

**ԹԻԿՈՒՆՔՈՒՄ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ
ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ**

**Նարինե Մկրտչյան
Մեսրոպ Մաշտոց Համալսարան
Արցախ**

Անոտացիա

Հողվածում քննարկվում է զինված ուժերում նոր տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ներդրման անհրաժեշտությունը, քանի որ առանց ժամանակակից սպառազինության չի կարող պատկերացնել ապագայի բանակը: Հուսանք, որ ապագայի բանակում մեծագույն բեռը կտեղադրվի մեքենաների եւ տեխնիկայի վրա: Մեր ապագա զինվորը պետք է հազեցած լինի ժամանակակից զենքով, որպեսզի չդառնա սահմանին կանգնած թիրախ:

Բանալի բառեր` տեղեկատվական տեխնոլոգիա, Ձինված Ուժեր, ժամանակակից ծրագիր, սպառազինություն, ՏՀ (տվյալների հենք), համակարգչային սարքավորում, կրթություն, պատերազմ:

Ժամանակակից մեդիայում զանգվածների գիտակցության վրա ներազդելու ամենատարածված միջոցն ամենօրյա լրահոսն է: Նրա հիմքում ընկած է ունկնդիրների ուշադրությունը տեղեկատվական տիրույթում պահանջված և անհրաժեշտ թեմաների, իրողությունների և մեկնաբանությունների վրա կենտրոնացնելու կարողությունը: Ունկնդիրներին չեն հետաքրքրում այնպիսի դեպքեր, պատմություններ (լուրեր), որոնք տվյալ ժամանակահատվածում առավել քննարկվող թեմաներից դուրս են: Ուստի, ինչպես մեզ մոտ, այնպես էլ ամենուր, որպես առավել ազդեցիկ հաղորդում, պահպանվում է օրվա լրահոսը¹:

Զանգվածային լրատվամիջոցները (ԶԼՄ) կարող են «լռեցնել» կամ, ընդհակառակը՝ «թեժացնել» ցանկացած թեմա: Իհարկե, կան նաև տեղեկատվության «աղավաղման» այլ մեթոդներ և ձևեր: Օրինակ, ԶԼՄ-ն կարող են գործողությունների ալգորիթմը մասնատել ու ներկայացնել այնպիսի տեղեկատվություն, որն ընդհանրապես չի համապատասխանում սկզբնական տեղեկատվությանը²: Այս հնարքն անվանում են տրոհում³: Սկզբնական տեղեկատվության տրոհումից հետո հեռուստատեկրանին նոր իրադարձություն է «հավաքվում», ներկայացվում, հետևապես՝ այդ իրադարձությունն այլ կերպ և նորովի է մեկնաբանվում:

Նորությունների մատուցման այս տարբերակը ծրագրավորում է հեռուստադիտողների ընկալումները (արձագանքները): Իրադարձությունների բնութագրման համար ստեղծվում է նոր «այբուբեն», որը կրավարարի ներկայացնողի պահանջները: Իրադարձությունները «տրոհվում» են տարբեր մասերի այնպես, որպեսզի նրանցից հնարավոր լինի կառուցել (պատրաստել) պահանջվող տեղեկույթը: Արդեն իսկ այդ տեղեկույթի շրջանակներում լրագրողները, հաղորդավարները, փորձագետները կրկնում են նախապատրաստված տեղեկատվությունը: Ոլորտի մասնագետները պնդում են, որ կարևոր իրադարձություններին վերաբերող լուրերին լայնորեն ավելացվում է «կեղծ, բարձրտեխնոլոգիական, ինքնամոդելավորված, հորինված իրադարձություններով հազեցած տեղեկատվության որոշ մասնաբաժին»: Այսօր մենք ապրում

ենք կառուցված (հորինված) լուրերի աշխարհում, որի անհրաժեշտ սկզբնամասը կարող է պեղված լինել անցյալից, որպեսզի ներկայացվի այսօրվա լրատվական հոսքով4:

Ակնհայտ է, որ ցանկացած օբյեկտի մեջ կարող ենք գտնել բազմաթիվ բաղադրիչներ: Դրանք կարող են լինել բնութագրիչներ ներկայից, անցյալից և նույնիսկ ապագայից: Գոյություն չունեցող օբյեկտը դառնում է ակտիվ քարոզչության առարկա: Տրամադրվող «տեղեկատվության» այդ մեթոդների տարածման պատճառներից մեկն այսօրվա լսարանի պասիվությունն է: Այդ լսարանը առաջացել է սոցիալական ցանցերին զուգահեռ և սերտաճել նրանց հետ:

Արդի աշխարհում ամեն ինչ դարձել է հնարավոր, մասնավորապես՝ վիրտուալ աշխարհի ծնունդ գոմբիներն ու այլմոլորակայինները հանգիստ գոյատևում են մեր իրական աշխարհում: Ակնհայտորեն շեշտակի ավելացել է կեղծ հաղորդագրությունների քանակը: Մարսափագրու, տձև, հորինված հերոսների ներազդեցության թիրախը երեխաներն են, ովքեր առավել ներշնչվող են և հուզական: Նպատակային ստեղծված համակարգչային խաղերն ու մուլտֆիլմերը նպաստում են երեխաների բազմապիսի վախերի և ֆոբիաների առաջացմանը, որոնք հաճախ ուղեկցվում են տարաբնույթ տեսիլքներով և գառանցանքներով:

Պետք է նշել նաև, որ 1,5-2 տարեկան երեխայի խոսքի զարգացման զգայուն շրջանում մեղիա-կախվածությունն ու համակարգչային չարաշահումը հաճախ նպաստում են երեխաների խոսքի հապաղմանը, համակարգչային խոսքի ընդօրինակմանը, ռոբոտային, ալգորիթմային, շաբլոնային վարքի դրսևորմանը, ուշադրության անկայունությանը, կամակորությունների, հակադրվող վարքագծի դրսևորմանը, հոգեկան զարգացման տարբեր խնդիրների առաջացմանը, ինչն էլ իր հերթին նպաստում է անառողջ հասարակության ձևավորմանը5:

Այսօր մեր հասարակության գիտակցության ձևավորման գործում մեծ դեր ունի հնդկական կինոարտադրությունը, որի գլխավոր հեռուստասպառողը հաճախ սոցիալական ցածր կարգավիճակ ունեցող երկրներն են, համապատասխանաբար՝ «նպատակների և խնդիրների գիտակցման ցածր մակարդակով»: Մենք պարբերաբար համոզվում ենք, որ մեղիայի ներազդեցության օգնությամբ փաստացի կարողանում ենք ազդել հանրության գիտակցության, վարքագծի և մտածողության վրա: Այդ կինոարտադրության «հերոսները» «ներխուժել» են մեր հեռուստատեսային իրականություն, մասնավորապես՝ խոսքը հայաստանյան մեղիա-դաշտում շրջանառվող հնդկական հեռուստատեսիալների կերպարների՝ «ամաջիների», «բայաջիների», «չակորիաների» մասին է:

Իհարկե, կլինեն մարդիկ (տեսակետներ), որոնք կպնդեն, որ այդ ֆիլմերում բացակայում են մարդասպանությունները, ագրեսիան, այլասերությունները, սարսափ տեսարանները, որոնք առկա են մեր մեղիա-դաշտում: Հնարավոր է՝ նրանք իրավացի են, բայց հավաստենք, որ դա մեր առկա խնդրի լուծման միակ տարբերակը չէ... Մեղիա-ազդեցության հնարավոր մեխանիզմների ներգործությունը տարածվում է ինչպես երեխաների, այնպես էլ ողջ ազգաբնակչության, այդ թվում՝ զինված ուժերի անձնակազմի շրջանում:

Մասնավորապես՝ հայաստանյան հանրության և սփյուռքի մեջ ազգասիրություն ձևավորելու նպատակով հայաստանյան մեղիա-դաշտում հարկավոր է ավելի շատ ժամանակ տրամադրել հայրենասիրության, ազգային գաղափարախոսության քարոզմանը, մեր պատմության լավագույն էջերի լուսաբանմանը, զինված ուժերի անձնակազմի սխրագործությունների քննարկմանը, փոխարենը՝ բոլոր առաջատար հեռուստատեսիլներով (բացառությամբ Հ1-ի) պարբերաբար «քարոզվում» է հնդկական մշակույթը, որի շնորհիվ

հանրությունը մանրամասն տեղեկացված է Հնդկաստանում հարսանեկան արարողության ընթացքին՝ իր բոլոր փուլերով:

Միանման, նույնօրինակ զանգվածային մտածելակերպը չի կարող ապահովել հասարակության ինտելեկտուալ աճ, որը փաստացի սկզբունքորեն իջեցված է: Ակնհայտ է, որ այդ հասարակության բաղկացուցիչն ու կարևոր բաղադրիչը զինված ուժերի սպայակազմն է, շարքային և սերժանտական կազմը, ինչպես նաև բանակը համալրող գաղափարապես պատրաստված մեր երիտասարդները:

Վերոնշյալ մեդիա-քաղաքականությունը կարող է նպաստել.

- զինված ուժերը համալրող նորակոչիկների և ոչ միայն նրանց արժեհամակարգի փոփոխմանը,

- սոցիալական հմտությունների թերզարգացածությանը,

- պարզունակ սենտիմենտալ պատմություններից (կտրվածություն, անտեղյակություն օբյեկտիվ իրականությունից) մեդիա-ռեֆլեքսիվ կապվածությանը:

Զինվորական փորձագետների համար կարևորվում է հետևյալ եզրակացությունը. այլ իրողությունների վրա անձնակազմի ուշադրությունը շեղելով՝ բթանում է նաև նրանց ուշադրության կենտրոնացումը արդի վտանգների վրա⁷:

Մենք ապրում ենք օրըստօրե բարդացող աշխարհում, և այդ իրավիճակների բնութագրման ու դեկավարման համար պարտադիր է անընդհատ իրականացնել ընկալման ձևերի փոփոխություններ: Ներկայում ժամանակակից նեյրոհոգեբանական հետազոտությունների արդյունքները հասանելի են լայն շերտերին ու արդեն իսկ ներմուծվել են խոշոր կորպորացիաներ և, իհարկե, բանակ:

Այսօր նկատվում է տպագիր նյութից հեռացում դեպի տեսողականը և միաժամանակ՝ անցում դեպի բանավորը: 20-րդ դարի պատերազմների ժամանակ ակտիվ կիրառված և ներկայում որոշ մարդկանց մեջ կարծրացած «թուցիկների» ժամանակները վաղուց պատմություն են դարձել: Համացանցի կողմից ապահովվող ժամանակակից կոմունիկատիվ միջավայրը շատ ուժեղ է տեղեկատվության դեկավարման տեսանկյունից, բայց շատ թույլ՝ դրանց հակազդելու հնարավորությունների առումով: Իհարկե, գոյություն ունի զանգվածային արտադրանքի ընդունված սահմանում. որքան շատ զանգվածային արտադրանք ենք մենք տալիս, այնքան այն պետք է լինի պարզունակ⁸: Ներկայիս միտումները հստակ ցույց են տալիս, որ ընդհանուր բարդ համակարգից հեռանում ենք դեպի պարզը: Տպագիր տեղեկատվությունից անցում կատարվեց դեպի տեսատեղեկատվությունը և բանավոր տեղեկատվությունը: Մեդիա-նախադասությունները կառուցվում են կարճ, նրանք չեն ընդգրկում անհասկանալի բառեր, ուղեկցվում են բազմակի կրկնություններով և համապատասխան կադրերի ցուցադրմամբ: Գովազդը մեր իրականության մեջ գոյություն ունի վաղուց, և դա բնական իրողություն է: Բայց ժամանակակից գովազդը պահանջում է ստեղծագործական մոտեցում: Ինչ-որ մեկը պետք է ստեղծի և զարգացնի մարդկանց հետաքրքրությունների և ուշադրության ներգրավման մեխանիզմներ, որից հետո այն ուղղորդի դեպի ապրանքը, որն այլ պարագաներում մարդկանց չէր հետաքրքրի: Հենց այդ նպատակով գովազդային գործունեության մեջ ստեղծվել է մի ուղղություն, որն այնպիսի գովազդներ (պաստառներ) է պատրաստում հասարակական վայրերում, դպրոցներում, բուհերում և այլուր, որոնք անցյալում անթույլատրելի էին:

Այդ ամենից անմասն չեն կարող մնալ նաև զինված ուժերը: Փորձեր են արվում հայրենասիրական թեմաներով գովազդային պաստառների պատրաստման և տեղադրման ուղղությամբ¹⁰: Պատրաստվում են նաև թեմատիկ տեսահոլովակներ, ունենք որոշակի

արդյունքներ: Մասնավորապես՝ դրական օրինակներից է Ակբա-Կրեդիտ Ագրիկոլ բանկի պատրաստած գովազդը՝ նվիրված ժամկետային զինծառայողներին և նրանց ընտանիքի անդամներին վարկի տրամադրմանը, և նմանատիպ այլ գովազդային հոլովակներ: Իսկ բացասական օրինակներից կարելի է նշել հայրենական երգիչ-երգչուհիների «մոդայիկ» դարձած հոլովակների նկարահանումը գորքի, ռազմական տեխնիկայի մասնակցությամբ, մարտական գործողությունների տեսարաններով (բարձր դիտում ապահովելու նպատակով), նույնիսկ երբ դրանք չեն համապատասխանում երգի թեմային:

Որքան բարդանում է «մարդկանց ուղեղներին հասնելը», այնքան գովազդելու հնարքներն ավելի քողարկված կերպով են դրսևորվում:

Ներկայում սոցիալական ցանցերի շնորհիվ տեղեկատվությունը դարձել է ավելի սոցիալական, այն մեծ արագությամբ և կարճ ժամանակահատվածում տարածվում է հասարակության լայն շերտերում՝ ունենալով առավել օպերատիվ ազդեցություն: Սոցիալական ցանցերում տեղեկատվությունը մարդկանց հասցեավորելու համար անհրաժեշտ են բանավոր խոսքի զարգացած հմտություններ և բազմակողմանի գիտելիքներ աշխարհի մասին: Մասնավորապես՝ դա շատ ավելի լավ կարողանում են «աշխատեցնել» որոշ քաղաքական գործիչներ: Սոցիալական ցանցերն ապահովում են յուրաքանչյուր անձի ձայնի իրավունքը: Այժմ բանակում նաև սոցիալական ցանցերի օգնությամբ որպես այլընտրանքային և օպերատիվ տեղեկատվական աղբյուր իրականացվում է տեղեկատվության տարածում: Ռազմական տեղեկատվության սակավության, ինչպես նաև օպերատիվության պակասը (հատկապես ֆորսմաժորային իրավիճակներում) զինված ուժերի անձնակազմը (մասնավորապես սպայակազմը) լրացնում է սոցիալական ցանցերի (հիմնականում ֆեյսբուքի) լրատվության միջոցով: Բանակայինները՝ որպես «ոլորտային մասնագետներ», տվյալ «տարածություններում» շրջանառվող ռազմական տեղեկատվության վերաբերյալ տալիս են մասնագիտական վերլուծականներ և կարծիքներ:

Այսպիսով, կարելի է փաստել, որ սոցիալական մեդիան մեր աշխարհը դարձնում է միասեռ ու բազմաթիվ բնութագրիչներով: Պարզվում է, որ կարելի է բավարարվել առանց երկար տեքստերի առկայության: Այստեղ որոշողը հեղինակը չէ, այլ զանգվածային մշակույթ ստեղծող (ծնող) ընթերցողը կամ դիտողը: Հեղինակը կարող է ցանկանալ ստեղծել ինչ-որ բարդ «գործ», որը, սակայն, չի համապատասխանում սպառողի պահանջարկին: Այս ամենն առաջնահերթ ի հայտ եկավ գրականության, արվեստի, կինոյի մեջ՝ առաջացնելով զանգվածային գրականություն և զանգվածային մշակույթ: Այժմ այդ «էստաֆետը» փորձում է ընդունել «զանգվածային» քաղաքականությունը:

Տեղեկատվության տարածման և դեմոկրատական բանավեճի մեխանիզմներն արմատականորեն փոփոխվել են՝ սոցիալական մեդիայի առաջացման հետ համատեղ: Օրինակ՝ քաղաքականության և սոցիալական հարցերի վերաբերյալ կարծիքների փոխանակմամբ ֆեյսբուքը «դեմոկրատական բանավեճում» հպարտանում է իր ներդրումներով: Կան նաև բացասական կարծիքներ, մասնավորապես՝ մասնագետները նշում են այն, որ սոցիալական հարթակների ոչ ադեկվատ օգտագործումը կհանգեցնի մի շարք վտանգների: Տեղեկատվության մանիպուլյացիան, ապատեղեկատվության տարածումը և չճշգրտված տեղեկատվությունը պատկանում են այդպիսի վտանգների շարքին: Ֆեյսբուքը մեզ տրամադրում է այնպիսի տեղեկատվություն, որը համընկնում է սպասումների հետ: Այսօր մենք աշխարհն ընկալում ենք ֆեյսբուքի և այլ սոցիալական ցանցերում մեր ընկերների գրառումների, նորությունների ժապավենի միջոցով: Չենք կարող հերքել, որ այդ եղանակով տեղեկացված լինելն ավելի

հարմարավետ է, և որ մեզ այնքան էլ չի մտահոգում դրա ճշմարտացիությունը, առավել ևս, երբ այդ նորությունները հաստատում են մեր տեսակետները և մեր պատկերացումները: Վառ օրինակ է «ապրիլյան քառօրյա պատերազմը», որի ընթացքում սոցիալական ցանցերում տեղեկատվություն էր տարածվել բանակի մի շարք բարձրաստիճան սպաների պաշտոնանկությունների վերաբերյալ, կամ մեր և հակառակորդի կողմից զոհերի աղավաղված տվյալների վերաբերյալ:

Համացանցը, ինչպես և հասարակությունները, տարբեր ձևերով թաքցնում են իրենց թերությունները: Իրական մտավոր անկման վտանգի փոխարեն մենք խոսում ենք և քննարկումներ իրականացնում մտավոր վերելքի վերաբերյալ: Հիշենք, որ համացանցի հայտնվելուն համընթաց նվազեց մտապահելու և հիշելու անհրաժեշտությունը, սակայն ի հայտ եկավ երկար տեքստեր կարդալու անկարողությունը: Գեղարվեստական գրականությունը փոխակերպվեց կինոսցենարների, որտեղ պետք չեն թևավոր խոսքեր և գեղարվեստական հնարքներ, կա միայն գործողությունների հետաքրքիր հաջորդականություն: Իհարկե, հիմնական հետևանքը, որին մենք պետք է սևեռենք մեր ուշադրությունը, ընդհանուր զանգվածային գիտակցության ստեղծումն է: Նոր թվայնացված միջոցներով ստեղծվում է համարժեք ամբոխ, որն ապրում է միասնական օրենքներով՝ ենթարկվելով էլքի և մուտքի միասնական կանոններին: Ակնհայտ է, որ մեր առջև ի հայտ է գալիս ամբոխի ֆենոմենը, որը ոչ վաղ անցյալում ստեղծել էին բռնապետները, իսկ այսօր դրանք ստեղծում են թվայնացված միջոցները, հեռուստատեսությունը և սերիալները: Ստացվում է, որ ամբոխ կարելի է հավաքել ինչպես հրապարակներում, այնպես էլ տներում, որտեղ ամեն մեկը նստում է իր համակարգչի կամ հեռուստացույցի առջև, սակայն իրականում նա ամբոխում է: Նույն սկզբունքով են հավաքագրվում «կիբեռբանակները», որոնք իրական ռազմական գործողությունների թատերաբեմի բացակայության պարագայում անդամագրվում, ինքնակազմակերպվում և վիրտուալ տիրույթում իրականացնում են կիբեռգործողություններ: Դրանք հաճախ իրականացնում են «պատվիրատուի» պատվերները կամ էլ հաճախ գործում են անկախ՝ առաջնորդվելով իրենց համոզմունքներով և սկզբունքներով: Այլընտրանքային տեսակետների բացակայության պայմաններում դա կարող է հանգեցնել աղետալի վիճակների: Մարդկային ուղեղները չեն զարգանում, նոր տեղեկատվության հանդեպ պահանջումները նվազում է, այլընտրանքային տեղեկատվությունը՝ մերժվում:

«Այս աշխարհում բնակվող և ոչ մի անձ չի կարող իրենից հետո չունենալ որոշակի քանակությամբ էլեկտրոնային հետք»: Սոցիալական կայքերում և այլ էլեկտրոնային տիրույթներում մեր ակտիվությունը բացում են շատ հետքեր: Ամենատարօրինակն այն է, որ բոլոր մարդկանց անձնական տվյալները կարող են կանխատեսվել մեր էլեկտրոնային հետքերի շնորհիվ: Օրինակ՝ արտերկրների ռազմաուսումնական հաստատություններ ավարտած ցանկացած սպա պարտադիր պետք է ուսումնական հաստատությանը տրամադրի իր էլեկտրոնային հասցեն կամ սոցիալական ցանցում իր կոորդինատները և այլ կոնտակտային տվյալներ՝ նամակագրության և կապ պաշտպանելու համար, որոնք իրենց հերթին հասանելի են ուսանողությանը, այդ թվում նաև այդ հաստատությունների բաց աղբյուրներից օգտվողներին: Էլեկտրոնային հետքեր մնում են նաև համացանցային կայքերում, պարբերականներում տպագրություններից, նամակագրական գրառումներից, վերլուծական նյութերից և տրված հարցազրույցներից, որոնք վերլուծելով՝ հավաքագրվում են այդ զինծառայողների անձնական տվյալները:

Այսպիսով, ներկայացված հոդվածի շրջանակներում բարձրաձայնված հարցերը և դրանց պատասխանները մտորելու տեղիք են տալիս «տեղեկատվական հնարամտություններին» առնչվող արդի հիմնախնդիրների վերաբերյալ և թույլ տալիս կատարել որոշակի հետևություններ: Այդ «հնարամտությունների» հետևանքները, այդ թվում նաև բացասական, մեզ երկար սպասել չեն տա:

Անցել են համացանցով, մասնաշակույթով, մասմեդիայով դաստիարակված պարզունակ ուղեղների ժամանակները: Ամեն մի նոր տեխնոլոգիական հնարքի ծնունդով ավելանում է տեղեկատվության հաղորդման արագությունը, հետևաբար՝ նվազում են նրա համարժեք վերձանման հնարավորությունները: Մարդը սկսում է ամբողջովին ապրել իրեն պարտադրվող վերձանումների համակարգում: Կարծում ենք՝ վերոնշյալ խնդիրներն իրենց ազդեցությունն է ունենում զինված ուժերի անձնակազմի, հետևաբար նաև նրա մարտունակության վրա: Հնարավոր չէ հոդվածում բարձրացված խնդիրները և դրանց հնարավոր ազդեցությունը դիտարկել հասարակությունից և զինված ուժերից տարանջատված:

Մասնավորապես՝ ակնհայտ է, որ նշված ուղղություններով պետք է անցկացնել առավել խոր և մասնագիտական հետազոտություններ՝ թե՛ գիտական ուսումնասիրությունների մակարդակով, թե՛ գործնական՝ բանակի կողմից: Ներկայացված վերլուծություններով փորձ է արվում վեր հանել զինված ուժերի ոլորտի պատասխանատուների կարծիքն ու մտահոգությունները բարձրաձայնվող հիմնահարցերի վերաբերյալ: Ոլորտում, անշուշտ, առաջնահերթ պետք է դառնա գիտության փորձարարական և վերլուծական գերակայության սկզբունքը: Առկա են տեղեկատվական պատերազմներին վերաբերող տարբեր ուսումնասիրություններ և առաջարկություններ, իսկ մասնագետներն, անշուշտ, շատ բան կարող են հետազոտել և բարձրաձայնել ոլորտի պատասխանատուներին, բայց այդ առաջարկներին հարկավոր է ակնհայտոր լինել և օգտվել տրվող առաջարկություններից (գիտելիքներից), քանի որ հապաղումներով կողմնորոշումները «ուշացած» են լինում: Օրինակ՝ մինչ մենք բանավիճում ենք «տեղեկատվական պատերազմի» ոլորտի կառուցվածքի և գործունեության արդյունավետության ուղղությամբ, ԱՄՆ Ֆլեթչերի համալսարանի պրոֆեսոր Շուլցն իր դասախոսություններում նշել է. «ԱՄՆ ՊՆ ղեկավարությունը վաղուց «տեղեկատվական պատերազմները» դիտարկում է որպես անցած փուլ, այժմ դրանք դասում ենք «ոչ կանոնավոր պատերազմներ» բլոկում և գործում այդ համատեքստում»:

Կարծում ենք, եթե առաջիկայում հաջողվի մշակել նոր «Համահայկական տեղեկատվական ռազմավարության» արդյունավետ ձևաչափ, ապա այն կապահովի նոր միասնական մեդիա-քաղաքականություն՝ ներքին և արտաքին մարտահրավերներին համահունչ:

1. Օրինակ՝ mil.nkr-ի կողմից տրված սահմանում հրադադարի ռեժիմի խախտման մասին ամենօրյա տեղեկատվություն, 02 հաղորդաշարը: Կամ Haqqin.az կայքում՝ մշտական (կարծես ամեն օր) տեղադրվում են հակահայկական «հրատապ լուրեր» (հոդվածներ)՝ «ստիպելով» մեզ հետևել իրենց լրահոսին:

2. Օրինակ՝ այդ մեթոդներով հաճախ «Arm comedy» հումորային առաջին հայրենասիրական հաղորդումը պատրաստում է իր հումորային հոլովակները, մասնավորապես՝ քաղաքական գործիչներից հարցազրույցներ վերցնելիս:

3. Տրոհում (фрагментирование) - դրվագեցում, տեղեկատվության մասնատում:

4. Օրինակ՝ «Ադրբեջանը կողմ է հակամարտության խաղաղ կարգավորմանը, սակայն Հայաստանը խոչընդոտում է խաղաղ բանակցային գործընթացներին»:

5. Այլ իրողություններ են՝ քաղաքական ընտրապայքարը, տարբեր հասարակական պարտականությունները, բանկային ֆինանսական պարտավորվածությունները, աննպատակ ու անմակարդակ մեդիա-դաստիարակչությունը (ներագդեցություն) և այլն:

6. Օրինակ՝ բանակը հասարակական և այլ՝ ոչ զինվորական գործունեության մեջ ներքաշելով՝ զինվորական անձնակազմը հեռանում է բուն մասնագիտական պարտականությունների կատարումից, և, հետևաբար, նրանց ուշադրության կենտրոնացումն արդի վտանգների ուղղությամբ հետզհետե չեզոքանում է:

7. Օրինակ՝ մեր հեռուստատեսությամբ ամբողջ օրը տրվող հնդկական (միանման) հեռուստասերիալները և գիտական լուրջ հաղորդումները, ռաբիսը և դասական երաժշտությունը և այլն:

8. Օրինակ՝ շենքերի վերելակներում, հասարակական տրանսպորտում, մետրոպոլիտենում, օդանավակայանում, տաքսիներում, փողոցների գովազդային վահանակներին:

9. Օրինակ՝ բանակի խորհրդանիշներով հուշանվերներ և տարբեր բացիկներ, ՌՈւՀ-երի և գորամասերի պատերին դաստիարակչական թեմատիկ մեծ պաստառներ, աֆիշներ և այլն:

ՀՀ ՊՆ հանրային իրազեկում կազմակերպելու, ինչպես նաև պաշտպանական քաղաքականության վերաբերյալ հանրության կարծիքը մշտապես նկատառելու և հետադարձ կապն ապահովելու նպատակով անհրաժեշտ է համարում կենտրոնացնել գերատեսչական տեղեկատվական ներուժը և զարգացնել տեղեկատվական զինանոցի հնարավորությունները՝ ներդնելով տեխնիկական նոր միջոցներ ու աշխատանքային ուժ, ժամանակակից PR տեխնոլոգիաներ, հանրային և մասնավոր հեռուստառադիոընկերությունների, տպագիր և էլեկտրոնային այլ լրատվամիջոցների հետ համագործակցության խորացում՝ համատեղ ծրագրերի իրականացմամբ: ՀՀ պաշտպանության նախարարության պաշտոնական կայքէջի հնարավորությունների զարգացում: «Թեժ գծերի», «Վստահության հեռախոսների» և այլ միջոցների կիրառում: ՀՀ զինված ուժերի խաղաղապահ ստորաբաժանման, ռազմակրթական հաստատությունների և այլ կայքէջերի թողարկում, Շարունակել գործուն և համակարգված փոխգործակցությունը տպագիր և էլեկտրոնային զանգվածային լրատվամիջոցների և հասարակական կազմակերպությունների հետ: Կարևորել երիտասարդությանը, հատկապես նախագորակոչային տարիքի պատանիներին, ռազմահայրենասիրական ոգով դաստիարակելու և հայրենիքի պաշտպանությանը պատրաստ լինելու նպատակով կազմակերպվող աշխատանքները:

Պաշտպանական բարեփոխումների իրականացմանը զուգընթաց շարունակել հանրությանն իրազեկել օրենսդրական դաշտում կատարվող փոփոխություններին՝ ըստ անհրաժեշտության կազմակերպելով նաև հանրային քննարկումներ: Կարևորել համագործակցությունը միջազգային տեղեկատվական աղբյուրների հետ՝ ընդլայնելով օտար լեզուներով տեղեկատվության տրամադրման և տարածման հնարավորությունները:

Զինվորական առօրյաի գործունեության ավտոմատացում: Այգեկի բանաձև

Մեր ոլորտում մեծ համբավ ունի Այգեկի մեթոդը, ինչը իրենից ներկայացնում է մարդուն ճանաչելու ամենահուսալի ու օգտագործվող մեթոդներից մեկը: Հայգեկը մշակել է ճանապարհի ինչի հիմքում ընկած են ընդգրկուն հարցեր, նրա եղանակն իրենից ներկայացնում է մարդուն

բացահայտելու, նրա տեսակն ու առանձնահատկությունները տարբերակելու հարցադրումներ, ինչերի պարզագույն “այո” “ոչ” պատասխանները թաքցնում են թեստին ենթարկվող անձի բնավորության ու խառնվածքի նրբությունները: Այն այնքանով է լավ, որ օգնում է մեզ տարբերակել անձին հիմնվելով նրա յուրահատկությունների վրա, ինչը ՀՀ ՁՈՒ-ում շատ մեծ նշանակություն ունի, քանզի օգնում է յուրաքանչյուր նորակոչիկի ընդգրկել այն շրջապատում ու աշխատանքներում որոնք նրան հոգեհարազատ են: Այլ կերպ ասած Այգեկի մեթոդը, անձի-նորակոչիկ զինվորի որպես հասուն կերպար կայացման ուղիներից մեկն ու ամենաբեկումնայիններից է: Բայց կար մի բայց, որը մասնագետներին խանգարում էր այն իրականացնել արդյունավետորեն: Դա գիտելիքի պակասն ու ժամանակի սղություններ քանզի Այգեկի թեստը թե պահանջում է ծավալուն աշխատանք, թե լայն մտահորիզոն: Ցանկալի արդյունքը ստանալը պահանջում էր օրեր տևով եռանդուն աշխատանք, ինչը շատ հաճախ ետին պլան էր մղում մնացած աշխատանքները, որոնք իրենց հերթին իրենց կարևորությունն ունեին: Ի շնորհիվ SS-ի այսօր Այգեկի մեթոդն արդիականացվել ու դառնալ է այնպիսին, ինչպիսին հնարավոր է կրել մեր ձեռքի սմարթֆոններում: Այն ինչ պետք է տևեր ժամեր՝ դարձել է ձեռքի մի քանի սեղմումի ու ընկալումի խնդիր: Հետևաբար ունենում ենք ժամանակի խնայում ու օգտակար գործողության բարձր գործակից ինչը մեր աշխատանքի կարևորագույն գործոններից մեկն է: Վերհոնջյալս SS-ի զարգացման ու ազդեցության վառ օրինակ էր, որը բացահայտ կերպով ընդգծում է դրական փոփոխությունը ներմուծված մեր առօրյաի մեջ: Եվ իրոք, նշացծս երևի թե այն փոքր առավելություններից է որ տալիս է մեզ SS ոլորտը, ու քանիսը դեռ կա, որ նույնիսկ չենք էլ գիտակցում որ այսօր ավելի հասանելի են SS-ի զարգացման ու մեր առօրյա խուժման շնորհիվ:

Այգեկի բանաձև

<i>Տիպերի աղյուսակ</i>		
№	«Է»-ն բալերով	«Ն»-ն բալերով
1	4	4
2	24	4
3	4	24
4	4	24
5	4	8
6	4	20
7	4	16
8	8	4
9	16	4
10	20	4
11	24	8
12	24	16
13	24	20
14	20	24
15	16	24
16	8	24
17	20	8
18	8	20
19	8	8
20	20	20
21	16	12
22	12	12
23	20	12
24	16	8
25	12	8
26	8	12
27	8	16
28	12	20
29	16	20
30	20	16
31	12	16
32	16	16

Արդյունքների մշակում իրականացվում է երեք սանդղակների ցուցանիշներով, համապատասխան բալային հաշվարկով

- Էքստրավերսիա (Է)
 - Նեյրոտիզմ (Ն)
 - «կեղծիքի սանդղակ»
- Բալերի հաշվարկի «բանալի»
1. Սանդղակ«Է»
 - «Այո» -1, 3, 9, 11, 14, 17, 19, 22, 25, 27, 30, 35, 38, 41, 43, 46, 49, 53, 57,
 - «Ոչ» - 6, 33, 51, 55, 59:

2. Սանդղակ «Ն»
«Այո» - 2, 5, 7, 10, 13, 15, 18, 21, 23, 26, 29, 31, 43, 37, 39, 42, 45, 47, 50, 52, 54, 56, 58, 60,
3. «Կեղծիքի սանդղակ»
«Այո» 8, 16, 24, 28, 36, 44
«Ոչ» 4, 12, 20, 32, 40, 48:

Բալերի հաշվարկն իրականացվում է քննվող անձի կողմից տրված պատասխանները սանդղակներից յուրաքանչյուրի համար նախատեսված «բանալու» հետ համակնելու դեպքում բալերը գումարելու միջոցով:

Եթե «կեղծիքի սանդղակի» բալերի գումարը գերազանցում է 5-ը, թեստավորման արդյունքները կարելի է համարել ոչ հավաստի քննվող անձի անկեղծ չլինելու պատճառով:

Այնուհետև Ադյուսակի միջոցով վորոշվում է քննվող անձի պատկանելիությունը ներկայացվող 32 տիպերից մեկին, որոշվում է այդ տիպերի կոնկրետ դրսևորումները և հոգեկարգավորման ուղիները:

Ծրագիրը գրվել է Java ծրագրավորման լեզվով: Java-ն պլատֆորմի տիպից անկախ, ընդհանուր նշանակության ծրագրավորման լեզու է, որը գուգահեռ, կլասսների վրա հիմնված, օբյեկտ – կողմնորոշված և հատուկ մշակված է, որպեսզի ունենա ինչքան հնարավոր է շատ իրագործումներ: Այն նախատեսված է, որպեսզի «Գրվի մեկ անգամ, աշխատի ամենուր» (“Write once, run anywhere”, WORA), որը նշանակում է, կոմպիլացված Java կոդը կարող է կատարվել բոլոր Java աջակցող պլատֆորմների վրա առանց նորից կոմպիլացվելու: Java ծրագրերը կոմպիլացվում են բայթկոդ-ի, որոնք կարող են իրագործվել ցանկացած Java վիրտուալ մեքենայի (JVM) վրա, անկախ համակարգչային ճարտարապետությունից:

Թերություն

Քանի որ ծրագիրը գրվել է Android օպերացիոն համակարգի վրա բայթկոդը որը գենեռացվել է ծրագիրը աշխատացնելու համար չի կարող օգտագործվել ծրագիրը համակարգչի վրա աշխատացնելու համար:

Թեկուզ որոշ մասնագետներ գտնում են, որ Այգեկի բանաձևը հնացած է մենք վստահեցնում ենք նրա արդիականությունը, ելնելով այն փաստից, որ ԶՈԻ առ այսօր զինվորների հոգեկան կայունության ստուգման համար օգտվում են հենց այդ բանաձևից:

Ծրագրին ծանոթանալու համար դիմեք «Մեսրոպ Մաշտոց» համալսարան:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

1. Հայաստան- Մփյուռք 6 – րդ համաժողովի ժամանակ ՊՆ նախարար Վիգեն Սարգսյանի ելույթը:
2. ՀՀ- ում կիրառելիության կառավարման համակարգի կերտման գործում հեղինակավոր սփյուռքահայերի ներգրավման կարևորությունը: Հայկ Քոթանջյանի ելույթը:
3. Միջազգային գիտաժողով ԿՈՎԿԱՍԸ ՄԵՐ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՏՈՒՆ: Ն.Մ, Տեղեկատվական տեխնոլոգիաները ժամանակակից զինված ուժերում, էջ 222, ք. Ստեփանակերտ, 2017թ:

РЕЗЮМЕ

Необходимость внедрения ИТ в тылу в современных условиях

Нарине Мкртчян

Ключевые слова: информационные технологии, Вооруженные Силы, современные, программа, вооружение, БД (база данных), компьютерные устройства, образование, война.

В статье рассматривается необходимость внедрения новых информационных технологий в Вооружённые Силы, поскольку без современного вооружения нельзя себе представить армию будущего. Будем надеяться, что в армии будущего наибольшая нагрузка будет возложена на технику и оборудование. Наш будущий солдат должен быть оснащен современным оружием, чтоб защитить его, а не делать из него мишень стоящую на границе.

SUMMARY

The need to implement it in the rearward area in modern conditions

Narine Mkrтчyan

Keywords: information technologies, Armed forces, modern, program, arming, database, computer devices, education, war.

The article discusses the necessity of introducing new information technologies in the armed forces, since there is no the army of the future without modern arming. Let's hope that the greatest load in the army of the future will be placed on machines and equipment. Our future soldier should be fitted with modern defensive arms that won't make him human target on the border.