

ՉԵԿՈՒՅԺ

ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԱԾՈՒՄԸ ՏԻԿՏՈԿԻ ՀԱՅԱԼԵԶՈՒ ՏԻՐՈՒՅԹՈՒՄ.

ՊԱՏՄՈՒՅԹՆԵՐ, ԱՂԵՅՈՒՐՆԵՐ, ՏԱՐԱԾՈՒՄ



Չեկոյցը պատրաստել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը
Հեղինակներ՝
Լուսինե Գրիգորյան
Գեղամ Վարդանյան
Քրիստիան Գինոսյան
Օֆելյա Սիմոնյան

Երևան, 2022

Չեկոյցը ֆինանսավորվել է ԱՄՆ պետքարտուղարության Հանրային դիվանագիտության գրասենյակի դրամաշնորհի շրջանակներում: Այս հետազոտությունում արտահայտված է հեղինակի դիրքորոշումը, որի համընկնումը ԱՄՆ պետքարտուղարության դիրքորոշման հետ պարտադիր չէ: Հետազոտությունը կատարել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը «Մեդիա եւ տեղեկատվական գրագիտության աջակցություն» ծրագրի շրջանակում, որն իրականացնում է Հանրային լրագրության ակումբը:

Բովանդակություն

Ներածություն	4
Ուսումնասիրության մեթոդաբանություն	5
Տիկտոկն ու ապատեղեկատվությունը. միջազգային փորձը	6
Ապատեղեկատվությունը և սոցցանցերը Հայաստանում	10
Հայալեզու տիկտոկում ապատեղեկատվության միտումներն ըստ փորձագետների և տիկտոկերների	12
Հայկական մեդիան Տիկտոկում	15
Ապատեղեկատվությունը՝ մի քանի թեմաների օրինակով	19
Եզրակացություններ	35
Հավելված. հայկական լրատվամիջոցների և լրագրողական կազմակերպությունների տիկտոկյան ալիքների վիճակագրությունը	37
Օգտագործված գրականության ցանկ	40

Ներածություն

Ապատեղեկատվությունը հայաստանյան տեղեկատվական դաշտում վերջին տարիներին դարձել է ահագնացող մարտահրավեր, որ վտանգում է առողջ քննարկումը, ժողովրդավարական գործընթացները, մարդկանց առողջությունն ու կենսակերպը, նաև՝ ազգային անվտանգությունը: Այս թեմայով նախկինում արված նախագծերն ու հետազոտությունները արձանագրում են այդ խնդիրներն ու ռիսկերը, սակայն մինչ այժմ Հայաստանում խորությամբ չեն ուսումնասիրվել Տիկտոկ սոցիալական ցանցի հայալեզու տիրույթն ու այստեղ տարածվող պատմույթները:

Հայաստանում Տիկտոկի նկատմամբ ուշադրությունը հատկապես մեծացավ 2020թ. Արցախյան պատերազմից սկսած. մի կողմից այն ավելի շատ սկսեց ընկալվել որպես վտանգավոր բովանդակության աղբյուր, մյուս կողմից՝ դիտարկվում էր որպես աշխարհին լսելի դառնալու հնարավորություն:

Արցախյան 44-օրյա պատերազմի ժամանակ Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությունը [հայտարարություն](#) էր տարածել՝ խնդրելով, որ պատերազմի օրերին ծնողները երեխաներին հեռու պահեն սոցցանցերից՝ հաշվի առնելով տեղեկատվական անվտանգության կանոնները: ՀՀ Մարդու իրավունքների պաշտպանը խնդրել էր ցուցաբերել [զգուշավորություն](#) և լարված օրերին չօգտվել հատկապես Տիկտոկից: Իսկ վարչապետին կից գործող «Տեղեկատվության կենտրոն»-ի ղեկավարն էլ [հորդորեց](#) երիտասարդներին ինֆորմացիոն պատերազմի մեջ ներառել Տիկտոկն ու ակտիվանալ այդ ցանցում: 2020թ. հոկտեմբերի պատերազմի ու նաև 2022թ. սեպտեմբերին տեղի ունեցած ռազմական ագրեսիայի օրերին հարթակը մասնակիորեն արգելափակվեց Հայաստանում:

Փորձագետների պնդմամբ՝ այստեղ կա մեծ ծավալի ապատեղեկատվություն, սակայն նաև կա մտահոգություն, որ այս հարթակում ապատեղեկատվության հայտնաբերումը և ստուգումը չափազանց բարդ է:

Այս աշխատանքի նպատակն է, հիմնվելով Հայաստանում ապատեղեկատվության վերաբերյալ առկա հետազոտությունների վրա, հաշվի առնելով նաև միմիջազգային փորձը՝ ուսումնասիրել Տիկտոկի հայաստանյան տիրույթը, դուրս բերել և վերլուծել տարածվող ապատեղեկատվության միտումներն ու պատմույթները, նաև՝ հասկանալ այստեղ լրատվամիջոցների գործունեությունն ու դրա հեռանկարները՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարելու համար:

Ուսումնասիրության մեթոդաբանություն

Ուսումնասիրության մեթոդներն ընտրելու համար առաջին հերթին դիտարկվել է միջազգային փորձը, որը ներկայացվում է այս աշխատանքի «Տիկտոկում ապատեղեկատվության ուսումնասիրության և դրա դեմ պայքարի միջազգային փորձը» բաժնում: Տարբեր երկրներում արված հետազոտություններն ու մոտեցումները քննարկելով՝ այս աշխատանքի մեջ կիրառվել են մեթոդներից և գործիքներից մի քանիսը՝ նախկինում արված հետազոտությունների ուսումնասիրություն, խորը հարցազրույցներ փորձագետների հետ, քանակական տվյալների հավաքագրում, առանձին ալիքների դիտարկում, առանձին տեսանյութերի բովանդակության վերլուծություն:

Ուսումնասիրության առաջին փուլում արվել են խորը հարցազրույցներ 6 փորձագետների հետ. Տիկտոկի ակտիվ օգտատեր ինֆյուենսերների, լրագրողների և մեդիա մասնագետների հետ զրույցներն օգնել են հասկանալ հարթակի հայալեզու հատվածի ընդհանուր պատկերը, միտումներն ու խնդիրները: Եվս 5 հարցազրույց է անցկացվել է Տիկտոկում ակտիվ հայկական լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների հետ՝ ուսումնասիրելու հենց մեդիայի գործունեությունը այս հարթակում:

Դիտարկվել են վերջին երկու տարիներին Հայաստանում ապատեղեկատվության թեմայով արված հետազոտությունները՝ դուրս բերելու ապատեղեկատվական հիմնական նարատիվները, որոնք հետագայում ուսումնասիրվել են տիկտոկյան կոնտեքստում:

Տիկտոկում տեղեկություններ հավաքագրելու համար և՛ որոնում ու դիտարկումներ են արվել հարթակում, և՛ կիրառվել է հատուկ թվային հետազոտական գործիք՝ Exolyt սոցիալական մեդիայի ուսումնասիրության գործիքը, որ օգնում է տեսնել տվյալ թեմայի ու հեշթեգի տարածումը տիկտոկում, նաև նշում զուգահեռ կիրառվող հեշթեգերը, դրանք տարածող հիմնական ալիքները, տրամադրում է այդ ալիքների մասին որոշակի հավելյալ տեղեկություններ: Տիկտոկյան ալիքների ու տեսանյութերի դիտարկումներն արվել են 2022թ. սեպտեմբեր-նոյեմբեր ամիսներին:

Այս մեթոդները համադրելով՝ հնարավոր է եղել պարզել Տիկտոկի հայալեզու հատվածի ընդհանուր պատկերը, միտումները, նաև ուսումնասիրել ապատեղեկատվության տարածման խնդիրը:

Տիկտոկն ու ապատեղեկատվությունը միջազգային փորձը

Տիկտոկը տեսանյութերի տարածման սոցցանցային հավելված է, որը պատկանում է չինական ByteDance ընկերությանը: Այն ստեղծվեց 2018-ին չինական երկու այլ հարթակների Musical.ly և Douyin միավորման արդյունքում: Այն գրավիչ է, արագ, հեշտ ու պարզ: Այս հարթակը բացառապես վիդեո բովանդակություն տարածելու համար է. տեսանյութերը մի քանի վայրկյանից մինչև մի քանի րոպե տևողությամբ են: Դրանք ամենատարբեր թեմաներով են, բայց Տիկտոկին ամենաբնորոշը պարային տեսանյութերն են, երբ պատանիները տեսագրում են պարային շարժումներ՝ դրանք համադրելով թրենդային ձայնային ֆայլերի ու երգերի հետ, օգտագործելով նաև տարատեսակ վիզուալ էֆեկտներ: Տիկտոկի բովանդակությանը կարելի է հետևել նույնիսկ առանց օգտահաշիվ բացելու. հավելվածը ներբեռնելով կարելի է թերթել կարճ, ռիթմիկ տեսանյութերի անվերջ շարքը... Ավելին, տիկտոկյան տեսանյութերը շատ հաճախ են տարածվում այլ հարթակներում՝ Ինստագրամում, Ֆեյսբուքում, հասնում են ավելի մեծ լսարանի:

2020 թվականին Տիկտոկը դարձավ աշխարհում ամենաշատ ներբեռնվող հավելվածը՝ ավելի քան 2 մլրդ [ներբեռնում](#), և օգտատերերի թիվը շարունակում է աճել. 2021 թվականին Տիկտոկը ամենաշատ ներբեռնվող ոչ խաղային հավելվածն էր ամբողջ աշխարհում ըստ [Forbes-ի](#), և միայն 2022թ. 3-րդ եռամսյակում Ինստագրամի ներբեռնումները [գերազանցեցին](#) Տիկտոկին:

10 Most Downloaded Apps in 2021	
Worldwide	
#1	 TikTok 656M
#2	 Instagram 545M
#3	 Facebook 416M
#4	 WhatsApp 395M
#5	 Telegram 329M
#6	 Snapchat 327M
#7	 Zoom 300M
#8	 Messenger 268M
#9	 CapCut 255M
#10	 Spotify 203M

Outsmart your competition with app intelligence from apptopia.com

apptopia

Apptopia.com

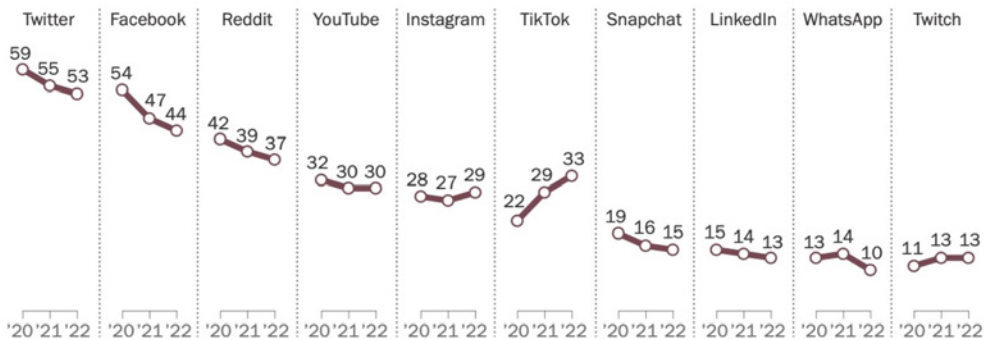
Այս հարթակը գրավում է հատկապես պատանիներին: Գուգլի [տվյալներով](#)՝ երիտասարդները ավելի ու ավելի հաճախ են Գուգլի փոխարեն որոնում կատարում Տիկտոկում:

Բրիտանական Հաղորդակցական ծառայությունները կարգավորող մարմնի՝ Օֆքոմի 2022թ. [հետազոտության տվյալներով](#)՝ երիտասարդների համար լրատվության հիմնական աղբյուրներ են դարձել Ինստագրամը, Տիկտոկն ու ՅուԹյուբը, որոնցից Ինստագրամն առաջին տեղում է:

Pew միջազգային հետազոտական կենտրոնի 2022թ. [ուսումնասիրությունը](#) պարզել է, որ ի տարբերություն մյուս սոցիալական մեդիա հարթակների, Տիկտոկում լրատվության սպառումը գնալով ավելանում է՝ հասնելով 33%-ի:

Social media sites by portion of users who regularly get news there

% of each social media site's users who **regularly** get news there



Note: Nextdoor was first asked about this year so there is no trend data.

Source: Survey of U.S. adults conducted July 18-31, 2022.

PEW RESEARCH CENTER

Pew հետազոտական կենտրոն

Տիկտոկը, որ դարձել է աշխարհի առաջատար տեսանյութերի տարածման հարթակը, նաև ապատեղեկատվության տարածման հիմնական վայրերից է:

Ընկերությունը պնդում է, որ իրենք տեղյակ են խնդրից և ամեն բան անում են՝ լուծելու համար. արհեստական բանականությունը զննում է բոլոր տեսանյութերը, և խնդիրներ արձանագրելու դեպքում՝ տեսանյութերը կամ հեռացվում են կամ փոխանցվում համապատասխան մասնագետներին:

2020թ. Տիկտոկը սկսեց համագործակցել փաստեր ստուգող մասնագիտական թիմերի հետ՝ ստուգելու կասկածելի բովանդակությունը և հեռացնելու կեղծիք պարունակող նյութերը, իսկ 2021թ. փետրվարին [հայտարարեց](#), որ զգուշացումներով կուղեկցվեն այն բոլոր կասկածելի տեսանյութերը, որոնք փաստեր ստուգողները չեն կարողացել լիովին ստուգել:

Այսօր Տիկտոկը [կարողանում է](#) բովանդակության վերլուծել և ստուգել 30 լեզուներով՝ համագործակցելով փաստեր ստուգող տարբեր կազմակերպությունների հետ: Այնուամենայնիվ, շատ լեզուներով տարածվող կեղծիքներն ու մանիպուլյացիաները դուրս են մնում փաստեր ստուգողների ուշադրությունից: Օրինակ՝ ուսումնասիրելով Ուկրաինայի պատերազմի մասին տարածվող ապատեղեկատվությունը՝ BBC-ի լրագրողը [նշում է](#), որ ուկրաինեներենին տիրապետող մասնագետների պակասը խանգարում է Տիկտոկին՝ ավելի լավ հետևել այդ լեզվով տարածվող տեղեկություններին:

Ընկերությունն ամեն տարի հրապարակում է [Թափանցիկության հաշվետվություն](#)՝ հայտնելով նաև տվյալներ ապատեղեկատվություն տարածող օգտահաշիվների մասին: 2022-ի առաջին քառորդի ընթացքում Տիկտոկը հեռացրել է 102 մլն տեսանյութ՝ կանոնները խախտելու համար: Սակայն դրանցում ապատեղեկատվության համար հեռացված նյութերը կազմել են 1%-ից էլ քիչ, ասվում է NewsGuard ընկերության [գեկույցում](#):

Լրագրողների կողմից հիմադրված NewsGuard ընկերությունը չափում և գնահատում է լրատվության աղբյուրների հավաստիությունը: Ընկերությունը, ԱՄՆ միջանկյալ ընտրություններին ընդառաջ, ուսումնասիրել է Տիկտոկում ապատեղեկատվության միտումներն ու աղբյուրները: [Հետազոտություն](#)

արձանագրում է, որ ամերիկյան լրատվական հիմնական թեմաներով (Ուկրաինայի պատերազմ, կրակոցներ դարձնելով, քովիդ պատվաստումներ) արված որոնումների արդյունքում Տիկտոկի առաջարկած տեսանյութերի մոտ 20 տոկոսը պարունակել է ապատեղեկատվություն և մանիպուլյացիա: NewsGuard-ն ուսումնասիրել է 27 տարբեր որոնումների առաջին 20 տեսանյութերը և եզրակացրել, որ 540 տեսանյութից 105-ում շփոթեցնող կամ կեղծ պնդումներ կան: Համեմատելով նույն թեմաներով որոնման արդյունքները Տիկտոկում և Գուգլում՝ հեղինակներն արձանագրել են, որ Գուգլի առաջարկած բովանդակությունն ավելի որակյալ է, ավելի քիչ ծայրահեղական պնդումներ և ապատեղեկատվություն է պարունակում:

Ավելին, օրինակ «covid vaccine» (քովիդ պատվաստանյութ) չեզոք ձևակերպումներով որոնման դեպքում Տիկտոկն առաջարկել է դիտել «covid vaccine injury» «covid vaccine exposed» (քովիդ պատվաստանյութի վնասներ, քովիդի պատվաստանյութի բացահայտում) ուղղորդող և մանիպուլյատիվ ձևակերպումներով որոնման արդյունքները:

2022թ. ԱՄՆ ընտրություններին ընդառաջ արված մեկ այլ [հետազոտության](#) տվյալներով՝ Տիկտոկը Ֆեյսբուքի և Յություբի համեմատությամբ շատ ավելի է թերանում ապատեղեկատվությունը ճանաչելու և հեռացնելու գործում: Global Witness կազմակերպությունը պարզել է, որ 90% դեպքերում Տիկտոկը չի ֆիքսել ապատեղեկատվությունը և հաստատել է մանիպուլյատիվ քաղաքական գովազդները հարթակում: Նմանապես, 2022թ. թիվ մեկ լրատվական թեմայի՝ ռուս-ուկրաինական պատերազմի թեմայով ուսումնասիրությունները հաստատում են, որ Տիկտոկում շատ են քարոզչական ու մանիպուլյատիվ, սուտ տեսանյութերը:

Հետազոտողները [փաստում են](#), որ Տիկտոկում ապատեղեկատվությունը գտնելը և ստուգելը բարդ է: Նախ դժվար է տեսաձայնային նյութեր որոնելը, ապա նաև շատ դրանք ստուգելը. պետք է լսել ու դիտել նյութերը, հասկանալ կոնտեքստը, ասելիքը, ուշադրություն դարձնել բոլոր մանրուքներին:

Այս հարթակում տեղեկություններ հավաքագրելու հիմնական մեխանիզմը որոնումն է, որն էլ չունի ֆիլտրեր ու որոնումը նեղացնելու համակարգ: Հետազոտողները հիմնականում դիմում են հեշթեգերով որոնումների մեթոդին, ապա ինքնուրույն ֆիլտրում և դասակարգում են որոնված հսկայածավալ նյութը: Երբեմն [դիմում են](#) տիկտոկյան համայնքին, որպեսզի օգտատերերն օգնեն գտնել ու հավաքել անհրաժեշտ նյութերը: Շատ քիչ թվային գործիքներ կան, որ կարողանում են Տիկտոկի վիճակագրություն ու տվյալներ տալ, վերլուծություններ անել: Օրինակ որևէ գործիքով այդպես էլ հնարավոր չէ պարզել, թե քանի հայաստանցի օգտատեր կա հարթակում:

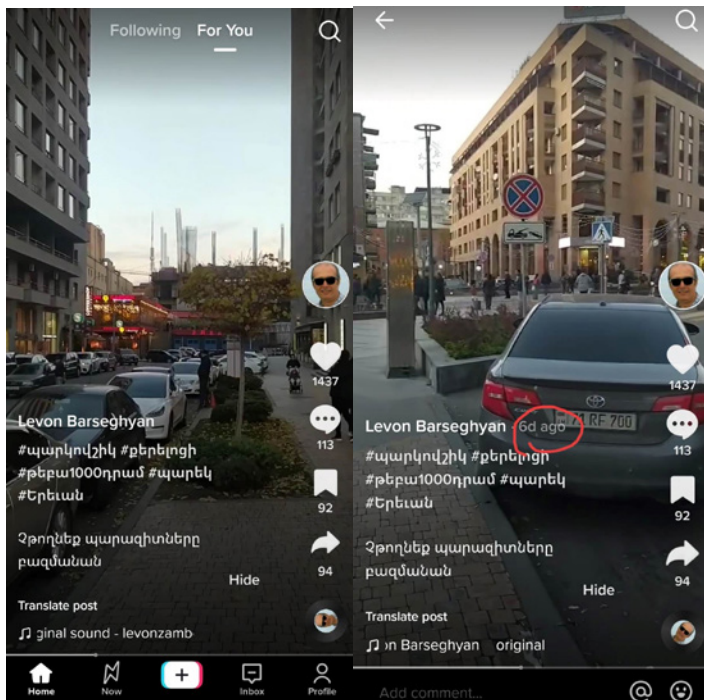
Հետազոտողների գործը դժվարացնում է նաև այն, որ Տիկտոկում հեշտ է առանձնացնել և օգտագործել տեսանյութի բաղադրիչները՝ պատկեր, ձայն, տեքստ՝ փոփոխելով և վերամշակելով դրանք, ինչը նպաստում է ապատեղեկատվության տարածմանը, [ասում են](#) Հարվարդի համալսարանի հետազոտողները, ովքեր ուսումնասիրել են Ուկրաինայի պատերազմին վերաբերող վիդեոները Տիկտոկում: Իսկ օրինակ Իսպանիայում, Պորտուգալիայում, Բրազիլիայում և ԱՄՆ-ում իրականացված [հետազոտության](#) համաձայն՝ կեղծ փաստերը տեսանյութերում հաճախ ներկայացվում են տեքստային լուսագրերով:

Իսկ 2021թ. հուլիսին բրիտանական Strategic Dialogue ինստիտուտը, ուսումնասիրելով 124 տիկտոկյան տեսանյութ, [պարզել է](#), որ դրանք տարածում են քովիդի թեմայով կեղծիք ձայնի միջոցով: Տիկտոկը ջնջել է կեղծիք տարածող մի քանի տեսանյութ, սակայն մարդիկ, պահպանելով և օգտագործելով միայն ձայնը,

շարունակել են տարածել ուղերձները՝ կցելով դրանք այլ տեսանյութերի:

Մյուս առանձնահատկությունն այն է, որ այստեղ մարդիկ հաճախ չեն օգտագործում իրենց իրական անունները, նյութերը տարածվում են անանուն: Այդ նյութերը հիմնականում սեփական արտադրանք չեն, այլ վերատարածվում են այլ էջերից ու ալիքներից...

Օգտատերերի ու հետազոտողների համար շփոթեցնող է նաև տեսանյութերի օր ու ժամի տվյալների ցուցադրումը. «քեզ համար» (For you) կոչվող լրահոսում տեսանյութերի ժամկետի մասին նշում չկա, դրանք հավանելուց հետո նշումը հայտնվում է:



Տիկտոկյան բովանդակության յուրահատկություններից է նաև այն, որ տեսանյութերը սովորաբար ոչ թե ինֆորմատիվ են, այլ էմոցիոնալ, ասելիքը հաճախ ոչ թե փաստերի վրա է հիմնված, այլ սուբյեկտիվ կարծիքի ու անձնական փորձի, որոնք կարող են ստուգելի չլինել: Այս [եզրակացությանն են եկել](#) Մալազիայիում, Ինդոնեզիայում ու Ֆիլիպիններում պատանիների կողմից Տիկտոկի կիրառությունը ուսումնասիրող մասնագետները:

Տիկտոկի այս առանձնահատկությունները մի կողմից գրավիչ են դարձնում հարթակը օգտատերերի, մասնավորապես՝ պատանիների համար, մյուս կողմից դժվարացնում են տարածվող կեղծիքի հայտնաբերումը և դրա դեմ պայքարը, խանգարում են լիարժեքորեն ուսումնասիրել միտումներն ու մանիպուլացիաները:

Սրան գումարվում են նաև հետազոտողների [մտահոգությունները](#) այս հարթակում անձնական տվյալների պաշտպանության, օգտատերերի քանակի աննախադեպ աճի ու նրանց վրա Տիկտոկի հոգեբանական ազդեցության, հարթակի չինական ծագման և արևմտյան աշխարհի վրա չինական ազդեցության մասին:

Ապատեղեկատվությունը և սոցցանցերը Հայաստանում

Հայաստանյան մեդիա դաշտում ապատեղեկատվությունը բավական մանրամասն քննարկված և ուսումնասիրված ֆենոմեն է արդեն: Սոցցանցերը ապատեղեկատվական արշավների հիմնական [հարթակներից են](#). սակայն այդ հարթակներից հետազոտվել է մեծ մասամբ Ֆեյսբուքը, որը մնում է ներքին քաղաքական դիսկուրսի հիմնական առցանց տիրույթը, այն նաև ամենաշատն է օգտագործվում տեղական լրատվամիջոցների կողմից, իսկ սպառողները հենց այստեղ են փնտրում տեղեկություններ, հաճախ նույնիսկ չնկատելով ու չհիշելով աղբյուրը (Մեդիա սպառումը Հայաստանում 2021, ՄՆԿ, ՀՌԿԿ):

Freedom House միջազգային կազմակերպության 2021թ. հետազոտության համաձայն՝ սոցիալական ցանցերի, մասնավորապես՝ Ֆեյսբուքի դերը Հայաստանում վերջին տարիներին ավելի է մեծացել: 2018թ. հեղափոխությունից հետո նոր իշխանությունները հաճախ հենց այս հարթակն էին օգտագործում մարդկանց հետ շփման համար, նրանց Ֆեյսբուքյան էջերն էին ինֆորմացիայի հիմնական աղբյուրը: Նույն հետազոտությունը փաստում է, որ սոցցանցերը լրատվական դաշտում ապատեղեկատվության տարածման հիմնական աղբյուրներից են: Media.am-ի 2021թ. ուսումնասիրությունը պարզել է, որ այլ աղբյուրների շարքում, ապատեղեկատվություն տարածում են նաև սոցցանցային ինֆյուենսերները, ծայրահեղական խմբերի սոցցանցային էջերը, ավելին՝ ուսումնասիրված մեդիա հրապարակումներից շատերը հենց սոցցանցային օգտատերերի գրառումների արտատպումներ են:

Freedom House-ի հեղինակած [հետազոտությունն](#) առանձնացրել է ապատեղեկատվության չորս հիմնական թեմաներ՝ կորոնավիրուս, Ղարաբաղյան պատերազմ, սոցիալական թեմաներ (օր.՝ լանսարոտեի կոնվենցիա), քաղաքացիական հասարակություն և դեմոկրատիա: Այս բոլոր թեմաները մշտապես քաղաքականացվել են, ու բոլորի միջով կարմիր թելի պես անցել են «արևմուտքի գործակալների», «սորոսականության», «ազգային ավանդույթները քանելու» կեղծ թեզերն ու դավադրությունները:

Տիկտոկը նման հետազոտությունների մեջ սովորաբար չի հիշատակվում, նաև շատ քիչ բան գիտենք հարթակի հայաստանցի օգտատերերի մասին:

Cloudflare ինտերնետի անվտանգության ցանցի տվյալներով՝ Տիկտոկը Հայաստանում 3-րդ ամենատարածված առցանց հարթակն է եղել 2022-ին:

Rank	Service
#1	Google
#2	Facebook
#3	Apple, TikTok
#5	YouTube
#6	Microsoft
#7	Amazon Web Services
#8	Instagram
#9	Amazon
#10	iCloud, Netflix, Twitter, Yahoo

[Cloudflare](#)

Բայց ցանցի վերլուծության SimilarWeb հարթակի տվյալներով՝ 2022թ. դեկտեմբերին Տիկտոկ հավելվածը Google Play Store-ում 11-րդ տեղում էր ներբեռնումների թվով, իսկ Apple Store—ում՝ 4րդ:

	App ①	Publisher ①	Category ①
1	 CapCut - Video Editor	BYTEDANCE PTE. LTD.	Photo & Video
2	 WILDBERRIES	Wildberries OOO	Shopping
3	 WhatsApp Messenger	WhatsApp Inc.	Social Networking
4	 TikTok	TIKTOK PTE. LTD.	Entertainment
5	 Telegram Messenger	Telegram FZ-LLC	Social Networking
6	 FIFA Mobile: FIFA World Cup™	EA Swiss Sarl	Games
7	 Instagram	Instagram, Inc.	Photo & Video

SimilarWeb

Փորձագետների կարծիքով՝ Տիկտոկը Հայաստանում շատ տարածված է. ոչ միայն պատանիները, նաև մեծահասակները, եթե նույնիսկ գրանցված չեն, դիտում են տիկտոկյան տեսանյութեր: Սակայն օգտատերերի հստակ թիվը պարզել հնարավոր չէ. Տիկտոկը չի տրամադրում Հայաստանի օգտատերերի վիճակագրություն, նաև չկա այդ թեմայով խորը քանակական հետազոտություն: 2021թ. Մեդիա սպառման ուսումնասիրությունների տվյալներով՝ հասարակության միայն 16%-ն է օգտվում Տիկտոկից ([Մեդիա սպառումը Հայաստանում](#), ՄՆԿ, ՀՌԿԿ), և նրանց միայն 23%-ն է դիտարկում այս հարթակը նորություններ ստանալու աղբյուր: Ավելին, Տիկտոկից օգտվողների 98%-ը պատասխանել է, որ այստեղ չի տարածում քաղաքական և սոցիալական թեմաներով նյութեր:

Տիկտոկ հարթակը շատ հազվադեպ է հայտնվել լրատվամիջոցների կամ հայաստանյան փաստեր ստուգողների ուշադրության կենտրոնում: Փաստեր ստուգողները դժվարանում են հիշել դեպքեր, երբ ապատեղեկատվությունը սկիզբ է առել Տիկտոկից, ապա թափանցել նաև լրատվամիջոցների լրահոս և մեծ ազդեցություն ունեցել հանրության վրա: Մեդիան քննարկել է Տիկտոկի արգելափակման թեման և հնարավոր վտանգները՝ պատերազմի համատեքստում: Մեդիա հարթակները երբեմն Տիկտոկին անդրադարձել են դրական լույսի ներքո՝ [քննարկելով](#), թե ինչպես են հայ տիկտոկերները կարողացել օգտագործել այս հարթակը հայ-ադրբեջանական կոնֆլիկտի համատեքստում՝ աշխարհին հասցնելով հայերի ծայնը, [պատմելով](#), թե ինչպես են երիտասարդ մասնագետները ինքնադրսևորվում տիկտոկի միջոցով, կամ թե [ինչպես](#) է հայ երգչուհու՝ ՌոզաԼինի «Սնափ» երգը Տիկտոկում դարձել վիրուսային հիթ ու գրավել միջազգային շքերթների առաջին հորիզոնականները:

Տիկտոկի օգտատերերի ավելացման ու հարթակի տարածմանը զուգահեռ, հայկական լրատվամիջոցները նույնպես հետաքրքրվում են դրանով:

Հայալեզու Տիկտոկում ապատեղեկատվության միտումները ըստ փորձագետների և տիկտոկերների

Հայաստանում Տիկտոկ սոցիալական ցանցում տարածվող ապատեղեկատվության միտումները պարզելու համար կիրառվել է խորը հարցազրույցների մեթոդը: Ընդհանուր՝ 6 հարցազրույց մեդիա փորձագետների, լրագրողների, տիկտոկերների հետ:

Հայաստանում Տիկտոկի տարածվածությունն իր ազդեցությունն է թողնում այս հարթակում ստեղծվող բովանդակության վրա: Հարցված գրեթե բոլոր փորձագետները նշում են, որ Տիկտոկն օգտագործվում է ապատեղեկատվություն տարածելու համար: Սակայն գրեթե բոլորը համաձայն են, որ ապատեղեկատվության ալիքները Տիկտոկում առանձնահատուկ են. հայտնի դառնալ ցանկացող տիկտոկերներն ընդհանրապես չեն ստուգում այն բովանդակությունը, որ տարածում են: Տիկտոկն ընկալվում է, որպես սոցիալական ցանց, որտեղ կարելի գովազդ անելով գումար աշխատել: Իսկ գումար աշխատելու համար հարկավոր է հայտնի դառնալ:

«Տիկտոկում խնդիրն այն է, որ ի տարբերություն այլ ցանցերի՝ ինֆյուենսերները Տիկտոկն ընկալում են որպես աշխատանք, ու կամայական թեմայով ինֆյուենսերները պատրաստ են դերասանություն էլ անել, ժամանակ, ռեսուրս, ուժ ծախսել ու նմանատիպ մանիպուլյատիվ տեսանյութեր ստեղծել»:

Սամվել Մարտիրոսյան, մեդիա հետազոտող

«Մարդիկ ինչ-որ տեղեկություն են ստանում և ուզում են առաջինը իրենք էդ մասին խոսեն, գրեն ու փաստացի շատ լայքեր հավաքեն: Ու այդտեղ տեղեկությունը ստուգելու մասին խոսք չկա: Որովհետև Տիկտոկի ալգորիթմը հենց այն է, որ պետք է «Ռեք» ընկնես: Իսկ «Ռեք» ուղղակի չի ընկնում վիդեոն, դրա համար մի բան պետք է այնպես անես, որ վիդեոն տարածվի: Ու մարդիկ ինչ քայլի ասես գնում են: Մարդիկ ամեն ինչի պատրաստ են լայքի համար»:

Ռաֆայել Հարությունյան, տիկտոկեր

«Ռեք»-ը ռուսերեն #рек հեշթեգի թարգմանությունն է, որն էլ Рекомендации բառից է գալիս. դա «For you» լրահոսի ռուսերեն անվանումն է: Այս լրահոսում Տիկտոկի ալգորիթմն ընտրում ու առաջարկում է ամենատարածված, քննարկված տեսանյութերը:

Տիկտոկը համարվում է հատկապես պատանիների շրջանում տարածված հարթակ: Երիտասարդ ինֆյուենսերների խոսքով իրենք ու իրենց հետևող պատանիները առանձնապես չեն հետաքրքրվում լրատվությամբ այս հարթակում, ու հազվադեպ են հանդիպում միտումնավոր ապատեղեկատվության: Առավել հաճախ պատահում է բամբասանք ու սենսացիա: Մարքեթինգի մասնագետ և

տիկտոկեր Լիլիթ Բրոյանն էլ է փաստում, որ ինֆյունեսերները հաճախ իրենք են «դրամա ստեղծում» Տիկտոկում իրենց անձի շուրջ, նույնիսկ դիտմամբ կեղծ մեկնաբանություններ են գեներացնում՝ լսարանի ուշադրությունը գրավելու, սկանդալ կենտրոնում հայտնվելու համար:

«Օրինակ՝ ֆեմինիզմի մասին են խոսում առանց հասկանալու, թե դա ինչ է, արդյունքում նաև կեղծ ու սխալ տեղեկություն են տալիս: Մասնագետ չլինելով ամեն ինչի մասին կարծիք են հայտնում, խորհուրդներ են տալիս...»:

Վեգա Անդրեասյան, բլոգեր

Տիկտոկի ալգորիթմի առանձնահատկությունն այն է, որ ապատեղեկատվության հերքումները տեսանյութի մեկնաբանությունների բաժնում հանգեցնում է այդ տեսանյութի էլ ավելի տարածմանը: Ալգորիթմը մեկնաբանությունն ընկալում է որպես նյութի կարևորում, ու ստացվում է՝ ապատեղեկատվության դեմ պայքարը շատ դեպքերում բերում է ապատեղեկատվության էլ ավելի տարածման:

Տիկտոկի մյուս առանձնահատկությունը անանունությունն է: Բազմաթիվ օգտատերեր գրանցված են չնույնականացվող անուններով: Գրեթե անհնար է պարզել Տիկտոկի օգտատիրոջ սեռը կամ տարիքը: Լսարանի մասին բարդ է պատկերացում կազմել:

Հարցազրույցների մասնակիցների մեծ մասը համարում է, որ Տիկտոկում ապատեղեկատվության, մանիպուլյատիվ բովանդակության հսկայական ծավալ կա: Այստեղ նաև տեղեկությունը ստանալու ժամանակակից մեթոդների ազդեցությունն է իր դերը խաղում: Մարդիկ կարճ տեսանյութերն ավելի հեշտ են ընկալում ու ավելի շատ են տպավորվում:

Լրագրող Նարեկ Կիրակոսյանը հարցազրույցում պատմում է, որ Տիկտոկում ապատեղեկատվություն տարածելու փորձ է արել: «Պայթյուն Բաքվում» անվանումով տեսանյութի մեկնաբանությունների բաժնում նրան հարցրել են, թե որտեղ է այդ պայթյունը տեղի ունեցել: Նարեկ Կիրակոսյանը կատակով պատասխանել է՝ «Երևանում»: Ու այդ պատասխանը որպես ճշմարտություն է ընդունվել: Սա այն դեպքում, երբ տեսանյութում ծով է պատկերված, իսկ Երևանում ուղղակի ծով չկա: Երբ լրագրողը հասկացել է, որ իր կատակը լուրջ է ընդունվել, Տիկտոկից հեռացրել է այդ տեսանյութը:

Այն, որ կատակով տարածվող բովանդակությունը Տիկտոկում կարող է որպես իրականություն ընկալվել, հարցազրույցում նշել է նաև մեդիա հետազոտող Սամվել Մարտիրոսյանը:

«Օրինակ որ պատվաստումից հետո ձեռքը մազնիսանում է՝ տիկտոկերները կատակով ասում էին, բայց նրանց հավատում էին: Դա անում էին գվարճանալու համար, բայց կարող է ընկալվել որպես ռեալ ու իրական»:

Սամվել Մարտիրոսյան, մեդիա հետազոտող

Հարցազրույցի մասնակիցները դժվարացել են Տիկտոկում հայերեն մանիպուլյատիվ բովանդակության տարածման հստակ թեմաներ նշել, սակայն,

ընդհանուր պատասխանների հիման վրա հնարավոր է առանձնացնել մի քանի ուղղություններ՝ Քովիդ-19 պատավաստանյութի վերաբերյալ ապատեղեկատվական ալիքներ, Հայաստանում ներքաղաքական պայքար, պատերազմական իրավիճակներում խուճապի տարածում:

Հարցազրույցների մասնակիցները նշել են դեպքեր, երբ ականատես են եղել Տիկտոկում կազմակերպված կամ պատվիրված ապատեղեկատվական արշավի:

«Կարծում եմ, որ կա կազմակերպված քաղաքական կոնտենտ: Որ մտնում ես կոնկրետ տիկտոկյան էջեր, կարելի է տեսնել, որ հատուկ ստեղծած պրոֆայլներ են՝ Նիկոլ Փաշինյանին դեմ կամ կողմ: Տիկտոկը քաղաքական ուժերի կողմից ևս օգտագործվում է, այո»:

Նարեկ Կիրակոսյան, լրագրող

«Կարծում եմ՝ Հայաստանում կան կազմակերպված տիկտոկյան արշավներ, ու Տիկտոկը նաև քաղաքական արշավների մաս է դառնում: Անկեղծանամ, նմանատիպ մոտավոր առաջարկ ստացել եմ, որ վարեմ մի քաղաքական ուժի Տիկտոկի ալիք, որը լավ կողմեր կտարածեր էդ ուժի մասին: Եթե կա նման առաջարկ, կլինի նաև առաջարկ ֆեյք տարածելու: Վստահ եմ, որ կլինի»:

Ռաֆայել Հարությունյան, տիկտոկեր

Հարցազրույցների մասնակիցները Հայաստանում ընդհանուր խնդիր են համարում ոչ միայն Տիկտոկում, այլև բոլոր մեդիա հարթակներով ապատեղեկատվության տարածումը: Տիկտոկում հիմնական առանձնահատկությունները կապված են լսարանի աճի, լսարանի անանունության ու հանրաճանաչության համար ցանկացած քայլի պատրաստ բովանդակություն ստեղծողների հետ:

Տիկտոկը միակ սոցիալական ցանցն է, որ Հայաստանում վերջին երկու տարում պատերազմական իրավիճակներում երկու անգամ ժամանակավորապես [մասամբ արգելափակվել է](#): Չնայած այդ արգելափակումները պաշտոնական հաստատում և բացատրություն չունեն, դրանք ընլավվում են որպես պատերազմի ժամանակ քարոզչական պատերազմի մաս՝ նաև ապատեղեկատվության միջոցով խուճապի տարածումը կանխելու համար:

Հարցազրույցների մասնակիցների մի մասը համաձայն է եղել նման արգելափակումների հետ ու այն համարել է «միակ ճիշտ քայլ»: Մի մասն էլ ընդգծել է, որ նման սահմանափակումները կարգավորված չեն Հայաստանի օրենսդրությամբ ու Տիկտոկի ժամանակավոր արգելափակումը չի կարող օգնել նվազեցնել ապատեղեկատվության տարածումը, քանի դեռ այդ արգելափակման որոշումները ավելի խաղաղ ժամանակներում չեն քննարկվել այլ մեդիա հարթակներում, ինչպես նաև չեն ձեռնարկվել Տիկտոկում ապատեղեկատվության նվազեցմանն ուղղված էֆեկտիվ քայլեր:

Որպես խնդիր նշվել է Հայաստանում Տիկտոկի պաշտոնական ներկայության բացակայությունը: Տիկտոկի կենտրոնական գրասենյակի հետ ուղիղ կամ անգամ միջնորդավորված կապը կարող էր օգնել հայերեն լեզվով ապատեղեկատվության ալիքների նվազեցմանը:

Հայկական մեդիան Տիկտոկում

Մեծ տարածում գտած այս հարթակում, մեր հետազոտության դիտարկումներով, ակտիվ է հայկական 15 լրատվամիջոց և լրագրողական կազմակերպություն ([Ազատություն ռ/կ](#), [Factor TV](#), [Օրագիր News](#), [Իրազեկ քաղաքացիների միավորում](#), [Հանրային լրագրության ակումբ](#), [Հինգերորդ ալիք](#), [Հանրային հեռուստաընկերություն](#), [Tert.am](#), [Խիրատ մեդիա](#), [168 ժամ](#), [Style News.am](#), [Yerevan Today](#), [Հայելի ակումբ](#), [Para TV](#), [Ararat News](#)): Իրազեկ քաղաքացիների միավորումն (ԻԶՄ) ու Հանրային լրագրության ակումբը (ՀԼԱ) հասարակական կազմակերպություններ են, որոնք ունեն մեդիա հարթակներ ու հաղորդումներ: Դրանք ակտիվորեն տարածում են տեղեկատվական ու կրթական բովանդակություն. մասնավորապես, ԻԶՄ-ի Փաստերի ստուգման հարթակը կարևոր դեր ունի հայկական լրատվական դաշտում:

Օգտվելով Տիկտոկի մասին համակարգված տվյալներ տրամադրող Exolyt գործիքից՝ պարզել ենք, թե դրանցից որոնք ունեն ամենաշատ հետևորդները, հավանումները (լայքերը), տեսանյութերը, դիտումներն ու ակտիվությունը (engagement): Ըստ այդմ առաջատարը Tert.am-ն է՝ մոտ 90.000 հետևորդներով և ավելի քան 90 մլն դիտումներով, այն դեպքում, երբ հետևորդներով երրորդ տեղում գտնվող Հանրայինը ունի մոտ 20.000 հետևորդ, իսկ դիտումներով երկրորդ տեղում է Հինգերորդ ալիքը՝ 13 մլն դիտումով: Միայն ակտիվությամբ է (engagement) Tert.am-ը գիջում Հարայինին (5.3%, 6.6% համապատասխանաբար): Ցուցակը եզրափակում են ՀԼԱ-ն ու ԻԶՄ-ն, որոնք տարածում են կրթական ու տեղեկատվական բովանդակություն, բայց, ամեն դեպքում, լրատվամիջոց չեն և չեն մրցում լրատվամիջոցների հետ. ունենալով մեծ թվով տեսանյութեր Տիկտոկում, նրանք գիջում են հետևորդների ու դիտումների քանակով: [Տվյալները](#) (11.10.2022-ի) գրաֆիկներով ներկայացված են ուսումնասիրության Հավելվածում (Էջ 37):

Հասկանալու համար Տիկտոկում մեդիայի ներկայացուցիչների հաջողությունները, մարտահրավերները, ընդհանուր տպավորություններն ու փորձը, զրուցել ենք Ազատություն ռ/կ-ի, Հինգերորդ Ալիքի, Խիրատ մեդիայի, Factor TV-ի և Իրազեկ քաղաքացիների միավորման հետ:

Ինչու՞ Տիկտոկ

Լրատվամիջոցները երկար ժամանակ են Տիկտոկն աչքի տակ ունեցել: Օգտատերերի թվի աճով պայմանավորված՝ որոշել են սեփական բովանդակությունն այնտեղ ևս տեղադրել: Խիրատ մեդիայի Yezidi blog տիկտոկյան օգտահաշիվը ստեղծելիս հաշվի են առել նաև օգտատերերի տարիքային կազմը, որն այդքան էլ քաղաքականացված չէ, ի տարբերություն, օրինակ, Ֆեյսբուքի:

Իրազեկ քաղաքացիների միավորումը և Factor TV-ի Տիկտոկում գրանցվելու հիմնական նպատակը հենց այդ ցանցում տարածված ապատեղեկատվությանը ճշգրիտ լուրերով հակազդելն ու լսարանին հավաստի, բազմակողմանի ռեպորտաժներ և նյութեր տրամադրելն էր:

ԻԶՄ-ն այս հարթակում իր գործունեությունը սկսել է 2021-ի խորհրդարանական ընտրություններին ընդառաջ, որպեսզի տարածի ընտրական ընթացքի, դրա հնարավոր խախտումների մասին տեսանյութեր: «Այդ ժամանակ փորձարկումների փուլում էինք, բայց շատ դրական արձագանքներ ստացանք», – ասում է կազմակերպության թվային մարքեթինգի մասնագետ Մանե Մարտիրոսյանը:

Ադապտացիա

Մեզ հետ զրուցած լրատվականների մեծ մասը փաստում է, որ չնայած Տիկտոկից արդեն օգտվում են մի քանի ամիս կամ տարի, միևնույն է, դեռ գտնվում են ադապտացիոն փուլում:

Ազատություն ռադիոկայանից երկար ժամանակ պահանջվեց համոզվելու համար, որ Տիկտոկը կարևոր մեդիա պլատֆորմ է ոչ միայն ժամանցի ու զվարճանքի, այլև քաղաքական լրատվության համար:

«Այս պահին Տիկտոկի նախնական ուսումնասիրության փուլում ենք և չեմ կարծում, որ մեծ հաջողություններ ունենք այնտեղ: Այնուամենայնիվ, ունենք հարթակում ավելի լավ ու ավելի շատ աշխատելու գաղափարներ», – ասում է Ազատության գործադիր պրոդյուսեր Արտակ Համբարձումյանը:

Factor TV-ում Տիկտոկին հարմարվելու սկզբնական խոչընդոտներ չեն եղել, բայց հայտնում են, որ նախկինում հարթակի կանոններն ու գործիքները ավելի պարզ էին. պետք էր պարզապես վերբեռնել կարճ տեսանյութեր:

Բովանդակություն

Տիկտոկում հայկական մեդիաների մեծ մասը օգտագործում է իր հեռուստատեսային կամ կայքի համար նկարած տեսանյութերը, այսինքն՝ Նոր բովանդակություն չեն ստեղծում հատուկ այդ հարթակի համար: Այդ պատճառով էլ այստեղ լրատվական նյութեր դիտելիս, մեծամասամբ, նկատում ենք կամ կտրատած ու կադրեր կորցրած տեսաշարեր կամ փոքր, հորիզոնական վիդեոներ՝ վերևից ու ներքևից մեծ, սև լուսանցքներով:

Հինգերորդ ալիքում Տիկտոկի համար առանձին մասնագետ չունեն, սակայն ունեցած տեսանյութերի ադապտացիան առանձնապես շատ ժամանակ չի խլում: Այդպես է աշխատում նաև Ազատությունը:

ԻԶՄ-ն ու Խիրատ մեդիան մեր զրուցակիցներից միակն էին, որոնք տեսանյութեր էին նկարահանել հատուկ Տիկտոկի համար, սակայն երկուսն էլ նշում են, որ դրանք սպասվածից քիչ են դիտել, ի տարբերություն այլ հարթակների համար նկարած ու ադապտացրած վիդեոների:

Լրատվականները Տիկտոկում չեն տեղադրում իրենց լրահոսի բոլոր նյութերը, ընտրում են թեման, կանխատեսում՝ արդյոք այդ վիդեոները մարդիկ կդիտեն, ընտրում պարզ ասելով տեսանյութեր: Օրինակ՝ Tert.am-ը, որ ամենամեծ լսարանն ունի այս հարթակում, տարածում է հիմնականում հետաքրքրաշարժ տեսանյութեր, գիտական բացահայտումներ, տեխնոլոգիական նորություններ...

Եզդիական համայնքի կյանքն ու խնդիրները լուսաբանող Խիրատ մեդիայի Yezidi blog-ում շատ են դիտում մշակույթ ու կենցաղ ցույց տվող տեսանյութերը: «Մարդիկ ուրիշ բաներ են լսում եզդիների մասին, բայց իրականում դրանք այդքան էլ ճիշտ չեն, և շատերին հետաքրքիր է ծանոթանալ նրանց առանձնահատկություններին», – ասում է լրատվամիջոցի հանրային կապերի պատասխանատու Սոսե Չաքարյանը:

Factor TV-ում նկատել են ինֆորմատիվ ու ուսուցողական բովանդակության, ոգեշնչող տեսանյութերի հանդեպ հետաքրքրության աճ: Դիտումներ են ապահովում «բացառիկ նյութերը» պատերազմական գործողություններից՝ վիրավոր ու գերեվարված զինծառայողներից կադրեր, ցույցերի ու ակցիաների ժամանակ ոստիկանական գործողություններ, քաղաքական գործիչների

և ինֆյուենսերների հակասական, կամ, այսպես ասած, սկանդալային հայտարարություններ:

Իրազեկ քաղաքացիների միավորման տիկտոկյան ալիքում տարածվում են դրոններով նկարահանած տեսանյութերը, որտեղ նշում են, օրինակ, երևանյան ցույցերի մասնակիցների քանակը կամ պատմում, թե ինչպես կարելի է չափել հանրային տարածքում հավաքված մարդկանց քանակը:

Ազատությունից հայտնում են, որ իրենց առաջ խնդիր են դրել մարդկանց հասկանալի կերպով մատուցել ոչ այնքան պարզ ու ոչ պարզունակ բովանդակությունը:

Առանձնահատկություններ

Տիկտոկը բավական քմահաճ սոցիալական ցանց է, որին հասկանալի ոչ միայն ժամանակ ու փորձ է պահանջում, այլև արագ կողմնորոշվելու կարողություն ու ճարպկություն:

Հարթակի առաջին առանձնահատկությունն իր ալգորիթմներն են:

«Ալգորիթմը հարմար է այն առումով, որ թույլ է տալիս կարճ ժամանակում ձեռք բերել մեծ լսարան: Բայց, այն ինչ կարող է լայն տարածում գտնել Տիկտոկում, կարող է չաշխատել այլ սոցիալական ցանցերում, իսկ թե ինչն այստեղ կարող է ապահովել բարձր դիտելիություն, դժվար է ասել», – ասում է Հինգերորդ ալիքի մարքեթինգային բաժնի ղեկավար Իրինա Թավադյանը:

Անակնկալ հաջողություններով ու կանխատեսումներով բարդանում է լրատվականների աշխատանքը: Factor TV-ում կարծում են, որ երբեք չես իմանա, թե որ տեսանյութը շատ կտարածվի, կամ Տիկտոկի ժարգոնով ասած՝ «rec կընկնի»: Պետք է միայն անընդհատ փորձարկումներ անել ու հասկանալ՝ ինչն է աշխատում:

ԻԶՄ-ն թվային մարքեթինգի պատասխանատու Մանե Մարտիրոյանի համար Տիկտոկի առաջին առանձնահատկությունը հեռախոսային հավելված լինելն է, որտեղ տեսանյութերը կարճ են և ուղղահայաց ձևաչափով: Դրա հետ մեկտեղ, ի սկզբանե այլ հարթակների համար նախատեսված նյութերի հարմարեցումը Տիկտոկին բավական երկարատև աշխատանք է. այդ նույն ժամանակահատվածում հնարավոր կլինե՞ր նոր տեսանյութ պատրաստել:

«Ի տարբերություն Ինստագրամի, Տիկտոկում քաղաքական թեմայով նյութերն ավելի բնական և օրգանական են նայվում: Այստեղ մարդիկ պատրաստ են դիտել ու քննարկել լրատվական բովանդակությունը», – ասում է Մարտիրոյանը:

Մարտահրավերներ

Նոր հարթակի առանձնահատկություններն ու անակնկալները լրատվամիջոցների համար բերել են նաև մարտահրավերներ, որոնց հաղթահարման համար ևս պահանջվում են սխալվելու, համոզվելու ու տարբեր խութեր շրջանցելու փորձեր: Առաջին մարտահրավերը Տիկտոկի կանոնները հասկանալն է:

Factor TV-ն մի քանի ամիս առաջ ծավալուն ռեպորտաժ էր պատրաստել խաղամոլության դեմ պայքարի մասին, սակայն սոցցանցը նախազգուշացում էր ուղարկել՝ հիմնվելով միայն վիզուալ բաղադրիչի, այլ ոչ թե բուն բովանդակության վրա:

«Մենք, իհարկե, պատասխան նամակով արձագանքեցինք նախազգուշացմանը

և ներկայացրինք ռեպորտաժի համատեքստը, բայց հետագայի համար արձանագրեցինք՝ տեքստի, կադրի նկատմամբ առանձնահատուկ ուշադիր է պետք լինել: Այդ պատճառով է, որ վերջերս ավելի ընտրողաբար ենք մոտենում այս հարթակում տեղադրվող նյութերին՝ հաշվի առնելով, որ սոցցանցի մեծամասամբ ժամանցային «կարգուկանոնը» կարող է չընդունել մեզ համար այժմեական, կարևոր թեմաներ շոշափող բազմաթիվ ռեպորտաժներ», – ասում է Factor TV-ի սոցիալական մեդիա մարքեթինգի պատասխանատու Անահիտ Հակոբյանը:

Նմանատիպ խնդրի է բախվել նաև Հինգերորդ ալիքը, որը, մի քանի անգամ զգուշացումներ ստանալով Տիկտոկից, կորցրել է իր առաջին օգտահաշիվը: Իրենց երկրորդ էջը բացել են մոտ մեկ ամիս առաջ:

«Տիկտոկն ունի հստակ քաղաքականություն, որը ենթադրում է, որ ոչ մի տեսակի բռնություն պարունակող կադրեր չեն կարող լինել, իսկ թե ինչն է իր համար բռնություն, շատ դժվար է հասկանալ», – ասում է Իրինա Թավադյանը:

Հինգերորդ ալիքի տիկտոկյան վերջնական արգելափակումից առաջ եղել են ժամանակավոր արգելափակումներ, որոնց պատճառները մի քանի տեսանյութեր էին: Դրանցից մեկում գյուղացիներին գոճիներ էին բաժանում: Տիկտոկն այն որակել էր որպես դաժանություն կենդանիների հանդեպ (animal cruelty): Հաջորդ մեկշաբաթյա արգելափակման առիթ էր դարձել եղանակի տեսության մասին տեսանյութը, երբ ամառվա տապը ցույց տալու համար նկարահանումներ էին իրականացրել դրսում, իսկ ֆոնին երևում էր շատրվանի մեջ լողացող կիսամերկ երեխա: Ցանցն այն որակել էր որպես մանկապղծություն:

Իրագել քաղաքացիների միավորումը Տիկտոկի արգելափակումներին ու սահմանափակումներին ամենաշատը բախվել է ռուս-ուկրաինական պատերազմին անդրադարձող տեսանյութեր տեղադրելիս:

Այլ լրատվամիջոցներ

Կան լրատվամիջոցներ, որոնք Տիկտոկն ավելի շուտ են օգտագործել, բայց այլևս չեն զբաղում դրանով ու չեն թարմացնում, դրանք են [Առաջինի լրատվական ալիքը](#), [Ինֆոքոմը](#) և [Kiss FM-ը](#): Ցանցում օգտահաշիվ է ունեցել նաև այսօր արդեն իր գործունեությունը դադարեցրած [Արմենյուզ](#) հեռուստաալիքը: Տիկտոկում ոչ մեծ ակտիվությամբ թարմացումներ է ապահովում նաև [Հետք մեդիա գործարանը](#):

Թեև Տիկտոկն այս պահին ոչ մի հայկական լրատվականի ամենաառաջնային մեդիա հարթակը չէ, այնուամենայնիվ, նրանց գրանցած արդյունքներն ու տված մեկնաբանությունները փաստում են, որ այն շուտով կարող է դառնալ լրատվության հաղորդման հիմնական օղակ: Խմբագրությունները հակված են ապագայում ավելի լրջորեն զբաղվելու Տիկտոկով՝ ներդնելով ժամանակ ու տարբեր միջոցներ:

Ապատեղեկատվությունը՝ մի քանի թեմաների օրինակով

Կորոնավիրուս և պատվաստումներ

Բժշկության թեմաներով մոլորեցնող տեղեկությունները, տնական բուժիչ բաղադրատոմսերը, դիետաները, հակապատվաստումային դավադրությունները նորություն չեն. առողջությունը զգայուն թեմա է, և լրատվական կայքերը հաճախ գրավում են մարդկանց ուշադրությունն ու դիտումներ են հավաքում խաղալով թեմայի հետ և հույս ներշնչելով, որ «[սողան բուժում է քաղցկեղը](#)», կամ հակառակը՝ վախեցնելով, թե «[պատվաստումը անպտղություն է առաջացնում](#)»:

Վերջին երկու տարիներին կորոնավիրուսը և պատվաստումները դարձել էին հայկական տեղեկատվական դաշտում տարածվող ապատեղեկատվության հիմնական թեմաներից մեկը: Freedom House կազմակերպության [հետազոտության](#) համաձայն՝ 2020թ. սկզբին կեղծիքներն ու դավադրության տեսությունները հիմնականում վիրուսի ծագման ու տարածման մասին էին, իսկ արդեն 2021թվականին՝ ավելի շատ դրա սահմանափակումների ու պատվաստանյութերի, դրանց հնարավոր հետևանքների մասին: Թեման ուսումնասիրել է նաև [Media.am](#)-ը:

Երկու ուսումնասիրություններում էլ կա պնդում, որ կորոնավիրուսի թեմայով մանիպուլյացիաները ունեն քաղաքական բնույթ, թեման քաղաքականացվել է և օգտագործվել հիմնականում գործող իշխանություններին վարկաբերելու համար: Թեև Տիկտոկը դուրս է մնացել այս հետազոտությունների դաշտից, հարթակի հայալեզու տիրույթում կարելի է գտնել բազմաթիվ տեսանյութեր կորոնավիրուսային և պատվաստումային թեմաներով՝ որոնումներ կատարելով համապատասխան հեշթեգերով: Հետազոտական առցանց գործիքներով հնարավոր է նաև պարզել, թե այս թեմաներով որ հեշթեգերն են սովորաբար միասին կիրառվում:

#կորոնաբլեֆ, #վակցինա, #պատվաստում, #պարտադիր, #կորոնատերոր, #պատվաստում

Այս հեշթեգերով տասնյակ տեսանյութեր են տարածվել՝ գրավելով միլիոնավոր դիտումներ. նկատենք սակայն, որ այս հեշթեգերը հիմնականում համատեղ են կիրառվել և դիտումների թվերը պետք չէ առանձին առանձին դիտարկել:

Relevant hashtags

These hashtags are commonly used together with this hashtag.

#պատվաստում 2.2M Views	#կորոնաբլեթ 2.7M Views	#պարտադիր 1.5M Views	#վակցինացիա 1.2M Views
#կորոնատերոր 660.0K Views	#թեստ 2.4M Views	#կրոնաբլեթ 519.5K Views	#թեստավորում 435.2K Views
#կորոնավիրուս 1.4M Views	#դիմակ 2.1M Views	#մասոն 872.8K Views	#կարենարայան 2.2M Views
#անահիտավանեսյան 1.0M Views	#թիշկ 33.8M Views	#բլեթ 839.1K Views	#հայկմանայան 2.4M Views
#դմիտրիհարությունյան 258.1K Views	#վիրուս 1.1M Views	#կյուրնբերգ 86.3K Views	#պայքար 2.5M Views

#պատվաստում հեշթեգի հետ կրառվող այլ հեշթեգերը ըստ Exolyt-ի

Եթե դիտարկենք #կորոնավիրուս հեշթեգով Տիկտոկ հարթակում տարածվող տեսանյութերը, հեշթեգի որոնման արդյունքում առաջարկվող տեսանյութերի առաջին տասնյակում կգտնենք և՛ ճանաչողական տեսանյութ՝ մարդկության պատմության և պանդեմիաների մասին, և՛ հումորային նյութեր, թե օրինակ դիմակով որքան հարմար է կոնֆետ ուտել աշխատանքի ժամին, և՛ ֆիլմերից վերցրած ծայնային կտորներով ու Հայաստանի քաղաքական գործիչների կադրերով պատրաստված տեսանյութ, և՛ լրատվական թողարկումներից ու հարցազրույցներից կտորներ:

Օրինակ՝ Lucy Karapetyan օգտատերը, որ TV9 առցանց ալիքի հաղորդավար է, եթերում շուտասելու է արտասանում կորոնավիրուսի թեմայով՝ ընթացքում նշելով, թե «[կորոնան սուտ ա](#)»։ այս տեսանյութը Տիկտոկում դիտվել է ավելի քան 300.000 անգամ:

Exolyt հարթակում հեշթեգի որոնումը նաև լրագրողների ու լրատվամիջոցների տեսանյութեր է առաջարկում առաջին տասնյակում՝ Սևակ Հակոբյանից, Para TV-ից, Factor TV-ի լրագրող Նարեկ Կիրակոսյանից: Նարեկ Կիրակոսյանի՝ 2021թ. հուլիսի [տեսանյութը](#) ցույց է տալիս իրարանցում Հյուսիսային պողոտայում՝ «Ի՞նչ է կատարվում Հյուսիսային պողոտայում» լուսագրերով, իսկ մեկնաբանությունում «Դուք պատվաստվե՞լ եք, #հայաստան, #կորոնավիրուս» արտահայտություններով: Մեկնաբանություններից հասկանալի է դառնում, որ այստեղ հավաքված են Իրանի քաղաքացիներ, որոնք եկել են Հայաստան քովիդի դեմ պատվաստվելու: Para TV-ի տեսանյութում պատգամավոր Արամ Վարդևանյանը ներկայացնում է ՄԴ որոշումը՝ ՊԾԹ թեստերի վերաբերյալ, իսկ Սևակ Հակոբյանի ալիքի մի քանի տեսանյութեր քննադատում են դիմակի ու թեստերի պարտադրանքը (2021թ)՝ այդ թվում ներառելով մանիպուլյատիվ պնդումներ:

#պատվաստում հեշթեգով որոնման արդյունքների 10 տեսանյութերի մեջ կան ճագարների և [մոշի պատվաստման](#) տեսանյութեր, նաև զուտ տեղեկատվական [տեսանյութ](#)՝ Հանրային լրագրության ակումբի Նախաձեռնած քննարկման մասին՝ պատվաստումների թեմայով: Մյուս յոթ տեսանյութերը մանիպուլյատիվ են. դրանք պատմում են պատվաստումների իբրև թե թաքնված հակացուցումների, վտանգավոր հետևանքների, պարտադիր լինելու ապօրինության մասին: Օրինակ՝ մոտ 120.000 դիտում ունեցող [այս տեսանյութում](#) մի կին սպառնում է հաշվեհարդար տեսնել այն մարդու հետ, ով կստիպի իր ուսանող տղային պատվաստվել:

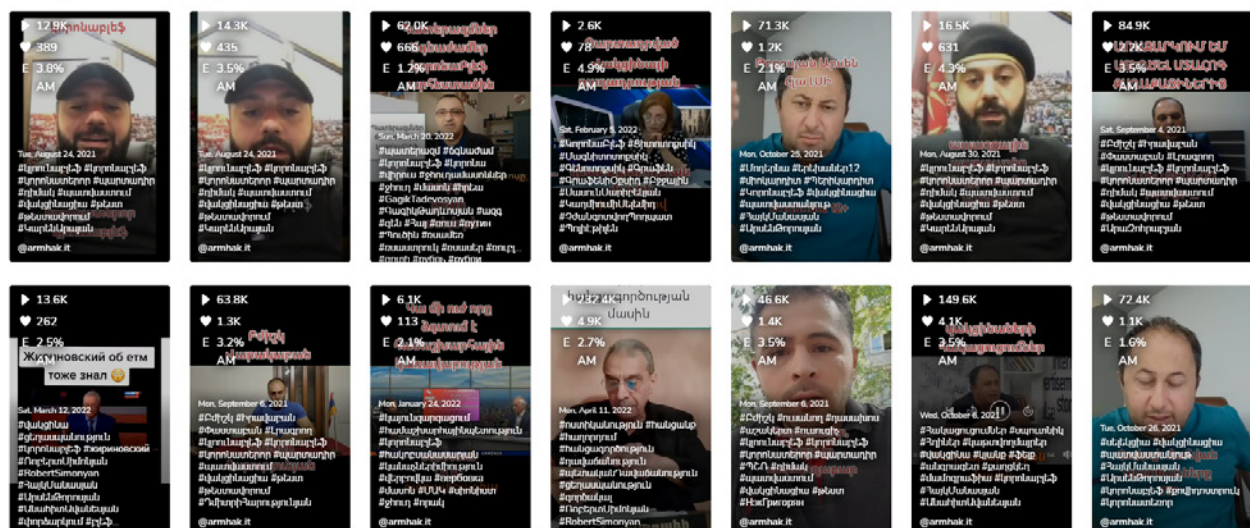
#կորոնավիրուսի հեշթեգը կիրառվել է միայն մի ալիքի տեսանյութերում. Armhak.it ալիքի տեսանյութերից երեքում «Լույսի Բանակ» նախաձեռնության ղեկավար Կարեն Արեյանի խոսքն է, մյուսներում մոլորեցնող պնդումներով հայտնի այլ խոսնակներ՝ «Վերելք» կենտրոնի նախագահ Սասուն Սարիբեկյանը, քաղաքացիական ակտիվիստ Ներկայացող Միքայել Մարգարյանը, քաղաքական վերլուծություններով զբաղվող Գագիկ Թադևոսյանը Ներկայացնում են պատվաստումների վտանգները, քննադատում թեստերի և պատվաստումների պարտադիր լինելը (կորոնավիրուսի ակտիվ շրջանում), դրանք Ներկայացնում որպես մարդու իրավունքների ու ազատությունների խախտում և բռնություն: Շատ հաճախ, այս թեմաները Ներկայացվում են քաղաքական կոնտեքստում. օրինակ, շեշտվում է, որ քաղաքական հանրահավաքների ժամանակ դիմակ կրելը պարտադիր չէ, մեկ այլ տեսանյութում հնչում է կեղծ պնդում, որ բարձրաստիճան պաշտոնյաները չեն պատվաստվում, կամ որ պատերազմներն ու մարդաստեղծ վիրուսները, օրինակ՝ կորոնավիրուսը, հատուկ արվում են մարդկանց կառավարելու համար:

Trending accounts

These are the accounts that have been trending lately for this hashtag.



Trending videos for the hashtag



#կորոնավիրուսի հեշթեգով ամենաշատ տարածվող տեսանյութերն ըստ Exolyt-ի

Տիկտոկում այս մի քանի որոնումներով տեսնում ենք, թե որ ալիքներն են առավել շատ կիրառում այս հեշթեգերը: Դա հնարավոր է ստուգել նաև հատուկ գործիքներով. Exolyt հարթակում կարող ենք տեսնել այն հաշիվները, որոնք առավել շատ են կիրառել այս հեշթեգերը վերջին ամիսներին: Դրանցում հատկապես ակտիվ են արդեն հիշատակված armhak.it-ը, sevak.hakobyan83-ը, ashot.tunyan-ը: Իսկ տեսանյութերում հաճախ կրկնվում են նույն խոսնակներն ու փորձագետները՝ Կարեն Արեյան, Մարինա Խաչատրյան, Սասուն Սարիբեկյան, Համլետ Մարտիրոսյան, Հայկ Մանասյան: Այս մարդկանցից շատերը հայտնի հակավաքսեր են, որոնք համակարգված շարժում և հակաքարոզչություն են իրականացնում պատվաստումների դեմ, ինչպես **պարզել են** փաստեր ստուգող լրագրողները:

Ուսումնասիրենք այստեղ առանձնացրած ալիքներից մի քանիսը:

#պատվաստում հեշթեգը ամենաշատը կիրառող ալիքներից մեկը armhak.it-ն է՝ Արամ Հակոբյան անունով օգտատիրոջ էջը, ով նաև Ֆեյսբուքյան [hաշիվ](https://www.facebook.com/armhak) ունի նույն անունով: armhak.it տիկտոկյան հաշիվը 2022 թ. նոյեմբերի դրությամբ ունի 17000 հետևորդ, 590.1 հազար հավանում և 1.300 տեսանյութ, առաջին տեսանյութը տեղադրել է 2021 թվականի ապրիլին: Ալիքի կարգախոսն է՝ «կարծիքների տեղատարափ, Ճշտի Ասպարեզ, աղմկահարույց բացահայտումներ, Հայաստան Հայաստան»:

Արամ Հակոբյանը սեփական տեսանյութեր չի ստեղծում: Ալիքը տարածում է առցանց տարբեր հարթակներում արդեն հրապարակված տեսանյութերից հատվածներ՝ կարճ լուսագրերի ուղեկցությամբ: Դրանք մեծամասամբ քաղաքական թեմաներով են, բայց կան նաև տեսանյութեր, որ ուղղակի ներկայացնում են Հայաստանը, բնությունը, մշակույթը... Հատկանշական է, որ Armhak.it ալիքի մեկնաբանությունները փակ են, տեսանյութերը չեն ուղեկցվում քննարկումներով: Բայց դրանցից որոշները դիտվել են ավելի քան 100.000 անգամ:

#Կորոնաբլեֆ հեշթեգով նա տարածել է 146 տեսանյութ, #պատվաստում հեշթեգով՝ 46. այս հեշթեգերը սովորաբար զուգորդվում են #նորաշխարհակարգ հեշթեգով և հաճախ պարունակում են դավադրության տեսություններ՝ աշխարհը, մարդկանց կառավարելուն ուղղված գործողությունների մասին «բացահայտումներ»:

Մեկ այլ ալիք, որ շատ է կիրառել #պատվաստում ու #կորոնավիրուս հեշթեգերը [Sevak Hakobyan83](https://www.facebook.com/Sevak.Hakobyan83) ալիքն է, որը Yerevan Today լրատվական կայքի խմբագիր Սևակ Հակոբյանինն է. նա Տիկտոկում հետևում է միայն Yerevan.today էջին, իսկ Նրան հետևում է 1500 մարդ, էջն ունի 700,000 հավանում (2022թ. նոյեմբերի տվյալներով): Նրա էջում հիմնականում Yerevan today-ի տեսանյութերից հատվածներ են, կամ հենց իր ելույթներն ու լայվերը: Ներքաղաքական, պատերազմական թեմաներով տեսանյութերում հիմնականում քննադատվում է գործող իշխանությունը սուր արտահայտություններով, երբեմն նաև հայիոյանքներով. տեսանյութերի հիմնական մտքերը ներկայացվում են նաև տեքստով: Մեկնաբանությունները բաց են և երբեմն հենց այստեղ են վեճեր ծավալվում իշխանական և հակաիշխանական կողմնորոշում ունեցող օգտատերերի միջև:

[Ashot Tunyan](https://www.facebook.com/AshotTunyan) տիկտոկյան էջը մոտ 9000 հետևորդ ունի և 177.000 հավանում: Կարգախոսն է՝ «Նա, ով չի սիրում, չի ճանաչել Աստծուն, որովհետև Աստված սեր է: 🕊️✝️AMFR✝️🕊️»:

Այս նույն անվամբ և կարգախոսով օգտահաշիվ կա նաև Ֆեյսբուքում, որտեղ նշվում է, որ օգտատերն ապրում է Ֆրանսիայում: Ashot Tunyan-ի էջերը հիմնականում կրոնական բովանդակություն են տարածում՝ հոգևորականների ելույթներից, հոգևոր հաղորդումներից հատվածներ: Աստվածաշնչյան պատգամներից բացի սակայն, այս օգտատերը տարածում է դավադրությունների տեսություններ վիրուսների ու պատվաստումների մասին: Նրա տեսանյութերի «հերոսներից» է օրինակ, [Մարինա Խաչատրյանը](https://www.facebook.com/MarkosHachaturyan), ով հայտնի է իր ծայրահեղական հայտարարություններով ու մանիպուլյացիաներով:

Մարինե Խաչատրյանն այս [տեսանյութում](#) բազմաթիվ մոլորեցնող ու սխալ պնդումներ է անում կորոնավիրուսային պատվաստանյութերի մասին, իսկ օգտատերը այն տարածում է՝ ավելացնելով նկարագրական տեքստ. «Ձեր կյանքը կարող է տևել մինչև 3 տարի: Եթե պատվաստված եք, կարող եք բուժվել այս թույնից, եթե վերադառնաք Քրիստոսի մոտ և անկեղծորեն զոջաք»: Տեսանյութը 600-ից ավելի մարդ տարածել է, և 100-ից ավելի մեկնաբանություն ունի:

Այս օգտատիրոջ ամենատարածված տեսանյութը Տիկտոկում կորոնավիրուսային պատվաստանյութի մասին է. այն ներկայացնում է իտալացի բժշկի ելույթից մի կտոր, որտեղ, ըստ հայերեն թարգմանության, բժիշկը պնդում է, թե քովիդը ստեղծվել է բնակչության թիվը կրճատելու համար, ինչպես նաև այլ կեղծ թեզեր: Միջազգային փաստեր ստուգողները իտալացի թոշակառու բժշկի կեղծիքները [ստուգել](#) և հերքել են դեռ 2020 թվականին:

Իսկ օրինակ այս [տեսանյութը](#), որ էլի տարածվում է #նորաշխարհակարգ հեշթեգով, պատմում է իբրև թե Աստծո գեներ գտած գիտնականի և Պենտագոնի որոշման մասին՝ այդ գեներ պատվաստման միջոցով սպանելու վերաբերյալ: Տեսանյութն ունի մոտ 100 մեկնաբանություն և տարածվել է ավելի քան 800 անգամ: Իրականում, այս կադրերն ու պնդումները վերցրած են գեղարվեստական ֆիլմի համար նկարված տեսանյութից: 2010-ականների սկզբին նկարահանվող ֆիլմն այդպես էլ ավարտին չի հասել, բայց հեղինակը պատրաստել էր կարճ տեսանյութ, որ տարածվել էր համացանցում ու դարձել դավադրության տեսության հիմք: Այս [հոդվածում](#) ֆիլմի սցենարիստը պատմում է, թե ինչպես է ինքը փորձում վերջ տալ իր իսկ ստեղծած դավադրության պատմությանը:

Տիկտոկյան այս տեսանյութերում տարածված թեզերն ու պնդումները արդեն բազմիցս ստուգվել և հերքվել են նաև հայաստանցի փաստեր ստուգողների կողմից կողմից:

Մեր ուսումնասիրության ընթացքում բացառիկ էին տեղեկատվական և կրթական տեսանյութերը, որոնցով մասնագետները փորձում են տիկտոկի հիմնականում երիտասարդ լսարանին կրթել ու իրազեկել: Եվ միայն մի քանի դեպքերում է նկատվել Տիկտոկի կողմից նախազգուշացում կեղծիքի վերաբերյալ. #կորոնավիրուս հեշթեգով հայալեզու տեսանյութի վրա հայտվել է հուշում՝ առաջարկելով կարդալ կորոնավիրուսի մասին Առողջապահության համաշխարհային կազմակերպության պաշտոնական տեղեկությունները:

Ոչ միայն Տիկտոկն ու ԱՀԿ-ն, այլ նաև շատ այլ միջազգային կազմակերպություններ ու անհատներ օգտագործել են այս հարթակը ստուգված, փաստարկված գիտական տեղեկություններ տարածելու համար: Ամերիկացի շատ բժիշկներ հենց քովիդի ակտիվ շրջանում [բացեցին](#) Տիկտոկ հաշիվներ՝ հիվանդանոցային սարսափներից մի քիչ ցրվելու, բայց նաև մարդկանց օգնելու և իրազեկելու համար:

Ֆլորիդայում բնակվող բժիշկ Մարտինի [ալիքը](#) համավարակի առաջին ամիսներին 6 մլն դիտում հավաքեց. դոկտոր Մարտինը իր հետևորդներին սովորեցնում էր նաև ստուգել տեղեկությունները՝ ճշտել աղբյուրը, փորձագետների ով լինելը, բերված փաստերի գիտականությունը, համեմատել այլ պաշտոնական կամ գիտական աղբյուրների հետ....

Հայալեզու տիկտոկում քիչ չեն բժիշկները, որոնք տարածում են մասնագիտական բժշկական բովանդակություն, խորհուրդներ, տեղեկություններ: Այս դեպքում տեսանյութերի հետ որպես հեշթեգ կիրառվում են կոնկրետ հիվանդությունների անուններ, նաև՝ #բուժում, #բժիշկ ու նույնի ռուսերեն ու անգլերեն թարգմանությունները:

Օրինակ՝ @dr.andronis-ի [Xexology](#) ալիքը 65.1000 հետևորդ ունի, 2.3 մլն դիտում: Բժշիկ-սեքսուոլոգը բնակվում է Հայաստանից դուրս. նա հիմնականում պատասխանում է դիտողների հարցերին՝ սեռական կյանքի վերաբերյալ, նաև կիսվում իր առօրյայով:

Կամ մեկ այլ երիտասարդ բժիշկ՝ քիթ-կոկորդ-ականջաբան [Էմիլիա Մելոյանը](#), պատմում է տարբեր հիվանդությունների մասին, տալիս խորհուրդներ: Doctors.am կայքում կարող եմք [համոզվել](#), որ բժիշկ Մելոյանն իսկապես մասնագետ է, ունի համապատասխան կրթություն և փորձ, իսկ Տիկտոկում ունի արդեն 17.000 հետևորդ և մոտ 400.000 դիտում: Բայց կորոնավիրուսի թեմայով հայերեն մասնագիտական, կրթական ալիք այս հարթակում չհաջողվեց գտնել:

Քովիդի տարածման ընթացքում եղել են մի քանի իրադեպման արշավներ՝ ինֆյուլենսերների հետ համագործակցությամբ: Օրինակ՝ բլոգեր Հայկ Մկրտչյանը մի քանի տեսանյութ է պատրաստել [քովիդի հետևանքների](#) ու պատվաստման արդյունավետության, [դիմակ կրելու](#) անհրաժեշտության մասին՝ հայաստանում միջազգային կազմակերպությունների հետ համագործակցությամբ:

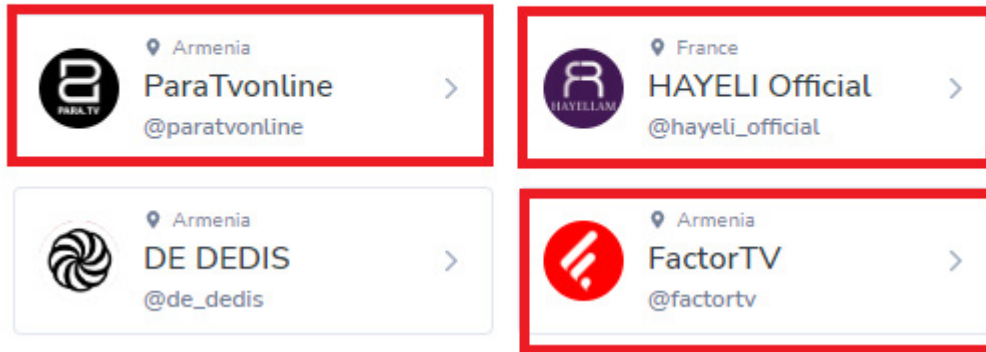
Ռուս-ուկրաինական պատերազմ

Փետրվարի 24-ին մեկնարկած ռուս-ուկրաինական պատերազմի տեղեկատվական ալիքը հայաստանյան մեդիա հասավ հակամարտության առաջին րոպեներից: Չնայած Ռուսաստանն ու հավաքական արևմուտքն ունեն սեփական սոցցանցային հարթակները, այնուամենայնիվ քարոզչական թեզերն ու կեղծ տեղեկությունները կայծակնային արագությամբ տարածվում էին նաև չինական Տիկտոկում: Սոցհարթակի հայկական տիրույթում պատերազմի մասին հազվադեպ էր «ինքնուրույն» բովանդակություն ստեղծվում. տարածվող կեղծ լուրերը, մանիպուլյացիաները կամ քարոզչությունը հիմնականում բերվում էին այլ հարթակներից՝ Յություբ, Ֆեյսբուք, Տելեգրամ, հեռուստաալիքներ և այլն: Տիկտոկի մասին համակարգված տվյալներ տրամադրող exolyt.com-ում որոնումը հնարավորություն է տալիս տեսնելու, թե տեղեկատվական ինչ պատկեր է տիրել Տիկտոկում պատերազմի ընթացքում:

Պատերազմին վերաբերող ու լայն տարածում գտած տեսանյութերը հիմնականում լրատվականների ռեպորտաժներից կամ էլ «ինֆյուլենսերների» եթերներից առանձին կտորներ էին: Լրատվամիջոցների ցանկում [#Ուկրաինա](#) հեշթեգն առավել հաճախ օգտագործել են ParaTV-ն, Hayeli official-ն ու FactorTV-ն:

Trending accounts

These are the accounts that have been trending lately for this hashtag.

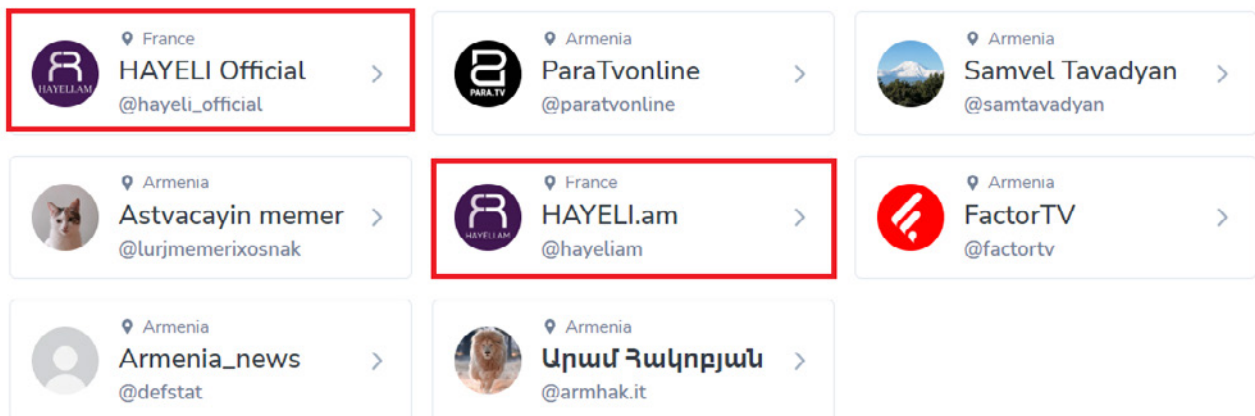


#Ուկրաինա հեշթեգն ամենաշատ օգտագործած լրատվամիջոցներն ըստ Exolyt-ի

Hayeli.am-ը նաև #Պուտին հեշթեգն ամենահաճախ օգտագործած լրատվական էջերից է՝ ընդ որում թե՛ պաշտոնական, թե՛ ոչ պաշտոնական էջերով:

Trending accounts

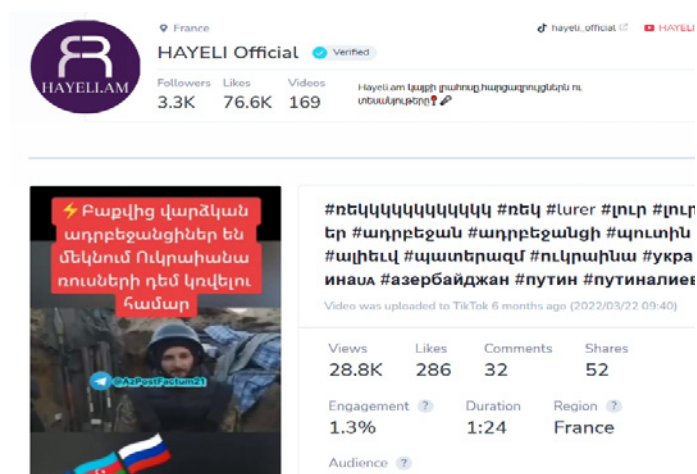
These are the accounts that have been trending lately for this hashtag.



#Պուտին հեշթեգն ամենաշատ օգտագործած էջերն ըստ Exolyt-ի

Դիտարկենք ռուս-ուկրաինական պատերազմի թեմայով տարածված ապատեղեկատվության հիմնական թեգերը:

Վարձկաններ՝ ուկրաինական բանակում



Պատերազմի սկզբից առաջ էր քաշվում թեզը, թե ուկրաինական բանակում կռվում են վարձկաններ: Ասվածն ապացուցելու եկավ hayeli_official-ում հրապարակված տեսանյութը ադրբեջանցի տղամարդու մասնակցությամբ: Նա պնդում էր, թե եկել է Ուկրաինա մասնակցելու կռվին: Տեսանյութը վերնագրված էր «Բաքվից վարձկան»:

աղբբեջանցիներ են մեկնում Ուկրաինա ռուսների դեմ կռվելու», մինչդեռ նույն տեսանյութում տղամարդը պատմում էր, որ 5 տարի ապրել է Ուկրաինայում և մասնակցում է կռվին, քանի որ այն **համարում է** իր երկրորդ հայրենիքը:

Armenia_24 անունով օգտահաշիվն էլ **պնդում էր**, թե Ռուսաստանը Հայաստանում տեղակայված զորքերը (102-րդ ռազմաբազա, խաղաղապահներ, խմբ.) տեղափոխել է Ուկրաինա: Ասվածն ապացուցող որևէ փաստ, սակայն, չկար: Այս տեղեկությունը պաշտոնապես **հերքել էր** նաև Ռուսաստանը:

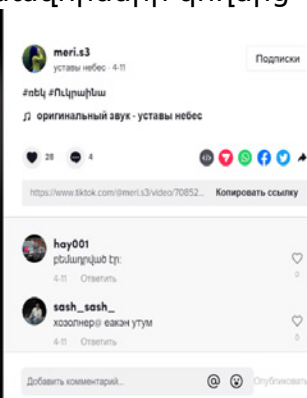
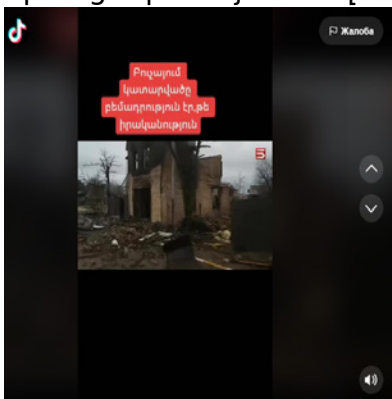
Ուկրաինան ռմբակոծում է Չապորոժիեի ԱԷԿ-ը

Ռուս-ուկրաինական պատերազմը ակտիվորեն լուսաբանում էր նաև ՀՀ երկրորդ նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանի հետ ասոցացվող **5-րդ ալիքն** ու նրա տիկտոկյան էջը: Այնտեղ հաճախ հայտնվում էին միակողմանի տեղեկություններ, որոնք իրավիճակի մասին լիարժեք պատկերացում չէին տալիս: Օրինակ, **հրապարակվում էր** Ռուսաստանի Պաշտպանության նախարարության հայտարարությունը Չապորոժիեի ԱԷԿ-ի տարածքում ուկրաինական ուժերի ռմբակոծության մասին, մինչդեռ ուկրաինական կողմը չէր ընդունել, որ հարվածներն իր կողմից են, ճիշտ հակառակը, ռմբակոծության համար կողմերը **մեղադրում էին** միմյանց: Թե որ կողմն է իրականում կրակել ատոմակայանի ուղղությամբ, ֆիքսված չէ անգամ Ատոմային Էներգիայի միջազգային գործակալության (ՄԱԳԱՏԵ) **գեկույցում**, որի փորձագետներն այնտեղ ուսումնասիրություն էին իրականացրել:

Բուլան բեմադրված էր

#Ուկրաինա հեշթեգն ամենահաճախ օգտագործած օգտահաշիվներից է meri.s3-ը: Վերջինս ակտիվորեն լուսաբանում էր ռուս-ուկրաինական պատերազմը: Նա մշտապես տեղադրում էր հեռուստատեսային նյութերի այն հատվածները, որոնցում **խոսվում էր** ուկրաինական բանակի **կորուստների** և **անհաջողությունների** մասին:

Ապրիլի 4-ին meri.s3-ը հրապարակել էր 5-րդ ալիքի ռեպորտաժը Բուլայի **դեպքերի** վերաբերյալ, որը սկսում էր ՌԴ Արտաքին գործերի նախարար Սերգեյ Լավրովի խոսքերով, թե Բուլայում կատարվածը բեմադրվել է «Ուկրաինայի ղեկավարների և նրանց արևմտյան հովանավորների կողմից»:



Ապրիլի 2-ին Կիևի մարզից ռուսական զորքերի նահանջից հետո Ուկրաինայի իշխանությունները հայտարարեցին մայրաքաղաքից հյուսիս-արևմուտք գտնվող Բուլա քաղաքում ռուս զինվորականների զանգվածային սպանությունների մասին: Տվյալ ռեպորտաժից այդպես էլ պարզ չէր դառնում Բուլայի սպանությունները իրական, թե՞ բեմադրված են,

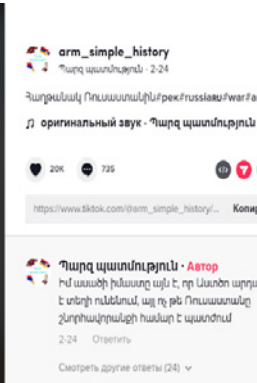
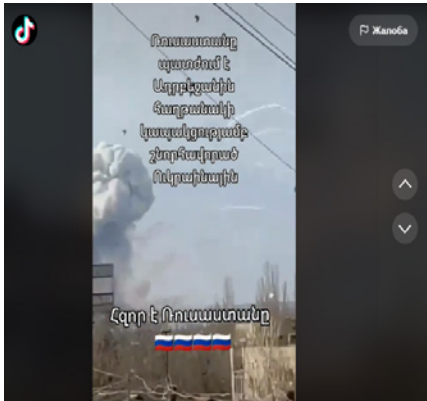
մինչդեռ տեղի ունեցածն ապացուցող բազմաթիվ արժանահավատ աղբյուրներ կային:

Այդ մասին **գրել էր** The New York Times-ը. վերլուծելով արբանյակային լուսանկարներն ու տեսանյութերը՝ թերթը ցույց էր տվել, որ Բուլայում բնակիչների դիերը փողոցներում են եղել դեռևս մարտի կեսերին, այսինքն՝ մինչ ռուսական զորքերի դուրսբերումը քաղաքից: Ռուսալեզու Մեդուզան **հրապարակել էր**

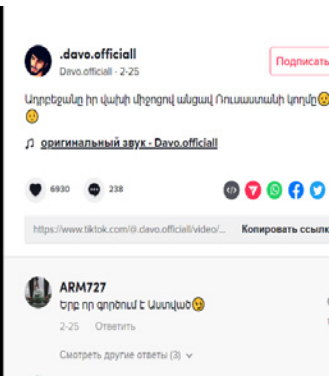
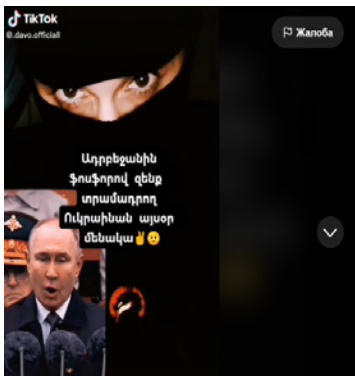
Նաև մարտի 23-30-ն ընկած ժամանակահատվածում անօդաչու թռչող սարքից արված մի շարք տեսանյութեր, որոնցում երևում էին մարդկանց մարմիններ ճիշտ այն տեղերում, որտեղ դրանք արձանագրել են Կիևի իշխանություններն ու միջազգային լրատվամիջոցները՝ ռուսական զորքերի նահանջից հետո:

Ուկրաինան՝ թշնամի, Ռուսաստանը՝ բարեկամ

Ռուս-ուկրաինական պատերազմի սկզբից առանձնահատուկ ակտիվություն է ունեցել «Պարզ պատմություն» էջը, որն ունի 3084 հետևորդ և 66.2 հավանում: Էջն ունի նաև յուրօրյան ալիք: «Պարզ պատմությունը» իր առաջին քայլերը երկու այս սոցցանցային հարթակներում սկսել է կատարել 2022-ի հունվարին՝ ռուս-ուկրաինական պատերազմից կարճ ժամանակ առաջ:



Վերջինս ակտիվորեն տարածում էր ՌԴ նախագահ Վլադիմիր Պուտինի **ելույթներն ու հայտարարությունները**, ռուսական բանակի առաջխաղացման մասին տեղեկություններ, որոնց թվում նաև կեղծ լուրեր: Պատերազմի առաջին օրը էջը տեսանյութ էր հրապարակել՝ գրառումով, թե Ռուսաստանը ռմբակոծել է ուկրաինական քաղաքը, որպեսզի «պատժի Ադրբեջանին հաղթանակի համար շնորհավորած Ուկրաինային»:

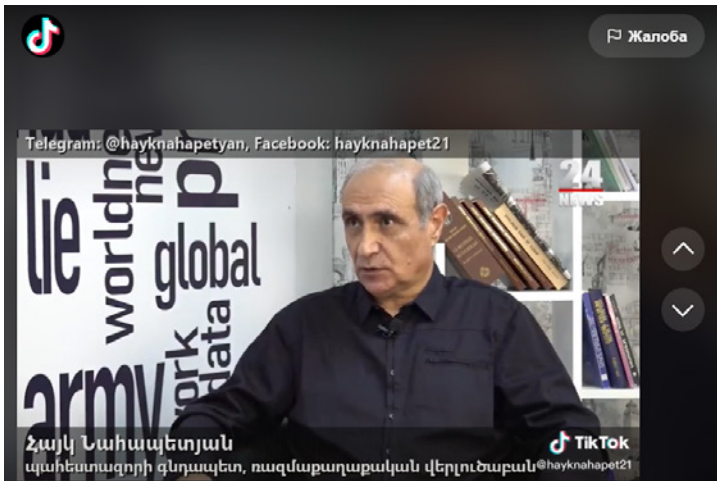


Ռուս-ուկրաինական պատերազմի ֆոնին բիզմիցս հիշատակվել է Ուկրաինայի աջակցությունն Ադրբեջանին 44-օրյա պատերազմի շրջանում: Լայնորեն **տարածվում էր պնդումը**, թե Ուկրաինան Ադրբեջանին սպիտակ ֆոսֆոր է մատակարարել, որն էլ օգտագործվել է 44-օրյա պատերազմի ժամանակ՝ Արցախի դեմ:

Այս պնդումը **հերքել է** անձամբ Ուկրաինայի նախագահ Վլադիմիր Զելենսկին, իսկ բաց աղբյուրներում **չկա** ասվածն ապացուցող որևէ տեղեկություն: Սա իհարկե չի բացառում մատակարարման հավանականությունը, սակայն նման պնդում անելու համար որևէ փաստ չկա:

Կենսաբանական զենքի արտադրություն՝ Ուկրաինայում

Ռուս-ուկրաինական պատերազմի մասին տիկտոկյան տեսանյութերի շարք ունի Հայկ Նահապետյանը, որը ներկայանում է որպես ռազմաքաղաքական վերլուծաբան: Վերջինս այս թեմայով ասուլիսներ և հարցազրույցներ էր ունենում **Հայելի ակումբում**, **Հ2-ում**, **24NEWS-ում** և այլուր ու հետևողականորեն ռուսական քարոզչություն իրականացնում: Ըստ նրա հետխորհրդային երկրներում, այդ թվում Ուկրաինայում, Ջորջ Սորոսի հովանավորությամբ տեղի են ունենում գոնավոր **հեղափոխություններ**, իսկ ռուս-ուկրաինական բախում իրականում գոյություն **չունի**՝ «դրա գոյության շահառուն Միացյալ Նահանգներն է»:



Հիմնվելով ռուսական աղբյուրների վրա՝ Հայկ Նահապետյանը [այնդում էր](#), թե ԱՄՆ-ն Ուկրաինայում արտադրում է տարբեր էթնիկական խմբերի դեմ ուղղված կենսաբանական զենք, նշում, որ դրա վերաբերյալ հրապարակվել են անհերքելի ապացույցներ, մինչդեռ հրապարակված փաստաթղթերից որևէ մեկը [արժանահավատ չի եղել](#): Նահապետյանը ռուսական պրոպագանդայի ակտիվ ջատագովներից է, սակայն Տիկտոկում դեռևս մեծ լսարան չունի՝ 470 հետևորդ, 3925 հավանում:

Հակառուսական քարոզչությունը

Թեև փաստեր ստուգողների ուշադրության կենտրոնում ավելի հաճախ հայտնվում են ռուսական աղբյուրներից եկող կեղծիքները, մանիպուլյացիաներ անում են նաև հակառուսական ալիքները: [Samvel Manyan](#) անունով օգտահաշիվը Տիկտոկում ակտիվորեն հակառուսական կեղծ տեղեկություններ տարածող էջերից է: Առավել հաճախ օգտագործում է [#Ուկրաինա](#), [#Ռուսաստան](#) հեշթեգերը, ունի 1800-ից ավելի հետևորդ և ավելի քան 50 հազար հավանում:

Վերջինս հաճախակի հրապարակում է SotnikTV յուրօրեյան ալիքից հատվածներ և սեփական մեկնաբանություններ տալիս դրանց, ինչպես օրինակ «Պուտինը խուճապի մեջ է», «Ռուսաստանը նահանջում է», «Պուտինը նողկանք է առաջացնում իր ընկերների մոտ» և այլն:

Նույն այս էջը ակտիվորեն լուսաբանում էր «Սասնա ծռեր» խմբավորման հետ փոխկապակցված Ազգային ժողովրդավարական բևեռ կուսակցության [հավաքները](#), ինչպես նաև կուսակցության [առանձին անդամների](#) գործունեությունը:

Տիկտոկում հաճախ հայտնվող «ինֆյուենսերներից» է նաև յուրօրեյր Գագիկ Թադևոսյանը: Աչքի է ընկնում հակառուսական և հակապուտինյան դիրքորոշմամբ: Ինքը՝ Թադևոսյանը, տիկտոկյան էջ իր անունով չի վարում: Փոխարենը նրա տեսանյութերն այս հարթակում [տարածում է](#) Արամ Հակոբյան անունով օգտատերը՝ **ARMHAK.it**:



Գազիկ Թադևոսյանը առանց որևէ փաստի [սկսում է](#), թե հայ գերիները ոչ թե Բաքվում, այլ Ռուսաստանում էին և որ ռուս-ուկրաինական [պատերազմը](#) «իրեամաստնական մեծ խաղ է»:

Տիկտոկը Ներքաղաքական պայքարի գործիք

Այս հետազոտության մաս կազմող խորացված հարցազրույցների մասնակիցները Տիկտոկում ապատեղեկատվության հնարավոր թեմատիկ ուղղվածությունների ցանկում նշել էին ներքաղաքական պայքարը: Ապատեղեկատվության վերաբերյալ վերջին հետազոտությունները նույն պես փաստում են, որ անգամ սոցիալական կամ առողջապահական թեմաներով մանիպուլյացիաները հայաստանյան տեղեկատվական դաշտում մեծապես տարածվում էին քաղաքական պայքարի համատեքստում:

Հայաստանում սոցիալական ցանցերը վաղուց են օգտագործվում քաղաքական հաղորդակցության համար: Քաղաքական կապիտալի՝ դեպի սոցիալական ցանցեր հոսքը տեսանելի է հատկապես ընտրական շրջաններում: Օրինակ 2021թ. ԱԺ արտահերթ ընտրությունների ժամանակ տարբեր կուսակցություններ միլիոնավոր դրամների պայմանագրեր են ունեցել [սոցիալական ցանցերում քաղաքական գովազդի](#) համար: Քաղաքական բովանդակության համար ակտիվ սոցիալական ցանցը այդ ընտրություններին համարվել է Ֆեյսբուքը: Հայաստանում գրեթե բոլոր քաղաքական կուսակցությունները, ազդեցիկ քաղաքական գործիչները, պետական պաշտոնյաներն ու ԱԺ պատգամավորներն օգտագործում են սոցիալական ցանցերը, հատկապես Ֆեյսբուքն ու Ինստագրամը, [ավելի հազվադեպ՝](#) Թվիթերը:

Հայաստանյան Տիկտոկում առայժմ ազդեցիկ քաղաքական գործիչներ ու կուսակցություններ չկան, սակայն հետազոտության մասնակիցներն ասում են, որ Տիկտոկը Հայաստանում օգտագործվում է ինչպես քաղաքական նախընտրությունները արտահայտելու ու կողմնակիցներ ներգրավելու, այնպես էլ քաղաքական հակառակորդների վերաբերյալ բացասական տեղեկություններ տարածելու նպատակով:

Հայաստանում վերջին ժամանակների հիմնական քաղաքական առճակատումը երկրի վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանի և Հայաստանի նախկին նախագահներ Ռոբերտ Քոչարյանի ու Սերժ Սարգսյանի միջև է: Այս գործիչների քաղաքական թիմերն են հիմա կազմում Հայաստանի Ազգային Ժողովի երեք խմբակցությունները:

Տիկտոկում տարբեր հեշթեգեր կիրառելով կարելի է գտնել տեսանյութեր, որոնք կամ խիստ բացասական են ներկայացնում Հայաստանի վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանին կամ միանշանակ դրական: Տիկտոկում քաղաքական բովանդակությամբ տեսանյութերն արտացոլում են 2022-ի մայիսից սկսած ներքաղաքական պայքարը, երբ ընդդիմությունը քաղաքացիական անհնազանդության ակցիաներով, հանրահավաքներով ու նստացույցերով փորձում էր Հայաստանում փոխել իշխանությունը: Այդ տեսանյութերը կամ աջակցում են ընդդիմությանը՝ ներկայացնելով անհնազանդության ակցիաները, կամ վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանի վերաբերյալ քննադատական, հաճախ նաև վիրավորական տեսանյութեր են, կամ էլ հակառակը՝ քննադատում են ընդդիմությանը և պաշտպանում են վարչապետին:

Թվային հետազոտական Exolyt գործիքով համապատասխան բովանդակություն գտնելու համար կիրառել ենք #նիկոլփաշինյան #դավաճան, #նիկոլ, #քոչարյան, #վարչապետփաշինյան, #հողատու հեշթեգերը:

Դիտարկենք այս թեմայով ամենատարածված հեշթեգերից մեկը՝ #նիկոլփաշինյան-ը: Տիկտոկում այս հեշթեգով ավելի քան 6 հազար տեսանյութերն ունեցել են 175 միլիոնից ավելի դիտում:

Relevant hashtags

These hashtags are commonly used together with this hashtag.

#նիկոլփաշինյան 175.7M Views 6.2K Videos No folders	#հայաստան 1.1B Views 27.6K Videos No folders	#ռեկ 1.8B Views 56.5K Videos No folders
#դավաճաննիկոլ 236.7M Views 5.7K Videos No folders	#նիկոլ 88.5M Views 3.3K Videos No folders	#armenia 8.3B Views 688.8K Videos No folders
#նիկոլդավաճան 63.1M Views 3.3K Videos No folders	#արցախ 196.2M Views 14.9K Videos No folders	#nikolpashinyan 123.2M Views 6.3K Videos No folders
#ռեկկկկկկկկկկկ 725.5M Views 13.2K Videos No folders	#ռեկամիդացիա 179.9M Views 2.6K Videos No folders	#армения 558.7M Views 17.2K Videos No folders
#նիկոլվարչապետ 11.6M Views 355 Videos No folders	#կապիտուլյանտ 11.3M Views 139 Videos No folders	#լուրեր 140.9M Views 1.2K Videos No folders

#նիկոլփաշինյան հեշթեգի կիրառության տվյալներն ըստ Exolyt-ի

Այս հեշթեգով տեսանյութերը կարելի է բաժանել երկու մասի՝ Նիկոլ Փաշինյանին քննադատող, վիրավորող, վարկաբեկող տեսանյութեր և Նիկոլ Փաշինյանին գովաբանող ու աշխատանքը բարձր գնահատող նյութեր:

Ընդ որում՝ տեսանյութերի մի զգալի մասը կտորներ են տարբեր լրատվական ալիքներով հեռարձակված ռեպորտաժներից ու հարցազրույցներից: Դրանք, որպես այդպիսին, առանձին բովանդակություն չեն ստեղծում, եթե չհաշվենք Տիկտոկի օգտատերերի գրառումները, որոնք ուղեկցում են այդ տեսանյութերը:

Օրինակ Patriotisch անունով հանդես եկող օգտատերը [տարածում է](#) Հինգերորդ ալիքի տեսանյութից մի կտոր, որտեղ Նիկոլ Փաշինյանը խոսում է «թուրքը իմ թշնամին է» արտահայտության մասին: Ռեպորտաժում Փաշինյանի այս խոսքերին հետևում է լրագրողի մեկնաբանությունը՝ «ուզում է ասել՝ թուրքին ձեր թշնամի մի ասեք»: Հետո ռեպորտաժի հեղինակը օգտագործում է կադրեր Հայաստանի վրա Ադրբեջանի ԱԹՍ-ների գրոհներից ու ավարտում միտքը՝ «դե, փորձեք նայել այս կադրերն ու չասել, որ թուրքը ձեր թշնամին է: Հը՞ն, ստացվե՞ց»: Patriotisch անունով օգտատերը այս տեսանյութը վերնագրել է «Չգացեք ոնցա թուրքին պաշտպանող Նիկոլը» ու օգտագործել է #նիկոլփաշինյան, #դավաճաննիկոլ հեշթեգերը:



Այս տեսանյութը Տիկտոկում ունի 194 հազար դիտում: Այն հավանել են 2043 անգամ, տարածել՝ 198 այլ ալիքներում: Այն ապատեղակատվություն չի տարածում, սակայն կիրառում է մանիպուլյատիվ հնարք՝ համեմատելով մի միջավայրում ասված քաղաքական խոսքը այլ ժամանակահատվածում տեղի ունեցած պատերազմական իրադարձության հետ: Ընդ որում Տիկտոկի օգտատերը Հինգերորդ ալիքի տեսանյութից հատված է տարածում,

ինչը նույնպես կարող է համարվել մանիպուլյատիվ հնարք, քանի որ Տիկտոկում տեսանյութը դիտողն ամբողջությամբ չի դիտում հեռուստատեսային ռեպորտաժը, որտեղ, Փաշինյանի տեսակետը ներկայացնող հատվածներ ևս կարող են լինել, նաև նշված չէ, թե կադրերը որ հեռուստատվիքի նյութից են:

Account influence

☐ Choose date range ?

11 Nov - 11 Dec 2022

Videos	Total Views	Total Likes	Total Comments	Total Video Shares
1.3K	75.3M	1.2M	116.1K	92.9K

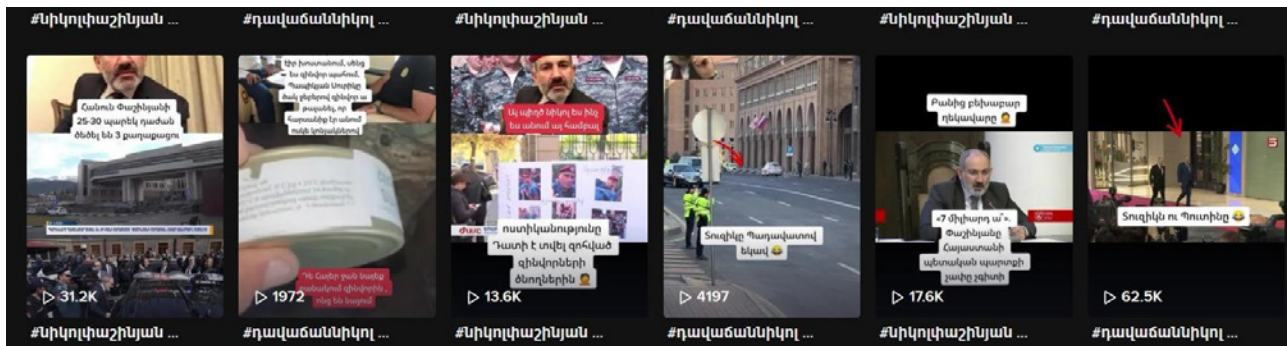
Avg. Views	Avg. Likes	Avg. Comments	Avg. Video Shares	Avg. Video Duration
60.1K	958	93	74	0:37

Median Views	Median Likes	Median Comments	Median Video Shares
19.6K	339	37	18

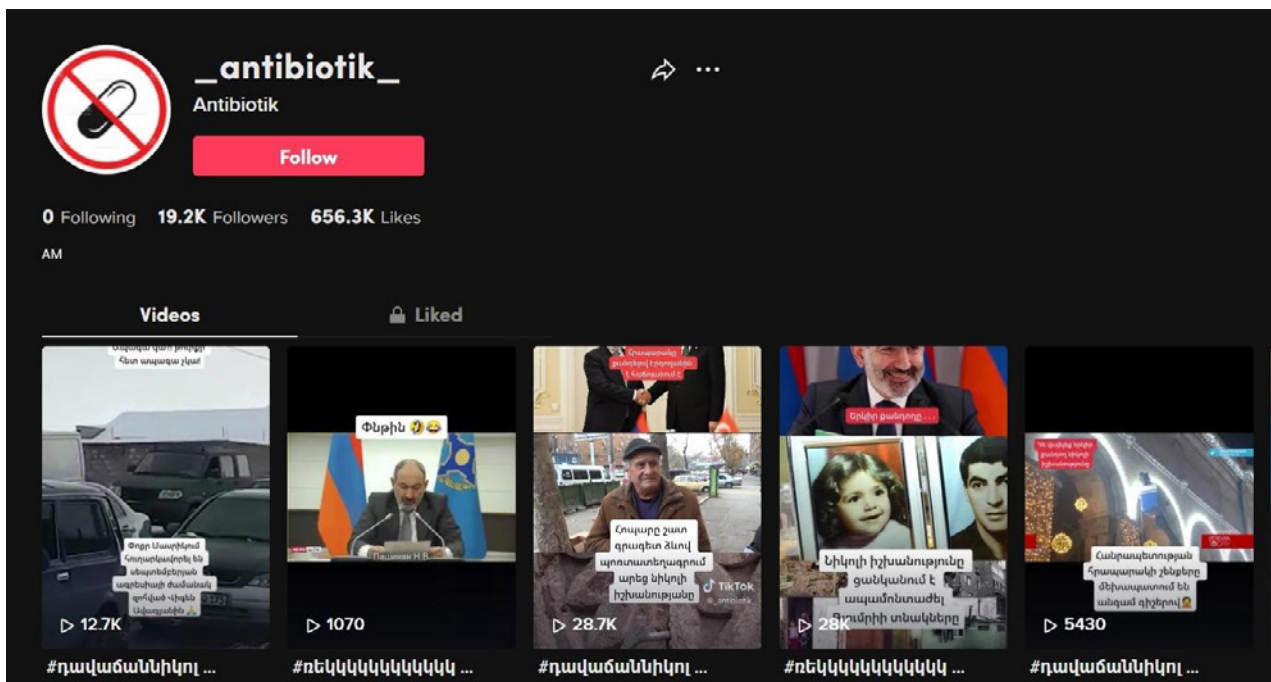
Median Video Duration
0:27

Patriotisch ալիքի տվյալներն ըստ Exolyt-ի

Patriotisch ալիքը Տիկտոկում հարյուրավոր նման տեսանյութեր է տարածում: Այն ունի ունի ավելի քան 27 հազար հետևորդ և 1.2մլն հավանում, ալիքի տեսանյութերը ընդհանուր դիտվել են ավելի քան 75 միլիոն անգամ:



Հայաստանում ընդդիմության պայքարը բացառապես դրական տեսանկյունից ներկայացնող և վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանին բացառապես որպես դավաճան պատկերող տասնյակ հաշիվներ կան Տիկտոկում: Դրանից առանձին ներկայացնենք [_antibiotik_](#)-ը և [irakanutyun](#)-ը: Ուսումնասիրենք նաև այդ ալիքները:



[_antibiotik_](#) ալիքն ունի մոտ 20 հազար հետևորդ, 656 հազար հավանում: Ըստ Exolyt-ի տրամադրած տվյալների՝ ալիքում տեղադրված տեսանյութերն ընդհանուր դիտվել են ավելի քան 22 միլիոն անգամ:

Այս ալիքը սեփական տեսանյութեր չի ստեղծում, հիմնականում տարածում է կտորեր այլ հարթակներում ստեղծված տեսանյութերից, որտեղ ծաղրական, վիրավորական վերաբերմունք կա Նիկոլ Փաշինյանի ու նրա քաղաքական թիմի նկատմամբ: [_antibiotik_](#)-ի ալիքի որոշ տեսանյութերում ուղեկցող գրառումը մանիպուլացնում է սկզբնաղբյուրը: Օրինակ, այս [տիկտոկյան տեսանյութում](#) մի քաղաքացի փողոցում հարցազրույց է տալիս ու ասում է, որ վարչապետը «թաղել է մայրենին (նկատի ունի լեզուն)»: [_antibiotik_](#)-ը իր տարածած տեսանյութն ուղեկցել է «Վարչապետը թուրք է, եկավ իմ մայրենի լեզուն թաղեց, դավաճանը!» գրառումով: Հարցազրույց տվողը անձը ոչ «թուրք» և «դավաճան» բառերը չէր օգտագործել իր խոսքում:



irakanutyun_

Irakanutyun

Follow

0 Following 35.2K Followers 1.5M Likes

No bio yet.

Videos

Liked



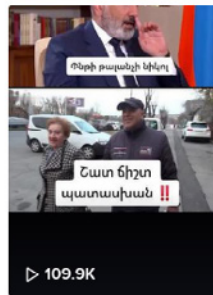
#ռեկկկկկկկկկկկկկ...



#ռեկամինդացիա...



#ռեկկկկկկկկկկկկկ...



#ռեկամինդացիա...



#ռեկկկկկկկկկկկկկ...

irakanutyun_ -ը Տիկտոկում ավելի մեծ տարածում ունեցող ալիք է: Այն ունի ավելի քան 35 հազար հետևորդ և 1.5 մլն հավանում, ըստ Exolyt-ի՝ այս ալիքում տեղադրված տեսանյութերն ընդհանուր դիտվել են մոտ 80 միլիոն անգամ:

Այս ալիքը ոչ միայն տարբեր հարթակներում ստեղծված տեսանյութեր է տարածում, այլև մի քանի տարբեր տեսանյութեր իրար միացնելով նոր բովանդակություն է ստեղծում:

Օրինակ, [տեսանյութերից մեկում](#) irakanutyun_ը օգտագործում է Նիկոլ Փաշինյանի ընտանիքի տեսանյութերը՝ զուգորդելով հայտնի հումորային սիթքոմների երկխոսություններից մեկի հետ: Հումորային ներկայացվող տեսանյութի հիմնական ասելիքն այն է, որ ինչպես սիթքոմի դրվագում է, այպես էլ Փաշինյանի ընտանիքում, հայրն ու մայրը խրախուսում են իրենց որդու արած գողությունը:

Տիկտոկում վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանին աջակցող ալիքներից դիտարկենք երկուսը՝ [hakasut](#)-ը և [nikol_king7](#)-ը: Դրանք առանձնանում են Փաշինյանին, նրա ընտանիքին ու քաղաքական թիմին աջակցող, ինչպես նաև ընդդիմությանը բացասական տեսանկյունից ներկայացնող բովանդակությամբ:



Միայն ժամանակ տվեցի...



21.3K



36.8K



1323



26.3K



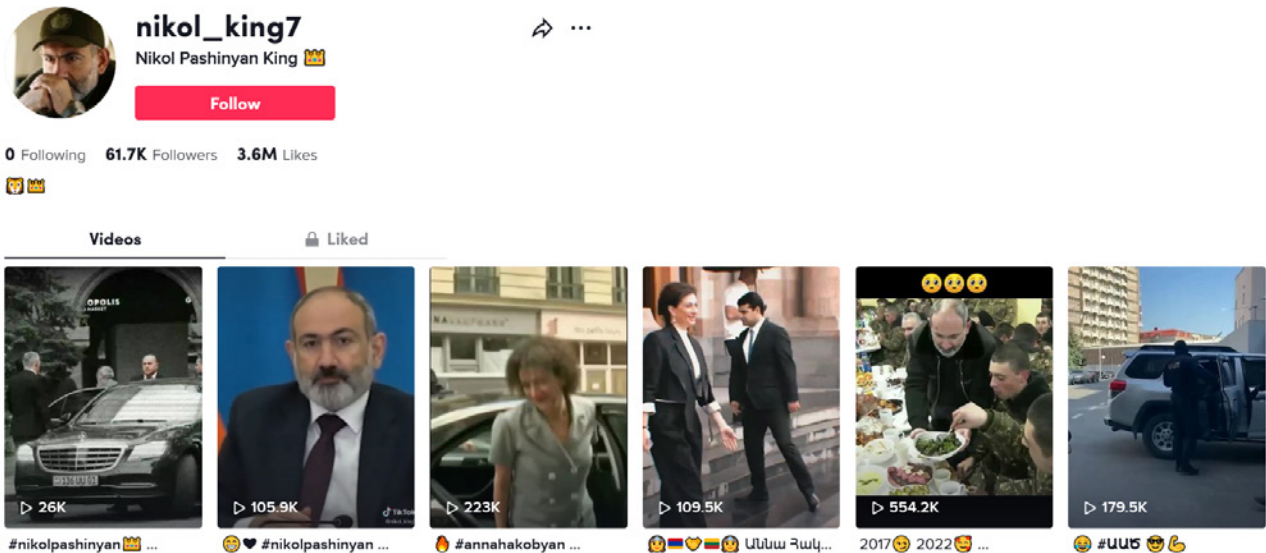
2080

Hakasut-ը համեմատաբար փոքր ալիք է: Ունի շուրջ 6000 հետևորդ և 149 հազար հավանում: Exolyt-ի տրամադրած տվյալների համաձայն ալիքի ընդհանուր դիտումները գերազանցում են 7 միլիոնը:

Այս ալիքը ակտիվ է հատկապես ընդդիմության քաղաքական դեմքերի՝ Նախկին Նախագահներ Սերժ Սարգսյանի և Ռոբերտ Զոհարյանի և նրանց քաղաքական թիմերի վերաբերյալ բացասական ու մանիպուլյատիվ տեսանյութեր տարածելով:

Ալիքը հեշթեգեր գրեթե չի կիրառում: Այստեղ մի քանի տեսանյութեր իրար միացնելով ու գրառումներ ավելացնելով են բովանդակություն ստեղծում:

Օրինակ, [տեսանյութերից մեկը](#) ցուցադրում է Ռոբերտ Քոչարյանի գլխավորած ընդդիմության 2022թ.-ի բողոքի ցույցերը և դրանց էպիկենտրոն Ֆրանսիայի հրապարակը, որը կիսադատարկ է: Որպես տեսանյութի ձայն օգտագործված է ՀՀ երկրորդ նախագահ Ռոբերտ Քոչարյանի՝ 2008թ.-ին տված հարցազրույցը փողոցային պայքարի անհեռանկար լինելու մասին:



Տիկտոկում վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանի համար դրական իմիջ ստեղծող ամենատարածված ալիքներից մեկը [nikol_king7](#)-ն է: Այն ունի գրեթե 62 հազար հետևորդ ու 3.6մլն հավանում, իսկ ալիքի բովանդակության ընդհանուր լսարանը ըստ Exolyt-ի գերազանցում է 51 միլիոնը:

Չնայած այս ալիքում կան տեսանյութեր, որ կարող են դիտարկվել որպես չեզոք, սակայն այն հիմնականում աշխատում է վարչապետ Նիկոլ Փաշինյանի վերաբերյալ դրական տեսանյութեր տարածելու ուղղությամբ:

Օրինակ, «Միակ ղեկավարը, ով փորձեց պայքարել մեր իրավունքների համար» վերնագրով [տեսանյութը](#), որտեղ Նիկոլ Փաշինյանի 2021թ. նախընտրական քարոզարշավի հանդիպումներից մեկն է: Փաշինյանը այդ տեսանյութում ներկայացնում է 2020-ի պատերազմի սկզբի վերաբերյալ իր դիրքորոշումը: Ընդհանրապես ամբողջ այդ նախընտրական շրջանում Տիկտոկի այս ալիքը աջակցել է Նիկոլ Փաշինյանի ընտրարշավին:

Ներքաղաքական պայքարի համար Տիկտոկի օգտագործման ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ այս թեմայով բացահայտ փաստերի կեղծում, ակնհայտ ապատեղեկատվություն գրեթե չի տարածվում: Փոխարենը Տիկտոկում քաղաքական արշավ իրականացնողները, քաղաքական թեմաներ շրջանառողները մանիպուլացնում են տեսանյութերը, տարածում են բևեռացված, ծայրահեղացված, վիրավորական բովանդակություն, որ հիմնականում հիմնված է այլ հարթակներում ստեղծված նյութերի վրա: Դրանք երբեմն լրացվում են երաժշտությամբ, տեքստերով, համադրվում են այլ տեսանյութերի կադրերի հետ՝ լրացուցիչ ազդեցիկություն ստեղծելու կամ ուղղակի Տիկտոկի լսարանին մոլորեցնելու համար:

Եզրակացություններ

Տիկտոկը ամենաբարդ հետազոտվող հարթակներից է. այստեղ չկան որոնման համար ֆիլտրեր, դժվար է գտնել հարթակի օգտատերերի ու բովանդակության վիճակագրություն, նույնիսկ կոմերցիոն օնլայն գործիքները առավել հարմարեցված են ընթացիկ միտումները, մարքեթինգային դաշտը հասկանալու, քան հետադարձ հայացքով եղած բովանդակությունը վերլուծելու համար:

Փորձագետների հետ զրույցների և սեփական դիտարկումների և ուսումնասիրությունների արդյունքում կարելի է եզրակացնել, որ Տիկտոկը շատ ավելի տարածված է Հայաստանում, քան ցույց են տալիս 2021թ. սոցիալոգիկները. այնուամենայնիվ, այն մնում է հիմնականում որպես ժամանցի հարթակ, և ոչ լրատվության աղբյուր:

Ամենամեծ լսարան ունեցող հայ տիկտոկերները հումորային, ժամանցային բովանդակություն ստեղծողներն են, որոնց հետևորդների թիվը հաճախ անցնում է 100.000-ից, իսկ այս հետազոտության մեջ քննարկված թեմաներն առաջ տանող ալիքներից ամենամեծը 65.000 հետորդ ունի:

Այս հարթակում մարդկանց հիմնական ձգտումը էմոցիոնալ, սենսացիոն, գրավիչ բովանդակությամբ դիտումներ, հավանումներ հավաքելն է, այնպես, որ տեսանյութը «For you» լրահոսում հայտնվի ու տարածվի: Ինֆյուենսերները հաճախ իրենք են իրենց շուրջ բամբասանք ու միֆեր տարածում՝ քննարկում սկսելու, ուշադրություն գրավելու համար:

Այնուամենայնիվ, ժամանցային բովանդակություն թերթելիս, ալգորիթմն առաջարկում է նաև քաղաքական, հասարակական թեմաներով տեսանյութեր, որոնցում շատ են քարոզչությունը, մանիպուլյացիան, իսկ ավելի հաճախ՝ վիրավորանքն ու գռեհկաբանությունը: Լրատվական արժեք ունեցող թեմաներով ոչ թե տիկտոկերներն են բովանդակություն ստեղծում, այլ հիմնականում վերափաթեթավորում ու տարածում են արդեն լրատվամիջոցների կողմից տարածված, սոցցանցերում քննարկված տեսանյութեր, ելույթներ հարցազրույցներ, դառնում են խողովակ՝ այդ մանիպուլյատիվ նյութերը ավելի մեծ լսարանի հասցնելու համար՝ կարճ, գրավիչ, պարզ տարբերակով...

Օրինակ՝ կորոնավիրուսի թեմայով ապատեղեկատվության հիմնական «հերոսները» լրատվամիջոցներից հայտնի ու փաստեր ստուգող լրագրողների կողմից ուսումնասիրված ու բացահայտված կերպարներն են, ռուս-ուկրաինական, հայ-ադրբեջանական թեմաները խիստ քաղաքականացված են և դարձյալ տարածվում են այլ աղբյուրներից վերցրած նյութերով:

Տիկտոկում ակտիվ են առնվազն 15 հայկական լրատվամիջոցներ և լրագրողական կազմակերպություններ, սակայն նրանց մեծ մասն առայժմ շատ ռեսուրս ու ժամանակ չի ծախսում այս հարթակում և չունի մեծ ազդեցություն: Լրատվամիջոցներից միայն tert.am-ն ունի մոտ 90.000 հետևորդ, ալիքի բովանդակությունը հիմնականում թեթև լուրերն են, գրեթե չկան քաղաքական, հասարակական թեմաներով տեսանյութեր:

Փաստերի ստուգմամբ մասնագիտացած հայաստանյան հարթակներն այստեղ գրեթե ներկայացված չեն: Իրազեկ քաղաքացիների միավորումը տիկտոկյան ալիքունի և, այլ բացատրական, տեղեկատվական տեսանյութերին զուգահեռ, տարածում է նաև Փաստերի ստուգման հարթակի նյութերից: Ինֆոքոմը Տիկտոկում տարածել է փաստերի ստուգման մասին կրթական տեսանյութեր, սակայն մոտ մեկ տարի է՝ այս ալիքում թարմացումներ չկան: Լրատվամիջոցները

առայում չեն կարողանում այս հարթակում գումար վաստակել ու նաև դժվարություններ ունեն Տիկտոկի կանոններին հետևելու, դրանք չխախտելու հարցում:

Չնայած որ դիտարկված ժամանակահատվածում կազմակերպված ապատեղեկատվության արշավներ չեն արձանագրվել, մեծ է հավանականությունը, որ այդպիսի գործողություններ կիրականացվեն քաղաքական թեժացումների, ընտրությունների ընթացքում. փորձագետների պնդմամբ 2021թ. ԱԺ ընտրությունների շրջանում Տիկտոկում ակնհայտ մեծ էր վճարված, կազմակերպված ապատեղեկատվության ծավալը: Ուստի, հաշվի առնելով, որ Տիկտոկում օգտատերերի թիվը մեծանում է, կարևոր է քայլեր ձեռնարկել՝ այս հարթակում եղած ապատեղեկատվությունը, մանիպուլյացիան ու վիրավորանքը պակասեցնելու համար: Ինչի համար առաջարկում ենք մի քանի գործողություն.

Գործողության առաջարկներ

Լրատվամիջոցներին. ավելի ակտիվ ներգրավվել այս հարթակում, ստեղծել հենց տիկտոկյան ոճի տեսանյութեր՝ կարճ, հետաքրքիր, նաև՝ ժամանցային (infotainment), տարածել լրատվական ու փաստական նյութեր,

Մարդու իրավունքներով, հասարակական, առողջապահական, սոցիալական ինդիկատորով զբաղվող կազմակերպություններին. դիտարկել Տիկտոկը որպես իրազեկման, կրթության ու շատագուցության հարթակ, սկսել տիկտոկյան ալիքներ վարել՝ թեմատիկ հետաքրքիր նյութեր տարածելով, համագործակցել Տիկտոկի ինֆլուենսերների հետ՝ ավելի ազդեցիկ ու լայն արշավներ իրականացնելու համար, ասելիքը կառուցել պարզ ու գրավիչ:

Մեդիագրագիտությամբ ու կրթությամբ զբաղվող կառույցներին.

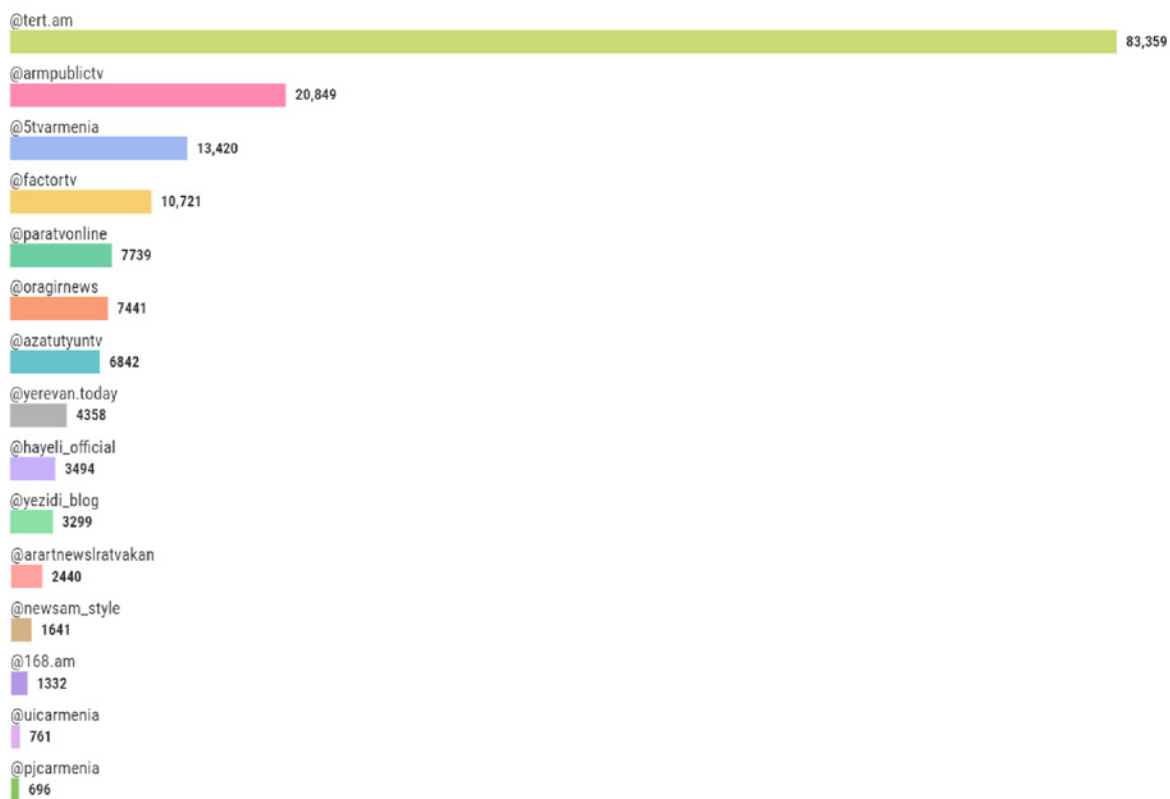
հանրությանը շարունակել զինել մանիպուլյացիաները, ապատեղեկատվությունը ճանաչելու, փաստերը ստուգելու, կարևոր տեղեկությունները վերլուծելու կարողություններով, բացատրել սոցիալական ցանցերի՝ մասնավորապես Տիկտոկի առանձնահատկությունները, սովորեցնել կիրառել սոցցանցերը օգտակար, արդյունավետ և պատասխանատու կերպով:

Փաստեր ստուգողներին. հետևել Տիկտոկում տարածվող բովանդակությանը և ստուգել ապատեղեկատվությունը, ալիքներ վարել այս հարթակում ու նպաստել ստուգված, ճշգրտված տեղեկատվության տարածմանը Տիկտոկում: Փորձել համագործակցել Տիկտոկի հետ՝ հայերեն բովանդակության ստուգումը ակտիվացնելու համար:

Պետությանը. դիտարկել Տիկտոկ ընկերության հետ ինստիտուցիոնալ համագործակցությունը՝ հայերեն բովանդակության համակարգված մոդերացիա ստեղծելու, նաև այս հարթակում գումար վաստակելու հնարավորությունները մեծացնելու նպատակով:

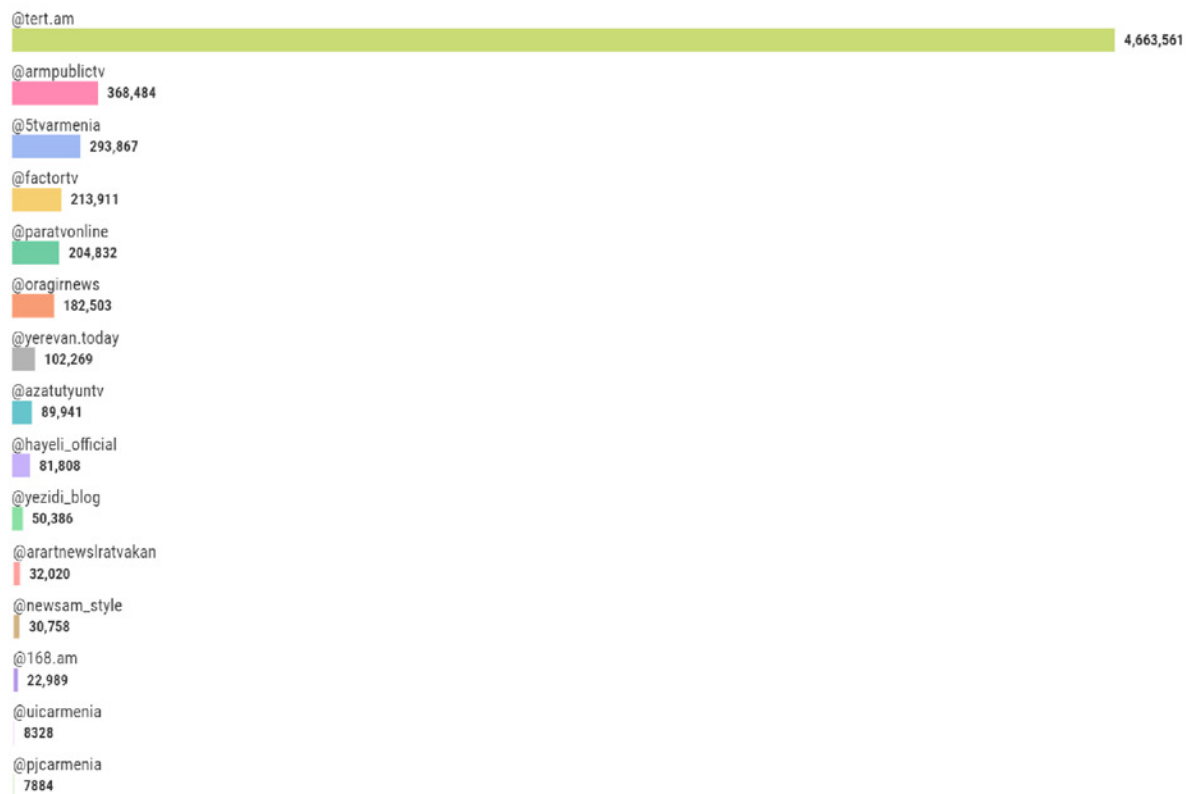
Հավելված. հայկական լրատվամիջոցների և լրագրողական կազմակերպությունների տիկտոկյան ալիքների վիճակագրությունը

Հետևորդներ



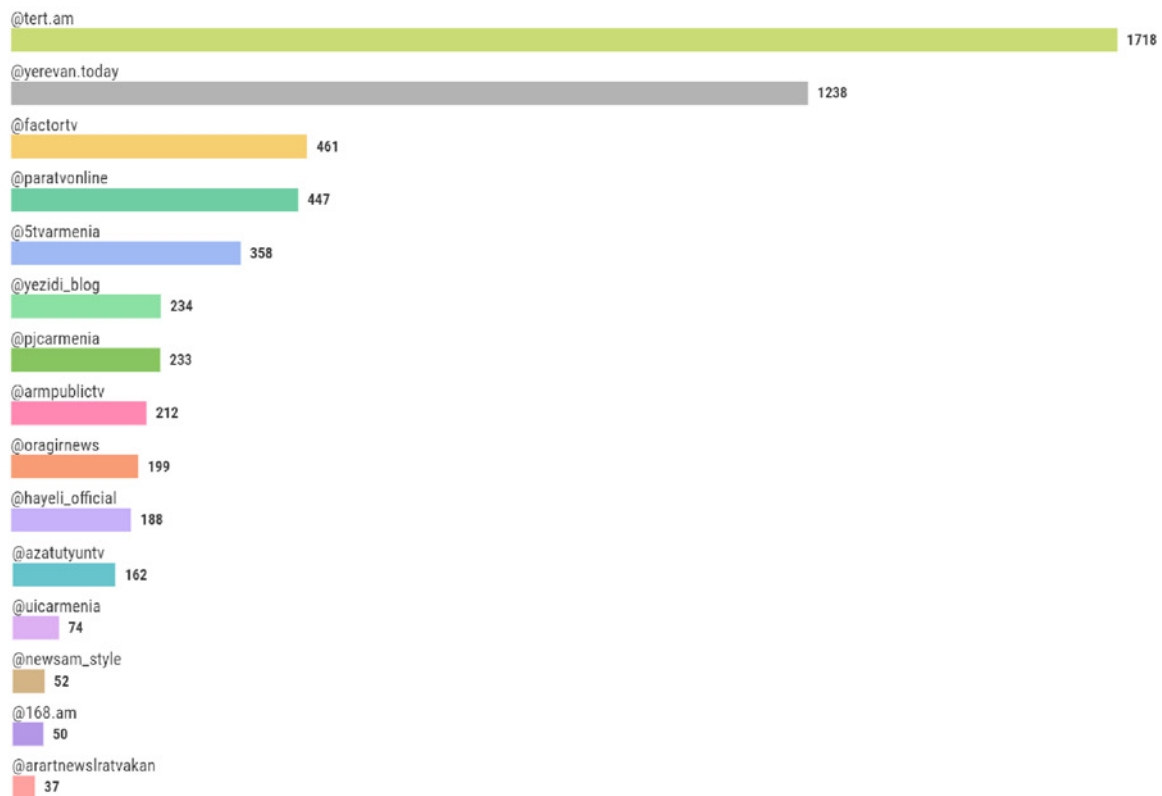
Source: exolyt.com

Հավանումներ



Source: exolyt.com

Տեսանյութեր



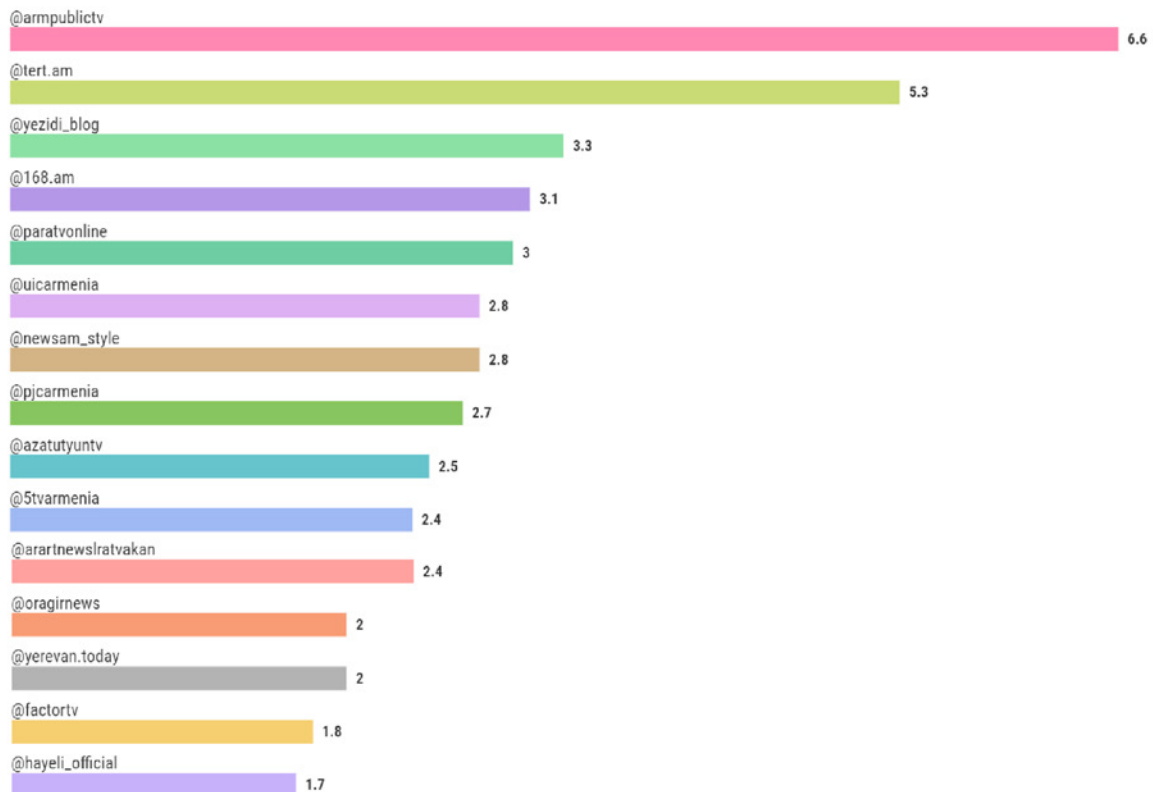
Source: exolyt.com

Դիտումներ



Source: exolyt.com

Ակտիվություն % (engagement)



Source: exolyt.com

Օգտագործված գրականության ցանկ

- Ասրյան Գ. (2020), ՏիկՏոկը Հայաստանում ռազմական գործողությունների ժամանակ, <https://media.am/hy/newsroom/2022/09/14/34041/>
- Media.am (2021), Ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում, <https://media.am/hy/lab/2021/03/12/26664/>
- Գինոսյան Բ. (2022), Ռոզա Լինի «Snap» երգը գրավել է ՏիկՏոկն ու միջազգային հիթ շքերթները, Media.am, <https://media.am/hy/critique/2022/08/03/33696/>
- Հարությունյան Ան. (2021), Սեռական կրթությունից մինչև զվարճանք.TikTok-ի հայկական ֆենոմենը, Չախանա, <https://chaikhana.media/hy/stories/1185/from-sex-education-to-comedy-armenians-embrace-the-wonders-of-tiktok>
- Հախվերդյան Ն (2020), Տիկտոկյեցիները հայոց աշխարհի պատերազմի ժամանակ, <https://media.am/hy/newsroom/2020/10/01/24384/>
- Մարտիրոսյան Ս. (2020), Տիկտոկը, մենք և նրանք. ի՞նչ է կատարվում սոցցանցերում, <https://media.am/hy/critique/2020/02/24/19672/>
- Freedom House (2021), Ապատեղեկատվությունն ու կեղծ տեղեկատվությունը Հայաստանում., https://freedomhouse.org/sites/default/files/2021-07/Disinformation-in-Armenia_Am-final.pdf
- ՄՆԿ, ՀՌԿԿ (2022), Մեդիա սպառումը Հայաստանում <https://media.am/hy/lab/2022/01/26/31473/>
- Jalli, N. et. al. (2021, Nov 30). Consumption of Information Among Gen-Z In Malaysia, Indonesia, and The Philippines. <https://sites.google.com/view/techcamp-tiktok/project-report>.
- Reuters, TikTok Sounds used to spread COVID vaccine misinformation - think tank, 2021 <https://www.reuters.com/business/healthcare-pharmaceuticals/tiktok-sounds-used-spread-covid-vaccine-misinformation-think-tank-2021-07-13/>
- Alonso-lópez, n. et al. (2021). “Beyond challenges and viral dance moves: TikTok as a vehicle for disinformation and fact-checking in Spain, Portugal, Brazil, and the USA”. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, https://www.researchgate.net/publication/352837929_Beyond_Challenges_and_Viral_Dance_Moves_TikTok_as_a_Vehicle_for_Disinformation_and_Fact-Checking_in_Spain_Portugal_Brazil_and_the_USA
- Nilsen, Fagan, Dreyfuss, Donovan, (2022) TIKTOK, THE WAR ON UKRAINE, AND 10 FEATURES THAT MAKE THE APP VULNERABLE TO MISINFORMATION <https://mediamanipulation.org/research/tiktok-war-ukraine-and-10-features-make-app-vulnerable-misinformation>
- Nemeth; Marius (2021) HOW FACT-CHECKING ORGANIZATIONS TACKLE DISINFORMATION ON FACEBOOK AND TIKTOK <https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/article/2057/howfact-checkingorganizationstackledisinformationonfacebookandtiktok.pdf>
- Conversation (2021) Mission impossible?': tracking political misinformation and disinformation on TikTok, <https://theconversation.com/mission-impossible-tracking-political-misinformation-and-disinformation-on-tiktok-173247?fbclid=IwAR3btBYQRzTFqL7eSw655rPIS31c8TMoqu6WPInalY9CwkHDvQjB4sfNz-E>

Global witness (2022), TikTok and Facebook fail to detect election disinformation in the US, while YouTube succeeds, <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/digital-threats/tiktok-and-facebook-fail-detect-election-disinformation-us-while-youtube-succeeds/>

Newsguard (2022), Beware the 'New Google:' TikTok's Search Engine Pumps Toxic Misinformation To Its Young Users, <https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/september-2022/>

TikTok (2021), TikTok's H2 2020 Transparency Report, <https://newsroom.tiktok.com/en-us/tiktoks-h-2-2020-transparency-report>

Mashable (2022), For Gen Z, TikTok is more than entertainment. It's a search engine., <https://mashable.com/article/gen-z-tiktok-search-engine-google>

Ofcom (2022), Instagram, TikTok and YouTube teenagers' top three news sources, <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2022/instagram,-tiktok-and-youtube-teenagers-top-three-news-sources>

Pew Research Center (2022), Social Media and News Fact Sheet, <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/>

France 24 (2022) 'TikTok is having a bad war,' say disinformation experts, <https://www.france24.com/en/live-news/20220406-tiktok-is-having-a-bad-war-say-disinformation-experts>

Forbes (2021) Top 10 Most Downloaded Apps And Games Of 2021: TikTok, Telegram Big Winners, <https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2021/12/27/top-10-most-downloaded-apps-and-games-of-2021-tiktok-telegram-big-winners/?sh=43d626fa3a1f>

Tech Crunch (2020) TikTok tops 2 billion downloads, <https://techcrunch.com/2020/04/29/tiktok-tops-2-billion-downloads/>

The Guardian (2022), TikTok Takeover, <https://www.theguardian.com/technology/series/the-tiktok-takeover>

Nuclear Safety and Security in Ukraine (2022), https://www.iaea.org/sites/default/files/22/09/ukraine-2ndsummaryreport_sept2022.pdf

