումը կարող է զգալի ազդեցություն ունենալ պատերազմի արդյունքի վրա:

Քարոզչությունը սահմանվում է որպես հասարակական կարծիքի վրա ազդելու նպատակով տեղեկատվության՝ փաստերի, փաստարկների, ասեկոսեների, կիսաճշմարիտ կամ սուտ լուրերի տարածում: Հաճախ այն փոխանցվում է զանգվածային լրատվության միջոցներով:

Քարոզչությունը իրենից ներկայացնում է համակարգված ջանքեր՝ մանիպուլացնելու միջոցով ազդելու այլոց համոզմունքների, վարքագծի կամ գործողությունների վրա, օգտագործելով սիմվոլներ՝ բառեր, ժեստեր, պաստառներ, երաժշտություն, հագուստ և այլն: Դիտավորությունը և մանիպուլացիայի վրա շեշտադրումը տարբերակում են քարոզչությունը առօրեական խոսակցությունից կամ սովորական տեղեկատվության փոխանակումից: Քարոզչություն իրականացնող կողմը հետապնդում է որոշակի նպատակ: Նպատակին հասնելու համար ընտրվում են փաստեր, փաստարկումներ, խորհրդանիշեր և դրանք ներկայացվում են այնպես, որպեսզի ունենան առավելագույն ազդեցություն: Ազդեցությունը առավելագույնի հասցնելու համար հաճախ բաց են թողնվում կամ խեղաթյուրվում են փաստերը, երբեմն էլ կիրառվում է սուտը՝ շեղելու համար ռեակտորների (քարոզչության թիրախի) ուշադրությունը այն ամենից, ինչը իրենց քարոզչության շրջանակներում չէ (Smith and Lannes, 2025):

Չնայած քարոզչությունը բնութագրող վերընշված և մյուս բնութագրիչներին, չկա հստակ սահմանում կամ մոտեցում, թե ինչ է այն: Հեղինակներ Գ. Ջոեթն ու Վ. Օ'Դոնելը իրենց գրքում անդրադարձ կատարելով քարոզչության հասկացությանը նշում են, որ սկզբնական շրջանում քարոզչությունը համարվում էր չեզոք երևույթ, սակայն ժամանակի ընթացքում այն ստացավ բացասական հնչերանգ: Հաճախ քարոզչությունն օգտագործվում է բացասական կամ ոչ ձեռնտու տեղեկատվության ազդեցությունը նվազեցնելու կամ էլ իրողությունները ցանկալի լույսի տակ ներկայացնելու համար (Jowett, O'Donell, 2006):

Պատերազմական շրջանի քարոզչական մեխանիզմներին ընդգրկուն անդրադարձ է կատարում ոլորտի նշանավոր տեսաբաններից Հ. Լասսուելը իր «Համաշխարհային

պատերազմի քարոզչական մեխանիզմները» գրքում՝ նկարագրելով և վերլուծելով պատերազմող կողմերի իրականացրած քարոզչական մեխանիզմները Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ: Թերևս մոտեցումների խորությամբ Լասսուելի դասակարգումները ներկայումս էլ շարունակում են մնալ արդիական: Այդ է պատճառը, որ Առաջին համաշխարհային պատերազմի ընթացքում տեղ գտած քարոզչական դրսևորումները ունեն ընդհանրություններ հայ-ադրբեջանական տեղեկատվական պայքարում կիրառվող դրսևորումների հետ: Ուստի Լասսուելի առաջ քաշած մոդելը ուսումնասիրությունը թույլ կտա ոչ միայն համեմատության իրականացնել, այլ նաև իրականացնել վերլուծություն, թույլ և ուժեղ կողմերի վերհանում, ինչն էլ իր հերթին կարող է օգտակար լինել ընթացող տեղեկատվական պայքարի ճիշտ ուղղորդման համար:

Լասսուելը, թեև ոչ դասակարգված, իր աշխատության մեջ առանձնացնում է այն տեխնիկաները կամ մեթոդները, որոնք ղեկավարությունները կիրառում են պատերազմների ժամանակ:

Հայ-ադրբեջանական հակամարտության ընթացքում կիրառվել են մի շարք քարոզչական գործիքակազմեր, որոնց ուսումնասիրությունը Լասսուելի առաջ քաշած մոտեցումների համատեքստում հնարավորություն կտա առավել խորը վերլուծել կիրառվող և կիրառվելիք քարոզչական տեխնիկաները, ինչն էլ իր հերթին կօգնի ոչ միայն արդյունավետ քարոզչության իրականացման մեխանիզմների, այլ նաև հակառակորդի քարոզչության չեզոքացմանն ուղղված մեթոդների վերհանմանը:

ՔՆՆԱՐԿՈՒՄ

Անդրադարձ կատարելով Առաջին Համաշխարհային պատերազմին և առհասարակ քարոզչությանը պատերազմական շրջանում, Լասսուելը նշում է, թե պետք է հասկանալ, որ պատերազմական շրջանում մարդկանց և նյութական միջոցների մոբիլիզացումը բավարար չէ. պետք է նաև կարծիքների մոբիլիզացում: Ուստի կարծքի վրա իշխանությունը, ինչպես կյանքի և գույքի վրա ունեցած իշխանությունը անցավ պետությանը, քանի որ ամենաթողությունից եկող վտանգը ավելի վտանգավոր էր, քան շահարկումից եկող վտանգը: Անկասկած կարծիքի կառավարումը կառավարության կողմից ժամանակակից պատերազմի հրամայականն է: Հարցը կայանում է նրանում, թե ինչ չափով կառավարությունը պետք է իրականացնի քարոզչությունը գաղտնի կերպով, իսկ ինչ չափով բացահայտ կերպով (Лассуэлл, 2021):

Ատելության մոբիլիզացիա

Լասսուելը առանձնացնում է պատերազմական շրջանում հակառակորդի բացարձակ բացասական կերպարի ստեղծմանը, այնպիսի մեխանիզմների կիրառմանը, որի արդյունքում հասարակությունը կսկսի անվերապահորեն ատել հակառակորդին: Լասսուելը առաջ է քաշում մարդկանց ատելության մոբիլիզացիայի կոնցեպտը, որը

ենթադրում է այնպես անել, որ ողջ մեղքն ու պատասխանատվությունը ընկնի հակառակորդի վրա: Ինչպես նաև պատկերավոր ներկայացնում է այն իրավիճակը, երբ դժբախտության մեջ հայտնված մարդիկ որոնում են քավության նոխագներ և փրկիչներ, ինչը լայն հնարավորություններ է ստեղծում քարոզչություն իրականացնողների համար:

Քարոզչության այս մեթոդը տասնամյակներ շարունակ պետական մակարդակով կիրառվում է Ադրբեջանի կառավարության կողմից ոչ միայն պատերազմական շրջանում: Ադրբեջանում հայատյացությունը դարձել է պետական քաղաքականության մաս և այդ ուղղությամբ քարոզչություն է իրականացվում անգամ կրթական հաստատություններում:

Ադրբեջանում հայատյացության քարոզը և դրսևորումները լայնորեն փաստագրված են: Օրինակ, 2004թ. ՆԱՏՕ-ի «Գործընկերություն հանուն խաղաղության» ծրագրի շրջանակներում Հունգարիայում տեղի ունեցած դասընթացի ժամանակ ադրբեջանցի սպա Ռամիլ Սաֆարովը կացնահարեց քնած հայ սպա Գուրգեն Մարգարյանին: Սաֆարովը հետագայում արտահանձնվեց Ադրբեջան, որտեղ նրան շնորհվեց ազգային հերոսի կոչում (Aljazeera, 2012): Բացի այդ, 2016թ. Ապրիլյան պատերազմի և 2020թ. Արցախյան պատերազմի ընթացքում արձանագրվել են հայ զինվորների և քաղաքացիական անձանց նկատմամբ դաժան վերաբերմունքի և խոշտանգումների դեպքեր, որոնք ներկայացվել են միջազգային իրավապաշտպան կազմակերպությունների զեկույցներում: Ի հակադրություն սրա հայկական կողմում որպես այդպիսին բացակայում է համակարգված ատելության քարոզն ընդդեմ Ադրբեջանի: Հատկապես պատերազմական շրջանում հակաադրբեջանական տրամադրությունների սրումը ավելի շուտ բնական ռեակցիա է կատարվող վայրագություններին, քան համակարգված քարոզչության արդյունք: Անհերքելի է, որ հակամարտության ողջ ընթացքը ուղեկցվում է երկուստեք ատելության դրսևորումներով, սակայն ի տարբերություն ադրբեջանական ուղղորդվող և հրահրվող ատելության հայկական կողմում այն հանդիսանում է փաստական իրողությունների արձագանք, որին, իհարկե նպաստում է տեղեկատվության համապատասխան կերպով մշակումն ու լայն շրջանակներին մատուցումը:

Պատերազմը արդարացնելը

Ռազմական գործողությունների նախապատրաստումը ևս իրենից ենթադրում է հսկայածավալ քարոզչական աշխատանք: Քարոզչություն իրականացնողների համար կարևոր է հասկանալ, թե ինչ գաղափարախոսական ազդեցություն ունեցող հասարակության հետ է աշխատանքը. սովորաբար լիբերալ գաղափարներով հասարակությունը և միջին դասակարգի մարդիկ հավանություն են տալիս քաղաքական կամ իրավաբանական նպատակներ հետապնդող ռազմական գործողություններին, մինչդեռ տնտեսական բարօրության ձգտող հասարակության համար առավել ընդունելի են տնտեսական շահեր հետապնդող ռազմական գործողությունները (Лазыцкая, 2021):

Հայ-ադրբեջանական տեղեկատվական պայքարը, հատկապես պատերազմական շրջանում ընդգրկում է նշված մոտեցումները՝ հասարակության համար պատերազմի պատճառները բացատրելու համատեքստում:

- Ադրբեջանի պետական քարոզչությունը ներկայացնում է հայերին որպես «գրավողներ» և «թշնամիներ», ինչը նպաստում է ռազմական գործողությունների արդարացմանը հասարակության շրջանում:

- Ադրբեջանը պնդում է, որ Արցախը (Լեռնային Ղարաբաղը) իր միջազգայնորեն ճանաչված տարածքի մասն է, ուստի 2020 և 2023 թվականների ռազմական գործողությունները ներկայացնում է որպես «ահաբեկչության դեմ պայքար» և «սուվերենության վերականգնում»:

- Նկրտումները ՀՀ ինքնիշխան տարածքի նկատմամբ հիմնավորվում են «ադրբեջանական պատմական հողեր» լինելու թեզի շրջանառմամբ:

Այս առումով հայկական քարոզչության առջև դրված խնդիրը ոչ թե նոր թեզերի մշակումն է, այլ ադրբեջանական թեզերի հակադարձումը: Հայկական կողմի քարոզչական խնդիրները այս համատեքստում այլ են.

- Արցախյան շարժման սկզբից ի վեր հայկական կողմը միջազգային հանրությանը ներկայացնում էր Արցախի ժողովրդի ինքնորոշման օրինականությունը:

- Հայկական քարոզչությունը շեշտում էր, որ հայերը պայքարում են ֆիզիկական ոչնչացման դեմ և առհասարակ ողջ պայքարը ներկայացվել և շարունակում է ներկայացվել որպես հանուն մարդու հիմնարար իրավունքների պայքար:

Երկուստեք այս թեզերը շարունակություն գտան թե՛ Արցախյան հակամարտության սառեցված փուլում, թե՛ 2016թ. Ապրիլյան պատերազմից 2020թ. 44-օրյա պատերազմն ընկած հատվածում և պատերազմից հետո:

Հակառակորդի դեմոնիզացիա

Թշնամու դեմոնիզացիային վերաբերող գլխում Լասուելն ընդգծում է, որ քարոզչություն իրականացնողը կարող է իր առաջադրանքը կատարված համարել, երբ հասարակությունը վստահ է լինում, որ հենց հակառակորդն է սկսել պատերազմը և խոչընդոտում է հարատև, շահավետ և աստվածահանո խաղաղությանը: Պետք է ամեն ինչ անել ցույց տալու համար, որ թշնամին ընդունակ է այնպիսի հրեշավոր բանի, ինչպիսին ագրեսիվ պատերազմն է, ինչի արդյունքում էլ առաջ է գալիս մի հոգեբանական արձագանքի օղակ, որտեղ մեղավորները դեմոնիզացվում են, իսկ դեմոնիզացվածները մեղավոր են: Շատ կարևոր է նաև հակառակորդի քարոզչությունը որպես կեղծիք ներկայացնելը և քարոզչության միջոցով դաշնակիցներին աջակցելը: Թշնամու դաժան կերպարը ներկայացնելու համար հաճախ շեշտը դրվում է խաղաղ բնակչության, կանաց, երեխաների, ծերերի, հոգևորականների նկատմամբ կատարած վայրագությունների վրա: Ըստ

անհրաժեշտության տարածվում են դաժան կադրերը պատկերող նկարներ: Պատերազմական շրջանում կամ դրանից դուրս կարևոր է հավաքել հակառակորդի «մեղքերի» կատալոգը և դրանք պարբերաբար շրջանառել՝ հանրության արդեն իսկ ստեղծված բացասական տրամադրվածությունը հակառակորդի հանդեպ վառ պահելու համար (Лассыэлл, 2021):

ԽՍՀՄ փլուզման նախօրեին Ադրբեջանում հակահայկականությունը վերստին ակտուալացավ ԼՂԻՄ կարգավիճակի հետ կապված հիմնախնդրի համատեքստում: 1988-1990թթ. Սուևգայիթի, Կիրովաբադի և Բաքվի ցեղասպանական գործողությունները հրահրվեցին և ընթացան ադրբեջանական հասարակության ներսում հատուկ կերպով շրջանառվող ապատեղեկատվության համատեքստում, ըստ որի՝ հայերը «դաժանություններ» էին իրականացնում ՀԽՍՀ և ԼՂԻՄ սահմաններում բնակվող ադրբեջանցիների նկատմամբ: ԽՍՀՄ փլուզումից հետո ադրբեջանական տեղեկատվական քաղաքականությունը այս համատեքստում ավելի ակտիվացավ:

1991-1994թթ. փուլի տեղեկատվական քաղաքականության նպատակներն էին՝

- Հանրային կարծիքի համախմբումը «ծավալապաշտական» նկրտումներ ունեցող «հայ անշատողականների» և «ազրեսորների» դեմ պայքարում,

- Հայկական զինված ուժերի կողմից «բռնագավթված» տարածքների «ազատագրման» և մոտալուտ հաղթանակի անխուսափելիության գաղափարների ներդրումը հասարակական գիտակցությունում:

Հայկական և ադրբեջանական կողմերի միջև 1994 թվականի հրադադարի կնքումից սկսած՝ տեղեկատվական քաղաքականությունը, մնալով կոնֆլիկտային հաղորդակցման տրամաբանության շրջանակներում, մտավ նոր՝ հետպատերազմյան շրջան:

Երկրորդ՝ 1995-1997թթ. ընդգրկող փուլում Բաքվի քարոզչության նպատակը միջազգային հանրության միջոցով պատերազմի հետևանքների վերացումն էր, զինադադարի երկարաձգումը և փախստականների սոցիալական խնդիրների բարձրաձայնումը: Հայաստանը ներկայացվում էր որպես «ոճիրների ունակ» երկիր, որը Սփյուռքի օգնությամբ կարողացավ «գրավել» ադրբեջանական տարածքները:

1998-2002թթ. Ադրբեջանում սկսվեց տեղեկատվական գործողությունների ռազմավարական մեթոդների ակտիվ փնտրտուք, որը կարելի է առանձնացնել որպես երրորդ փուլ: Մասնավորապես կրկնապատկվեց Խոջալուի իրադարձությունների ժամանակ ադրբեջանցի և թուրք մեսիսթեջի զոհերի թիվը: Այս քայլի տրամաբանական շարունակությունը դարձավ մեկ ամիս անց, 1998թ. մարտին Հեյդար Ալիևի կողմից «ադրբեջանցիների ցեղասպանության մասին» հրամանագրի ստորագրումը:

Հաջորդ շրջանը սկսվեց 2003 թվականից, երբ Ադրբեջանի նախագահի պաշտոնում Հեյդար Ալիևին փոխարինեց նրա որդին՝ Իլհամը, և շատ արագ նոր որակ ու

շեշտադրումներ ներմուծեց գործընթացում: Ադրբեջանի դեկլարության համար տեղեկատվական հարձակման ուղղակի թիրախ դարձան ՀՀ-ն, ԼՂՀ-ն և Հայությունը՝ հանրային կարծիքը նորովի կերտելու և նրա զարգացման հիմնական միտումները կանխորոշելու համար: Հայաստանը և Հայությունը ներկայացվեցին որպես «գոյատևման սպառնալիքներ» ադրբեջանական հասարակության ու նրա անվտանգության համար (Հարությունյան, Բորթանջյան, 2009):

Հաջորդող ժամանակահատվածում այս թեզերը սկսեցին ակտիվորեն շրջանառվել, դե իսկ պատերազմական շրջաններում էլ հայերը շարունակում էին մեղադրվել վայրագությունների մեջ:

Հակառակորդի դեմոնիզացիայի հարցում էլ, հայկական կողմի մոտեցումները առավելապես արձագանքողական են: Բաքվի, Կիրովաբադի, Սումգայիթի ջարդերից հետո աստիճանաբար սկսեց ձևավորվել հակառակորդի որպես բիրտ ու դաժան թշնամու կերպարը, ով չի խնայում անգամ խաղաղ բնակիչներին, ինչը, սակայն ավելի շատ փաստերի վերհանում էր, քան հակառակորդի դեմոնիզացիային ուղղված թիրախային քայլ:

2016թ. Ապրիլյան պատերազմի սկզբից հայկական լրատվամիջոցները խոսում էին խաղաղ բնակչության նկատմամբ կատարված ոտնձգություններից, հատկապես հիշատակվում էր 12 ամյա երեխայի գոհվելը հրթիռակոծությունից (Armenpress, 2016), այնուհետև ադրբեջանցի զինյալների կատարած խոշտանգումները հայկական բնակավայրերում, ինչպես նաև այն, թե ինչպես է հակառակորդը վարվում գոհվածների դիերի հետ:

2020թ. պատերազմի ժամանակ հայ աղբյուրները մեծ ուշադրություն դարձրեցին ադրբեջանցի զինվորների կողմից կատարված պատերազմական հանցագործություններին՝ հատկապես գերիների խոշտանգման և գլխատման դեպքերին: Հայկական մեդիան կենտրոնացավ նաև ադրբեջանական բանակի՝ հատկապես սիրիացի վարձկանների օգտագործման վրա, ներկայացնելով Ադրբեջանին որպես ահաբեկիչների հովանավոր (BBC, 2020): Ինչպես նաև բարձրաձայնվում էր ոչ թույլատրելի միջոցների, մասնավորապես ֆոսֆորային զինատեսակների կիրառության, ռազմական հանցագործությունների մասին (France 24, 2020):

Հայկական կողմից միշտ խոսվել է հակառակորդի կողմից համակարգված կերպով հայկական մշակութային ժառանգության ոչնչացման մասին (օրինակ՝ Ջուղայի խաչքարերի ոչնչացումը 2005-ին): 2020թ. պատերազմից ու հատկապես Արցախի հայաթափումից հետո շարունակվում է բարձրաձայնվել հայկական մշակութային կոթողների ավերման մասին (Մեքքումյան, 2020):

Ներկայումս խոսվում է Ադրբեջանում պահվող հայ գերիների նկատմամբ կիրառվող անմարդկային կտտանքների մասին: Ինքնին այն փաստը, որ դեռ Ադրբեջանը պահում է

հայ գերիների, իրականացնում կասկածելի դատավարություններ կեղծ մեղադրանքներով, խոչընդոտում է Կարմիր խաչի միջազգային կազմակերպության աշխատանքներին, արդեն իսկ ոչ թե քարոզական, այլ փաստական նյութ է, որը անգամ ոչ թիրախային կիրառման դեպքում նպաստում է հակառակորդի դեմոնիզացված կորպարի ստեղծմանը:

Լիդերների դեմոնիզացիա

Քարոզչության իրականացման տեսանկյունից Լասսուելը առանձնացնում է նաև անհատների, մասնավորապես հակառակորդի լիդերների նկատմամբ ատելության բորբոքումը՝ նրանց վերագրելով հնարավոր բոլոր մահացու մեղքերը (Лассуэлл, 2021):

Ադրբեջանական քարոզչությունը պարբերաբար փորձում է ներկայացնել Հայաստանի ղեկավարներին որպես պատերազմ հրահրողներ, ովքեր ատում են ադրբեջանցիներին: Հայաստանի ղեկավարները հաճախ ներկայացվում են որպես «սեպարատիստներ», որոնք «չեն ուզում խաղաղություն»: Հաճախ Ալիևը Հայաստանի լիդերներին ներկայացնում է որպես ֆաշիզմի հովանավորներ, ռազմական հանցագործներ:

Հայաստանում և Արցախում Իլհամ Ալիևի կերպարը ներկայացվել է որպես ավտորիտար ղեկավար, պատերազմահրավեր գործիչ և հայատյացության տարածող (Reuters, 2025): Հայկական մեդիան շեշտադրում է Ալիևի կլանային կառավարման, իշխանության ժառանգականության և խավիարային դիվանագիտության մասին տեղեկությունները: Հայկական կողմը նրան ներկայացնում է որպես Արցախի պատերազմներում քաղաքացիական բնակչության դեմ ռազմական հանցագործությունների գլխավոր պատասխանատու:

Մարտական ոգու պահպանում

Այս ամենին զուգահեռ անհրաժեշտություն կա պահպանել ազգի մարտական ոգին: Ըստ հեղինակի անհրաժեշտ է պահպանել հաղթանակի պատրանքը: Կախված հակառակորդից բերվում են փաստարկներ թե՛ հակառակորդի, թե՛ սեփական ուժեղ կողմերի մասին: Հաճախ սեփական հաղթանակը ներկայացվում է որպես բարու հաղթանակ և Աստծո կամք, պատերազմը ներկայացվում է որպես բարու և չարի պայքար: Հաճախ պատերազմում ձախողումները ներկայացվում են որպես ժամանակավոր անհաջողություն, կամ պատիժ նախկինում գործած մեղքերի համար և քավություն հետագայում փառքի հասնելու համար: Երբեմն սեփական թուլությունները թաքցնելու համար ուռնացվում է հակառակորդի ուժը կամ տեղի ունեցածին հաղորդվում է անսպասելիության բնույթ: Երբեմն էլ հանկարծակիությունը արդարացնելու համար առաջ է քաշվում հակառակորդի լրտեսների ազդեցությունը: Սա մի հանգամանք է, որը հասարակության մոտ առաջացնում է վտանգավոր իրավիճակում համատեղ գործելու անհրաժեշտության զգացողություն: Հանկարծակի հարձակման տեսությունը ուղեկցվում է հակառակորդին փայլուն հակահարված տալու թեզով: Ինչպես նաև ոչ ցանկալի

վատատեսությունից խուսափելու համար անհրաժեշտ է սեփական հաղթանակի վրա չկասկածելու թեզերի տարածումը, որը հիմնավորվում է մարդկային, նյութական ռեսուրսներով, արտաքին բարեկամական կապերով: Հաճախ էլ արվում են հետևյալ բնույթի հայտարարություններ՝ «պատերազմը կավարտենք այն ժամանակ, երբ կհասնենք մեր նպատակին»:

Պատերազմական շրջանում քարոզչություն իրականացնելիս անհրաժեշտ է ճիշտ հաշվարկել կորուստների մասին լուրերի հաղորդումը: Ըստ Չերչիլի մոտեցման վատ լուրեր ստանալու դեպքում անհրաժեշտ է սպասել, մինչ կգան լավ լուրերը, որից հետո դրանք կիրապարակվեն միաժամանակ (Лассуэлл, 2021):

Անդրադառնալով հայ-ադրբեջանական հակամարտությանը, կարելի է նշել, որ Լասսուելի առաջ քաշած այս կետերը ամբողջությամբ համապատասխանում են երկուստեք մարտական ոգու բարձրացման ուղղությամբ իրականացված աշխատանքների մեթոդաբանությանը: Այս շեշտադրումներով քարոզչական դրսևորումները հատկապես ցայտուն էին արտահայտված 2020թ. պատերազմի ընթացքում: Ադրբեջանական կողմը հենվում էր հետևյալ կետերի վրա՝

- «Ադրբեջանը վերականգնում է իր պատմական արդարությունը»:
- Ադրբեջանն ունի տարածքային ձեռքբերումներ (նույնիսկ եթե դրանք մարտավարական նշանակություն չունենին):
- Հայերը «զավթիչներ» են:
- Ադրբեջանի իշխանությունները պատերազմի ընթացքում գրեթե չէին հաղորդում զոհերի մասին, իսկ իրական թիվը հայտարարվեց միայն պատերազմից հետո:
- Ներկայացվում էր, թե ինչպես «անօդաչու թռչող սարքերը վերացնում են հայերի դիրքերը»՝ հասարակության մոտ այն տպավորությունը ստեղծելով, որ մարդկային կորուստները քիչ են:
- Նույնիսկ զոհերի առկայության դեպքում Ալիևը շեշտում էր, որ «այս հաղթանակը փոխհատուցում է բոլոր զոհերը»:
- Հայկական կողմում մարտական ոգու պահպանումը իրականացվում էր հիմնականում հետևյալ մեթոդներով՝
- Հայկական մեդիայում զոհված զինվորները ներկայացվել են որպես «հերոսներ» և «նահատակներ»:

• Նույնիսկ բարդ իրավիճակներում հաղորդվում էր, որ «հակառակորդն ավելի մեծ կորուստներ ունի» և որ «հաղթանակն անխուսափելի է»:

• Ինչպես 2020 թվականի, այնպես էլ 2016 թվականի պատերազմների ընթացքում հասարակության մոտ պահպանվում էր «միասնականության» գաղափարը, կամավորների հոսքը ներկայացվում էր որպես «հայկական դիմադրության ոգու» արտահայտություն:

- Ադրբեջանական բանակը ներկայացվում էր որպես անփորձ, վարձկանների վրա հիմնված, իսկ ադրբեջանցի զինվորները՝ որպես «մարտական ոգի չունեցող»:

- 2020թ. պատերազմի ընթացքում հայկական մամուլը հաճախ ներկայացնում էր, թե ինչպես «մեր տղաները հակազորոհի են անցնում»:

- Շատ դեպքերում զոհվածների իրական թիվը հայտարարվում էր ուշացումով՝ խուճապից խուսափելու համար:

- Նույնիսկ երբ հայկական կողմը նահանջում էր, դա ներկայացվում էր որպես «նոր պաշտպանական գծերի ամրապնդում»:

Զինատեսակների պայքարը

Կարևորվում է նաև նոր զինատեսակների կիրառման ճիշտ ներկայացումը: Հաճախ նոր զինատեսակի կիրառումը ներկայացվում է որպես հաղթանակի երաշխիք, միևնույն ժամանակ հակառակորդի կողմից նոր զինատեսակների կիրառումը ներկայացվում է որպես հանցագործություն մարդկության դեմ: Երբեմն իրենց կողմից նոր զինատեսակի կիրառումը ներկայացվում է որպես հակառակորդի կիրառած այս կամ այն զինատեսակին պատասխան (Лассуэлл, 2021):

Զինատեսակների առումով 2016թ. պատերազմի ընթացքում հայկական կողմում սռաջացավ որոշակի խուճապ՝ կապված Ադրբեջանի կողմից դրոնների կիրառության հետ: Հայկական կողմը մեղմելու համար այդ խուճապային մթնոլորտը, նախ լայնորեն տարածում էր դրոնները խոցելու մասին լուրերը, հատկապես եթե դա կատարվել էր սովորական զինատեսակներից, այնուհետև սկսեցին շրջանառվել հայկական կողմից կիրառվող դրոնների մասին լուրերը: Պատերազմից հետո պարբերաբար հաղորդվում էր զինանոցը դրոններով համարելու, սեփական դրոնային արտադրություն ունենալու մասին մասին: Ադրբեջանական կողմում 2020թ. «Բայրաքթար» ԱԹՄ-ների օգտագործումը ներկայացվում էր որպես հայերի դեմ «բացարձակ հաղթանակի» մեխանիզմ (Soylu, 2020): Հայկական կողմում 2020թ. պատերազմի ընթացքում փորձ էր արվում ներկայացնել հայկական հարվածային ԱԹՄ-ների կիրառումը որպես ադրբեջանական ուժերին զգալի հարված հասցնող գործոն: Ադրբեջանական կողմը հայկական կողմից արձակված հրթիռները (օրինակ՝ «Սմերչ») ներկայացնում էր որպես անմեղ բնակչության վրա իրականացված հարձակում: Հայկական կողմը Ադրբեջանին մեղադրում էր կասետային և ֆոսֆորային զինատեսակների կիրառման մեջ, ինչը ներկայացվում էր որպես պատերազմական հանցագործություն: Հայկական կողմից նաև հաճախ էր շեշտվում Թուրքիայից, Իսրայելից և այլ երկրներից Ադրբեջանին տրվող ռազմատեխնիկական օգնության մասին, հաճախ էլ արժարժեքով այն թեզը, թե ադրբեջանական կողմը ինքնուրույն չի կարողանում գլուխ հանել և Ադրբեջանը դիմանում է զուտ դաշնակիցների աջակցության շնորհիվ:

Պաշնակիցների հետ հարաբերություններ

Պատերազմական շրջանում իրականացվող կարևորագույն քայլերից է դաշնակիցների հետ բարեկամական հարաբերությունների պահպանումը, ամրապնդումը, նոր դաշնակիցներ ու աջակիցներ ձեռք բերելու, միևնույն ժամանակ հակառակորդի դաշնակցային կապերը խարխալելու ուղղությամբ ջանքեր գործադրելը: Այս ամենն, իհարկե, պետք է ուղեկցվի քարոզչական արշավներով (Лассуэлл, 2021):

Ադրբեջանը ոչ միայն դաշնակիցներ գրավելու, այլ նաև միջազգային հանրության առաջ սեփական գործողությունները արդարացնելու, մեղադրանքներից խուսափելու համար ներկայացնում էր Ղարաբաղի հարցը որպես օկուպացիայի խնդիր, ոչ թե ազգերի ինքնորոշման իրավունք: Ադրբեջանի քարոզչությունն Արևմուտքում փորձում էր համեմատել իր դիրքը այլ տարածքային վեճերի հետ, օրինակ՝ Ուկրաինայի դիրքորոշման հետ Ղոնբասի հարցում: Ադրբեջանը միջազգային հարթակներում փորձում էր Հայաստանին ներկայացնել որպես օկուպանտ, շեշտելով փախստականների թեման: Այս ամենին զուգահեռ տարվում էր լուրջ դիվանագիտական աշխատանք՝ տարբեր երկրներից կորզելու համար հնարավորինս ձեռնտու դիրքորոշում: Պատերազմի ընթացքում Ադրբեջանն ուներ բացահայտ ռազմական աջակցություն Թուրքիայից, որն ապահովում էր ԱԹՄ-ներ, ռազմական ուսուցում և զինատեսակներ: Իսրայելը մատակարարել է բարձր տեխնոլոգիական զենքեր, այդ թվում՝ կամիկաձե ԱԹՄ-ներ: Պակիստանը արտահայտել է քաղաքական աջակցություն Ադրբեջանին և հրաժարվել է դիվանագիտական հարաբերություններից Հայաստանի հետ:

Հայկական կողմը միջազգային հանրությանն առաջարկում էր ընկալել Արցախը որպես ինքնորոշման իրավունք ունեցող ժողովուրդ, համեմատելով այն Կոսովոյի, Շոտլանդիայի կամ այլ անկախության շարժումների հետ: Հայկական կողմը փորձում էր ցույց տալ, որ Արցախը պատմականորեն հայկական տարածք է, ինչը նպաստում էր միջազգային աջակցությանը: Հայկական կողմի քարոզչության մեջ շեշտադրվում էր, որ Ադրբեջանը Թուրքիայի խամաճիկն է, իսկ Թուրքիան՝ Օսմանյան կայսրության քաղաքականության շարունակողը, ինչը Արևմուտքում հավելյալ զգայունություն էր առաջացնում:

Հանդիսանալով ԵԱՏՄ և ՀԱՊԿ անդամ, Հայաստանը դաշնակցային օգնություն էր ակնկալում Ռուսաստանից, սակայն Ռուսաստանը Արցախի հարցում երբեք ուղղակի ռազմական աջակցություն չի ցուցաբերել: Իրանի աջակցությունը ևս գործուն չի եղել. թեև հայտարարությունները բարեկամական էին, սակայն որևէ փաստական աջակցության դեպք չի գրանցվել: Փրանսիան հատկապես 2020թ. պատերազմի ընթացքում Բաքվի և Անկարայի դեմ կոշտ դիրքորոշում ուներ: Հունաստանը, Կիպրոսը, Սիրիան, ինչպես նաև Լատինական

Ամերիկայի որոշ երկրների պատմականորեն աջակցել են Հայաստանին, սակայն դա առավելապես բարոյահոգեբանական աջակցությամբ է դրսևորվել:

Հակառակորդի բարոյալքումը

Լաստուելի աշխատության հաջորդ գլուխը նվիրված է պատերազմի ժամանակ հակառակորդի բարոյալքմանը, որի հարցում քարոզչությունը բնականաբար անփոխարինելի դեր է խաղում: Դեպքում է արվել մի շարք միջոցներով, ինչպես օրինակ, ցույց տալով որ սեփական զինվորները մարդասիրաբար են վերաբերվում հակառակորդի զերիներին, խաղաղ բնակչությունը: Ի հակառակ սրան հակառակորդի տարածած լուրերը, թե թշնամին դաժան գործողություններ է կատարել, կամ կատարում, պետք է հերքվեն կամ ներկայացվեն, որպես պատերազմի ժամանակ կատարված անհրաժեշտ գործողություն: Բարոյալքման մեկ այլ մեթոդ է հայրենասիրական ոգու նվազեցումը ի հակադրություն սեփական հայրենասիրական ոգու բարձրացման: Հաջորդ կարևոր քայլը ժողովրդի վստահության բարձրացումն է իր ղեկավարության հանդեպ: Ինչպես նաև կարևոր է հակառակորդի ղեկավարության վարկաբեկումը տվյալ այդ ժողովրդի առջև: Հակառակորդին բարոյալքելուն ուղղված կարևոր գործոն է համոզելը, որ արյունը հեղվում է անիմաստ, որ նրանց (հակառակորդի) գործերը վատ են ընթանում և մոտավորապես պարտությունն անխուսափելի է, հնարավորության դեպքում օգտագործել այն վարկածը, որ ղեկավարությունը ճշմարտությունը թաքցնում է (Лассуэлл, 2021):

Պատերազմների ընթացքում թե՛ հայկական, թե՛ ադրբեջանական կողմերն էլ փորձել են ներկայացնել, որ հակառակորդը «ծանր կորուստներ» է կրում, որպեսզի թուլացնեն նրա մարտական ոգին (2020թ. պատերազմի ընթացքում հայկական ու ադրբեջանական պաշտոնական աղբյուրները ներկայացնում էին հակառակորդի կորուստների անհամեմատելի մեծ թվեր, որոնք զգալիորեն տարբեր էին իրականությունից): Օգտագործվել են կեղծ լուրեր, օրինակ՝ հրամանատարների մահվան, զորքերի խուճապի կամ պետական դավաճանության մասին (օրինակ՝ 2016թ. Ապրիլյան պատերազմի ժամանակ սոցիալական ցանցերում տարածվեց կեղծ տեղեկություն, թե հայկական կողմը մեծ կորուստներ ունի և չի կարողանում պահել դիրքերը): Պատերազմի ընթացքում փորձ է արվել հակառակորդի առաջնորդներին ներկայացնել որպես թույլ, անպատրաստ, դավաճան կամ անտարբեր իրենց ժողովրդի ճակատագրի նկատմամբ (2020թ. պատերազմի ընթացքում և հետո հայկական մեդիան Ալիևին հաճախ ներկայացնում էր որպես Էրդոհանի խամաճիկ, իսկ ադրբեջանական քարոզչությունը՝ Նիկոլ Փաշինյանին որպես «կապիտուլյանտ»): Ինչպես նաև 2020թ. պատերազմի ընթացքում ադրբեջանական կողմը փորձում էր ներկայացնել, որ հայկական զորքերը զանգվածաբար փախչում են, իսկ հայկական կողմը՝ որ Ադրբեջանը չունի բավարար ռեսուրսներ շարունակելու պատերազմը:

Ադրբեջանական կողմը նաև իրականացնում էր գոհված զինվորների լուսանկարների տարածում՝ հակառակորդի զորքերի ու նրանց ընտանիքների բարոյալքման համար: Ադրբեջանական կողմից նաև տարածվեցին տեսանյութեր, որտեղ երևում էին գերեվարված հայ զինվորների նկատմամբ խոշտանգումներ ու սպանություններ, ինչը մեծ հոգեբանական ճնշում էր ստեղծում հայկական կողմի վրա:

Հակառակորդի ղեկավարության հանդեպ անվստահության հրահրում

Ինչպես արդեն նշվել է, կարևոր քայլ է հակառակորդ ղեկավարության հանդեպ տվյալ երկրի ժողովրդի անվստահության հրահրումը: Սրա մեկ այլ, առավել ծայրահեղ դրսևորում էր ատելության հրահրումը, որը կարող է հանգեցնել հեղափոխության: Այդ ամենի համար դրվում են մեծ ջանքեր և ռեսուրսներ:

Հակադաշնակցային և հակակառավարական քարոզչությունից բացի, որի մասին արդեն խոսվել է, կարևոր է նաև այսպես կոչված հակապետական քարոզչությունը, որն ուղղված է հակառակորդի տարածքային ամբողջականության խաթարմանը՝ հակառակորդի տարածքում գտնվող և ինքնիշխանության ձգտող տարրերին հրահրելու միջոցով:

Հայ-ադրբեջանական հակամարտության ողջ ընթացքում, իսկ պատերազմների ժամանակ առավել ևս երկուստեք իրականացվել են հետևյալ քարոզչական գործողությունները այս համատեքստում՝

- Պետական և ոչ պետական լրատվամիջոցներով փորձ է արվել սերմանել անվստահություն սեփական ղեկավարության նկատմամբ՝ ներկայացնելով այն որպես անկարող, ապաշնորհ կամ դավաճան:

- Երկուստեք տարածվում էին լուրեր, որոնք պնդում էին, որ կառավարությունը սխալ որոշումներ է կայացնում, թաքցնում է ռազմական կորուստները կամ համագործակցում է թշնամու հետ:

- Ադրբեջանում ապրող լեզգիների, թալիշների, ավարների և այլ փոքրամասնությունների շրջանում տարածվել են այնպիսի տեղեկություններ, որոնք շեշտում են նրանց անիրավ վիճակը Ադրբեջանի պետության կողմից:

- Ռազմական անհաջողությունների հետևանքով իշխանության դեմ դժգոհությունների խթանում:

- Ընդդիմադիր խմբերի ակտիվացում՝ պատերազմի ընթացքում և դրանից հետո փորձեր են արվել օգտագործել ներքին բևեռացումները, բողոքի շարժումները և անհաջողությունների նկատմամբ դժգոհությունները՝ քաղաքական ճգնաժամ ստեղծելու նպատակով:

- Հակառակորդի տարածքում խուճապի տարածում՝ պատերազմի ժամանակ և դրանից հետո պարբերաբար իրականացվել են դիվերսիոն գործողություններ կամ դրանց

մասին կեղծ տեղեկություններ են տարածվել, ինչը պետք է ազդեր հանրային տրամադրությունների վրա:

Քարոզչություն իրականացնելիս հաջողության հասնելը կախված է ինչպես ընտրված քարոզչամիջոցից, այնպես էլ այն կառույցներից, որոնք ընդգրկված են կամ այս կամ այն չափով պետք է օժանդակեն քարոզչությանը, լինի դա արտաքին գործերի նախարարությունը, դիվանագիտական ներկայացուցչությունները, ռազմական գերատեսչությունը, գլխավոր շտաբը կամ այլ կառույցներ: Քանի որ պատերազմական շրջանում քարոզչությունը չի կարող կենտրոնացած լինել մեկ կառույցի ձեռքում, ուստի խիստ անհրաժեշտ է տարբեր կառույցների համակարգված աշխատանքը:

Լաստուելը նաև նշում է, որ պատերազմը չի սահմանափակվում այն աշխարհագրական տարածքով, որտեղ տեղի են ունենում ռազմական գործողությունները, ուստի կարևորում է հեռահաղորդակցության միջոցների, մեդիայի վերահսկումը պետության կողմից:

Պատերազմի ժամանակ հասարակությանը անհրաժեշտ է աստիճանաբար պատասխանել վատ լուրերին՝ նախ բարձրաձայնելով մտահոգող խնդրի մասին, ապա փոքր քանակով փաստեր հանրայնացնելով, դե իսկ ամենավերջում միայն հայտնելով վատագույն լուրը: Այս դեպքում խուճապը որոշ չափով կկանխվի, քանի որ ապագայի արժեզրկման գործընթացներն արդեն իսկ առաջացնում են արձագանքի որոշակի կայունություն հասարակական գիտակցության մեջ:

Վատ լուրերն ու անցանկալի քննադատությունները կարող են չեզոքացվել հասարակության ուշադրությունը ինչ որ բանով շեղելու արդյունքում: Դա կարող է տեղի ունենալ որևէ սենսացիոն նորության հարապարակմամբ, որը կապ չունի այն դեպքի հետ, որի վրա անցանկալի կերպով կենտրոնացած է հանրության ուշադրությունը:

Աշխատությունում նաև շոշոփվում է քարոզչական նյութերի ճշմարիտ, ճշմարտանման և կեղծ լինելու նշանակության մասին: Այս համատեքստում նշվում է, որ պետք է խուսափել այնպիսի նյութեր հրապարակելուց, որոնց ոչ ճիշտ լինելը հեշտությամբ կբացահայտվի, ինչպես նաև պետք է խուսափել հակասական նյութերի տարածումից: Ինչպես նաև հեղինակը անդրադառնում է այն միջոցների կարևորությանը, որոնց օգնությամբ պետք է տարածվի ցանկալի տեղեկատվությունը կամ ներշնչանք՝ գրավոր, բանավոր, երաժշտության միջոցով և այլն: Մեր օրերում, բնականաբար, շատացել են այդ միջոցներն ու ներգործման ուղիները, սկսած հեռուստատեսությունից վերջացրած սոցիալական ցանցերով, սակայն հասարակության յուրաքանչյուր խմբի համար պետք է ընտրվի ներգործման առավել հարմար տարբերակը: Եթե քարոզչությունը իրականացվում է արտաքին լսարանի համար, ապա շատ կարևոր է լեզվի ընտրությունը: Բնականաբար բազմալեզու քարոզչությունը, որը հասու կլինի ավելի շատ ազգերի ներկայացուցիչների,

առավել արդյունավետ կգործի: Դե իսկ հակառակորդի բարոյալքման նպատակով հակառակորդ երկրի ներսում այդ լեզվով քարոզչություն իրականացնելու կարևորության մասին արդեն խոսվել է:

Հեղինակը ամփոփելով նշում է, որ «վերջին պատերազմի պատմությունը ցույց է տալիս, որ ժամանակակից պատերազմը պետք է ծավալվի երեք ճակատով՝ ռազմական, տնտեսական և քարոզչական: Տնտեսական շրջափակումը խեղդում է, քարոզչությունը շփոթեցնում է, իսկ ռազմական ուժը տալիս է վճռական հարվածը» (Лассуэлл, 2021):

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

Ամփոփելով հոդվածը՝ կարող ենք ևս մեկ անգամ ընդգծել պատերազմական շրջանում քարոզչության անփոխարինելի դերը: Ինչպես հնում, այնպես էլ մեր օրերում պետությունները դիմել են քարոզչության՝ թե՛ մինչպատերազմական, թե՛ պատերազմական, թե՛ հետպատերազմական շրջանում: Թեև բազմաթիվ հեղինակներ են անդրադարձել քարոզչության թեմային, սակայն Հ. Լասսուելը տվել է առավել համապարփակ դասակարգում ու նկարագրություն՝ պատերազմի շրջանում կիրառվող քարոզչական մեխանիզմների: Այսպիսով, ըստ հեղինակի, քարոզչությունը պետք է ուղղված լինի հետևյալ հիմնական թիրախային գործողություններին՝

1. ատելության մոբիլիզացիա,
2. պատերազմի արդարացում,
3. հակառակորդի դեմոնիզացիա,
4. հակառակորդի լիդերների դեմոնիզացիա,
5. մարտական ոգու պահպանում,
6. զինատեսակների պայքարի լուսաբանում,
7. դաշնակիցների հետ հարաբերությունների կառուցում,
8. հակառակորդի բարոյալքում,
9. հակառակորդի ղեկավարության հանդեպ անվստահության սերմանում:

Իհարկե այս ցանկը հեղինակի առաջարկած ամբողջական ցանկը չէ, այլ այն հիմնական մասը, որը կիրառելի է նաև հայ-ադրբեջանական տեղեկատվական պայքարի համատեքստում:

Կարող ենք ընդգծել, որ այս համատեքստում Ադրբեջանական կողմը կատարում է հետևյալ գործողությունները՝

1. հայատյացության սերմանում պետական մակարդակով,
2. պատերազմի արդարացում հայերին որպես զավթողներ ներկայացնելու ֆոնի վրա,
3. Հայաստանի քաղաքական ղեկավարության վարկաբեկում,
4. սեփական ռազմական առավելության ընդգծում,

5. միջազգային հանրության առաջ սեփական գործողությունների արդարացում՝ հաճախ ոչ ազնիվ միջոցներով,

6. տարածաշրջանից հայկական հետքի ոչնչացում՝ հայկական մշակութային կոթողների վերացման ուղեկցությամբ և պատմության վերաշարադրմամբ:

Այս առումով հայկական կողմի գործողությունները առավելապես արձագանքողական են՝

1. ադրբեջանական ապատեղեկատվության և կեղծարարության վերհանում,

2. Ադրբեջանին որպես ավտորիտար և ագրեսոր պետության ներկայացում,

3. Արցախը որպես պատմական հայկական տարածք և Արցախյան հարցը որպես մարդու իրավունքների հարց ներկայացնելը, արցախցի ժողովրդի ազգային ինքնորոշման իրավունքի միջազգային իրավունքի նորմերին համապատասխանության բարձրաձայնում,

4. Ադրբեջանի՝ պատերազմի ընթացքում կատարած ռազմական հանցագործությունների բարձրաձայնում,

5. հայկական մշակութային ժառանգության (եկեղեցիներ, խաչքարեր, մշակութային հուշարձաններ) ոչնչացման վերաբերյալ փաստերի վերհանում,

6. Ադրբեջանի ղեկավարության կողմից պայմանավորվածությունների և ագրեսիվ հոետորաբանության քննադատություն:

Սակայն հայկական կողմից այս ամենն համակարգված բնույթ չի կրում և ավելի շատ ուշադրության կարիք ունի: Այս առումով կարևորվում է պրոակտիվ գործողությունների իրականացումը, մասնավորապես՝

- Մշակված և համակարգված տեղեկատվական ռազմավարության ստեղծում,
- Օտարալեզու գրականության և հայամետ նյութերի տարածում,
- Դիվանագիտական ներկայացուցչությունների դերի ուժեղացում միջազգային

հարթակներում Հայաստանի իմիջի բարելավման գործում,

• Ադրբեջանական թեզերի հակադարձման ուղղությամբ աշխատանքների ինտենսիվացում,

• Դաշնակիցների հետ ամուր քաղաքական և տնտեսական կապերի ստեղծման ուղղությամբ ջանքերի ակտիվացում, նոր հնարավոր դաշնակիցների շահագրգռում,

• Ադրբեջանի ներքին լսարանի, հատկապես էթնիկ փոքրամասնությունների ուղղությամբ աշխատանք:

Ինչպես նշվել է, պատերազմական շրջանում տարվող աշխատանքից կարևոր է նաև միևնույն պատերազմական և հետպատերազմական շրջանում տարվող աշխատանքը: Ճիշտ տարվող տեղեկատվական քաղաքականությունը, հատկապես հակառակորդի քարոզչական և սադրիչ տեղեկատվության հերքումը կարող է խաթարել հակառակորդի ձեռնարկները, ընդհուպ մինչև ռազմական ագրեսիայի կանխում:

- Հարությունյան Գ., Քոթանջյան Հ.** (2009). *Ադրբեջանի հակահայկական տեղեկատվական համակարգը*. «Նորավանք» գիտակրթական հիմնադրամ, Երևան.
<https://www.noravank.am/upload/pdf/book.pdf>
- Гарольд Д. Лассуэлл** (2021). *Техника пропаганды в Мировой войне* (Перевод с английского В. Г. Николаева), Москва.
- Jowett G. S., O'Donnell V.** (2006). *Propaganda and persuasion*. London.
https://www.google.am/books/edition/Propaganda_and_Persuasion/vIC92PdJ0l0C?hl=hy&gbpv=1&dq=persuasion&printsec=frontcover
- Armenia warns of escalation risk after Azeri leader calls it “fascist.”** (2025, January 8). Reuters.com. Retrieved March 18, 2025, from <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/armenia-warns-escalation-risk-after-azeri-leader-calls-it-fascist-2025-01-08/>
- 12-year old child killed by Azerbaijani artillery fire against civilian settlements: 2 wounded.** (2016). Armenpress. <https://armenpress.am/en/article/841788>
- Butler, B. E.** (2020, December 10). *The Syrian mercenaries used as “cannon fodder” in Nagorno-Karabakh*. <https://www.bbc.com/news/stories-55238803>
- France, & France.** (2020). Nagorno-Karabakh: Armenia accuses Azerbaijan of using phosphorus bombs. *France 24*. <https://www.france24.com/en/europe/20201119-nagorno-karabakh-ceasefire-armenia-accuses-azerbaijan-of-using-phosphorus-bombs>
- Jazeera, A.** (2012). The axe murderer who became a Facebook hero. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2012/9/5/the-axe-murderer-who-became-a-facebook-hero>
- Smith, & Lannes, B.** (2025). *Propaganda | Definition, History, Techniques, Examples, & Facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/propaganda>
- Soylu, R.** (2020, October 12). Turkish armed drones used against Armenia, Azerbaijan confirms. *Middle East Eye*. <https://www.middleeasteye.net/news/armenia-azerbaijan-conflict-turkey-drones>

REFERENCE LIST

- Arutyunyan G., Kotandzhyan G.** (2009). Antiarmyanskaya informacionnaya sistema Azerbajdzhana (*Anti-Armenian information system of Azerbaijan*). Nauchno-obrazovatel'nyj fond «Noravank», Erevan. <https://www.noravank.am/upload/pdf/book.pdf>
- Garol'd D. Lassuell** (2021). *Tekhnika propagandy v Mirovoj vojne (Propaganda Techniques in the World War)*. (Perevod s anglijskogo V. G. Nikolaeva), Moskva.

- Jowett G. S., O'Donnell V.** (2006). Propaganda and persuasion. London.
https://www.google.am/books/edition/Propaganda_and_Persuasion/vIC92PdJ0l0C?hl=hy&gbpv=1&dq=persuasion&printsec=frontcover
- Armenia warns of escalation risk after Azeri leader calls it “fascist.”** (2025,). Reuters.com.
Retrieved March 18, 2025, from <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/armenia-warns-escalation-risk-after-azeri-leader-calls-it-fascist-2025-01-08/>
- 12-year old child killed by Azerbaijani artillery fire against civilian settlements: 2 wounded.**
(2016). Armenpress. <https://armenpress.am/en/article/841788>
- Butler, B. E.** (2020). The Syrian mercenaries used as “cannon fodder” in Nagorno-Karabakh.
<https://www.bbc.com/news/stories-55238803>
- France, & France.** (2020). Nagorno-Karabakh: Armenia accuses Azerbaijan of using phosphorus bombs. France 24. <https://www.france24.com/en/europe/20201119-nagorno-karabakh-ceasefire-armenia-accuses-azerbaijan-of-using-phosphorus-bombs>
- Jazeera, A.** (2012). The axe murderer who became a Facebook hero. Al Jazeera.
<https://www.aljazeera.com/opinions/2012/9/5/the-axe-murderer-who-became-a-facebook-hero>
- Smith, & Lannes, B.** (2025). Propaganda | Definition, History, Techniques, Examples, & Facts. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/propaganda>
- Soylu, R.** (2020). Turkish armed drones used against Armenia, Azerbaijan confirms. Middle East Eye. <https://www.middleeasteye.net/news/armenia-azerbaijan-conflict-turkey-drones>

РЕЗЮМЕ

ПРОПАГАНДА ВО ВРЕМЯ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ. АНАЛИЗ МОДЕЛИ ЛАССЮЭЛЯ НА ПРИМЕРЕ АРМЯНО-АЗЕРБАНСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ БОРЬБЫ

АННА СИСОЯН

Пропаганда является важнейшей составляющей информационных войн. На протяжении столетий пропаганда использовалась для укрепления собственных позиций, объединения широкого круга вокруг определенной цели, дискредитации противника, максимально беспрепятственного продвижения собственных целей и в других целях. Фактор пропаганды особенно важен в период, предшествующий военным действиям, и во время самих войн. Масштабная пропагандистская работа проводилась во время Первой и Второй мировых войн и в период, предшествовавший им. Американская пропагандистская машина проделала колоссальную работу во время Корейской и Вьетнамской войн. В наши

дни проявления пропагандистского противостояния наблюдались в 2008 году во время грузино-российской войны, Крымского кризиса 2014 года, армяно-азербайджанской апрельской четырехдневной войны 2016 года, 44-дневной войны 2020 года, а в настоящее время пропаганда повсюду используется параллельно с российско-украинской войной. Поэтому изучение механизмов пропаганды в военное время имеет практическое значение.

Цель статьи — проанализировать особенности пропаганды военного времени на основе подходов, выдвинутых одним из крупнейших теоретиков в этой области Г. Лассуэллом, с примерами аналогичных проявлений в армяно-азербайджанских войнах. В статье приводятся наиболее распространенные определения и характеристики пропаганды, а затем ссылаются на подходы, содержащиеся в книге Лассуэлла «Механизмы пропаганды мировой войны». Примечательно, что хотя произведение было написано в первой половине XX века, описанные в нем механизмы военной пропаганды актуальны и применимы по сей день.

***Ключевые слова:** пропаганда, война, убеждение, Лассуэль, Армения, Азербайджан, информационная борьба.*

ABSTRACT

PROPAGANDA IN WAR TIMES: ANALYSIS OF LASSUELLE'S MODEL ON THE EXAMPLE OF THE ARMENIAN-AZERBAN INFORMATION STRUGGLE

ANNA SISOYAN

Propaganda is the most important component of information wars. For centuries, propaganda has been used to strengthen one's own positions, unite a wide circle around a certain goal, discredit the enemy, advance one's own goals as unhindered as possible, and for other purposes. The propaganda factor is especially important in the period preceding military operations and during wars themselves. Large-scale propaganda work was carried out during the First and Second World Wars and the period preceding them. The American propaganda machine did a tremendous job during the Korean and Vietnam Wars. In our days, there were manifestations of propaganda confrontation in 2008 during the Georgian-Russian war, the 2014 Crimean crisis, the 2016 Armenian-Azerbaijani April Four-Day War, the 2020 44-Day War, and currently propaganda is being used in full force in parallel with the Russian-Ukrainian war. Therefore, the study of propaganda mechanisms during wartime has practical significance.

The aim of the article is to analyse the peculiarities of wartime propaganda based on the approaches put forward by one of the major theorists in the field, H. Lasswell, with examples of similar manifestations in the Armenian-Azerbaijani wars. The article provides the most common

definitions and characteristics of propaganda, and then refers to the approaches contained in Lasswell's book "Propaganda Mechanisms of the World War". It is noteworthy that although the work was written in the first half of the 20th century, the wartime propaganda mechanisms described in the work are relevant and applicable to this day.

Key words: *propaganda, war, persuasion, Lasswell, Armenia, Azerbaijan, information struggle.*

Հոդվածը ստացվել է՝ 04.02.2025

Հոդվածն ուղարկվել է գրախոսման՝ 15.02.2025

Հոդվածը երաշխավորվել է տպագրության՝ 25.03.2025