

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՀԱԿՈԲՅԱՆ ՄԱՐԻԱՆՆԱ ՏԻՓԱՆԻ

**ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԲԱՆԱՎԵՃԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ
ՀԵՌՈՒՍՏԱԵԹԵՐՈՒՄ (2003-2021)**

Ժ.01.06 – «ԺՈՒՌՆԱԼԻՍՏԻԿԱ» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՄԲ ԲԱՆԱՍԻՐԱԿԱՆ
ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԹԵԿՆԱԾՈՒԻ ԳԻՏԱԿԱՆ ԱՍՏԻՃԱՆԻ ՀԱՅՑՄԱՆ
ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ

ՍԵՂՍԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ 2025

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝ Բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ
Մարտիրոսյան Նաղաշ Նարինեիկի

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝
Բանասիրական գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր
Պետրոսյան Դավիթ Վլադիմիրի

Բանասիրական գիտությունների թեկնածու
Սաֆարյան Արման Ալեքսանդրի

Առաջատար կազմակերպություն՝ Խաչատուր Աբովյանի անվան հայկական
պետական մանկավարժական համալսարան

Պաշտպանությունը կայանալու է 2025 թ. հունիսի 24-ին՝ ժամը 12⁰⁰-ին,
ԵՊՀ-ում գործող՝ ԲԿԳԿ-ի գրականագիտության 012 մասնագիտական խորհրդի
նիստում:

Հասցեն՝ ք. Երևան 25, Աբովյան 52^ա, ԵՊՀ-ի հայ բանասիրության ֆակուլ-
տետի մասնաշենք, թիվ 202 լսարան:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ ԵՊՀ-ի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2025 թ. մայիսի 23-ին:

Մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար՝ Բանասիրական
գիտությունների դոկտոր, պրոֆեսոր



Ալբերտ Մակարյան

ԱՍԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Նախընտրական հեռուստաբանավեճը քաղաքական մրցապայքարի անխուսափելի հանգրվան է շատ ժողովրդավարություններում: Այն որոշակի իմաստով երևակում է արդի հասարակությունների քաղաքական, քաղաքացիական, ժողովրդավարական, տեղեկատվական հասունության աստիճանը և հետազոտության առարկա է մի շարք գիտակարգերի համար: Նախընտրական հեռուստաբանավեճի հայրենիք համարվում է Ամերիկայի Միացյալ Նահանգները, որտեղ սկիզբ է առել նախընտրական բանավեճի ավանդույթը: Իսկ, առհասարակ, առաջին բանավեճերը տեղի են ունեցել Հին Հունաստանում, որտեղ մ. թ. ա. 5-4-րդ դարի փիլիսոփաները, որոնց սոփեստներ էին անվանում, համոզված էին, որ բանավեճն օգնում է բացահայտելու ճշմարտությունը: Ինչպես ճշմարտության ընկալման, այնպես էլ այլ հարցերի շուրջ ծագող քննարկումներն էլ վերաճում էին բանավեճերի: Հանրային քննարկումների արդյունքում ի հայտ եկած քննադատությունների և մեկնաբանությունների օգնությամբ այդ գաղափարներն ու տեսակետները կատարելագործվում էին: Սեփական տեսակետները պաշտպանելու և առաջ տանելու հարցում բանավեճի տեխնիկային տիրապետելը առաջնահերթություն դարձավ հատկապես քաղաքական գործիչների համար, քանի որ բանավեճերն առավել հաճախ կիրառվում են ընտրությունների ժամանակ՝ դիտարկվելով որպես քաղաքական տեխնոլոգիա: Ժամանակակից աշխարհում ՁԼՄ-ները ոչ միայն հաղորդակցման միջոց են, այլև քաղաքական ազդեցության գործիք: Այս համատեքստում նախընտրական հեռուստաբանավեճի ձևաչաձը կարևոր դեր է խաղում հանրային կարծիքի ձևավորման և ուղղորդման գործում: Ինչպես ցույց են տալիս տեղեկատվական դաշտի գործընթացները, նախընտրական հեռուստաբանավեճերն իրենց առճակատային բնույթի շնորհիվ պարունակում են դիտարժան և մրցակցային տարրեր: Մարդիկ գրեթե նույն հետաքրքրությամբ հետևում են սպորտային իրադարձություններին: Նախընտրական հեռուստաբանավեճի գոյության սկզբնական և հիմնական շարժառիթը թեկնածուին ընտրողների հնարավորինս լայն խմբի միաժամանակյա ներկայացման հնարավորությունն է: Նախընտրական հեռուստաբանավեճերը քաղաքացիներին հնարավորություն են տալիս ավելի տեղեկացված լինել, համեմատել թեկնածուների տեսակետները, հնարավորությունները, դիրքորոշումներին նմանություններն ու տարբերությունները, ըստ այդմ՝ կատարել գիտակցված ընտրություն: Նախընտրական հեռուստաբանավեճերը նպաստում են նաև ժողովրդավարական ինստիտուտների ամրապնդմանը՝ բարձրացնելով հաշվետվողականությունն ու թափանցիկությունը քաղաքական մրցապայքարի շրջանում: Բացի այդ՝ հեռուստաբանավեճերը խթանում են քաղաքակիրթ քաղաքական քննարկման մշակույթի ձևավորմանը՝ շեշտադրելով փաստարկների կարևորությունը: Այս ամենը վկայում է, որ նախընտրական հեռուստաբանավեճերն արդիական են քաղաքական մասնակցության խթանման, ընտրողի տեղեկացվածության բարձրացման և ժողովրդավարական գործիքների թափանցիկության ապահովման համատեքստում: Հայաստանում նախընտրական հեռուստաբանավեճերը սակավ են, քաղաքական այս մշակույթը

դժվարությամբ է արմատավորվում: Պատճառները տարբեր են՝ հեռուստաընկերությունների նկատմամբ անվստահությունից մինչև հոգեբանական գործոններ: Թեկնածուները խուսափում են բանավեճերից՝ նախնառաջ հաշվի առնելով ուղիղ եթերի հանգամանքը: զիտակցում են, որ ցանկացած խոսք կարող է անդառնալի հետևանքներ ունենալ ու վճռել ընտրությունների ելքը: Հետխորհրդային Հայաստանում հասարակության մեջ տեղի ունեցած փոփոխությունները, հասարակության քաղաքական կառուցվածքի վերափոխումները, ժողովրդավարական գործընթացների հաստատումն ստիպեցին վերանայելու ՁԼՄ-ների, հատկապես հեռուստատեսության ազդեցությունը հանրային զիտակցության վրա, վերաբժնորելու դրա դերը նաև ընտրությունների և քաղաքական մրցակցային պայքարի պայմաններում: 2018-ի ընտրությունները Հայաստանում դարձան քաղաքական նոր մշակույթի սկիզբ: Հանրային հեռուստաընկերությամբ կազմակերպված հեռուստաբանավեճը Հայաստանում մեծ հետաքրքրություն առաջացրեց՝ նպաստելով օրենսդրական քայլերի իրականացմանը: Ընտրական օրենսգրքի 2021-ի փոփոխություններով՝ / «Նախընտրական քարոզչությունը զանգվածային լրատվության միջոցներով»՝ 20-րդ հոդվածի 4-րդ կետ/՝ հեռուստաբանավեճերի անցկացումն ամրագրվել է օրենքով: Սա կարևոր քայլ է Հայաստանում հեռուստաբանավեճը ինստիտուցիոնալացնելու, ընտրական-քաղաքական մշակույթի մաս դարձնելու տեսանկյունից՝ նպաստելով ընտրական գործընթացների թափանցիկությանը, քաղաքական մրցակցության առողջացմանը: Իրավական հիմքերն ամրապնդում են ժողովրդավարական ինստիտուտները, խթանում քաղաքացիական ակտիվ մասնակցությանը և մեծացնում հանրային վստահությունը քաղաքական գործընթացների հանդեպ:

Արդիականությունը: Հաշվի առնելով թվային տեխնոլոգիաների, այդ թվում արհեստական բանականության ինտեգրումը հասարակական-քաղաքական գործընթացներում, անհրաժեշտություն է առաջանում վերախմաստավորելու նախընտրական հեռուստաբանավեճի արդյունավետությունը՝ բացահայտելով՝ արդյոք այս ձևաչափն իր գործիքակազմով ձևավորո՞ւմ է հանրային կարծիք և օրակարգ: Հայաստանը՝ որպես ժողովրդավարության ուղին բռնած երկիր, պարտավոր է հաշվի նստել աշխարհաքաղաքական գործընթացներում արդյունավետ կիրառվող մեդիա ձևաչափերի հետ, որոնք կարող են նպաստել հասարակական-քաղաքական ինստիտուտների զարգացմանը: Նախընտրական հեռուստաբանավեճերի պատմության խորքային ուսումնասիրությունը, առանձնահատկությունների վերհանումն ու դասականին զուգընթաց նոր մեթոդների կիրառումն այսօր առավել քան երբևէ հրատապ է: Թեմայի հրատապությունն արտահայտվում է մի քանի հիմնական ուղղությամբ՝ քաղաքացու իրազեկվածության ապահովում, հանրային վստահության վերականգնում, քաղաքական հաշվետվողականության բարձրացում, տեխնոլոգիական և մեդիա միջավայրի զարգացում: Այս գործոնները վկայում են, որ նախընտրական հեռուստաբանավեճերն անհրաժեշտ են և հրատապ՝ ժամանակակից քաղաքական գործընթացներում հավասարակշռության, թափանցիկության և վստահության մթնոլորտի

¹ <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=153062>

համար: *Ժողովրդավարական հաստատությունների զարգացման արդի միտումները վկայում են, որ հեռուստաբանավեճերը՝ որպես քաղաքական հաղորդակցության մատչելի և արդյունավետ գործիք, կարող են առավելագույնս նպաստավոր լինել:* Անցումային ժողովրդավարություններում, մասնավորապես նաև Հայաստանի Հանրապետությունում, 21-րդ դարասկզբի նախընտրական քարոզարշավների պատմությունը ցույց է տալիս, որ հեռուստաբանավեճերը դժվարությամբ են արմատավորվում: Թեև դրանք կարող են դառնալ տեղեկատվություն ստանալու ամենաօբյեկտիվ աղբյուրը՝ հաշվի առնելով այդ ձևաչափի առանձնահատկությունները: Ուղիղ եթերում անցկացվող հեռուստաբանավեճը, ըստ էության, հայելի է, որը ցույց է տալիս ավելին, քան որևէ ռեպրոտաժ կամ քաղաքական հաղորդում: Այսօր առավել քան երբևէ հայաստանյան մեդիա դաշտը, նաև՝ հասարակությունը, երկփեղկված են: Գաղտնիք չէ, որ Հանրային հեռուստաընկերությունը, որը ֆինանսավորվում է հանրային միջոցներով և պարտավոր է սպասարկել հանրության շահը, մշտապես համարվել է իշխանական քարոզչամեքենա՝ դրական լուսիս ներքո ներկայացնելով օրվա իշխանություններին: Մասնավոր հեռուստաընկերություններն իրենց հերթին ենթարկվել են այս կամ այն ուժերին, որոնք ունեցել են իրենց քաղաքական նախապատվությունները: Այն բողոքի ակցիաները, որոնք, օրինակ, Հանրային հեռուստաընկերությամբ չեն լուսաբանվել կամ լուսաբանվել են ոչ լիարժեք, տեղ են գտել այլ հեռուստաընկերություններում: Եվ հակառակը՝ Հանրային հեռուստաընկերության եթերում կազմակերպված հեռուստաբանավեճերը մյուս հեռուստաընկերություններով լուսաբանվել են որոշակի վերապահումներով: Հիմնականում առանձնացվել են դիտարժան հատվածները և տեղ գտել լուրերի թողարկումներում: Այս պայմաններում հեռուստադիտողի համար դժվար է գտել, համեմատել ու գտնել տեղեկատվության այն օբյեկտիվ աղբյուրը, որին կարող է վստահել: Նախընտրական շրջանում խնդիրն ավելի բարդ է, և հեռուստաբանավեճը կարող է հանդես գալ որպես թեկնածուների մասին բազմակողմ տեղեկատվություն ստանալու գործիք:

Հետազոտության թեմայի մշակվածության աստիճանը: Չնայած հաղորդակցության տարբեր ասպեկտներին նվիրված աշխատությունների առկայությանը՝ քաղաքական քարոզարշավներում և ընտրական տեխնոլոգիաներում քաղաքական հեռուստաբանավեճերի վերաբերյալ հետազոտությունները բավականին սակավ են: Հայաստանյան իրականության մեջ հեռուստաբանավեճերին նվիրված ուսումնասիրություններ չկան, սակայն հետազոտության հիմնախնդրին առնչվող որոշ մենագրություններում և գիտական հոդվածներում առկա է քաղաքական փաստարկման, քաղաքական բանակցությունների և քաղաքական բանավեճի մասին գիտական արժեքավոր նյութ, որը զգալիորեն նպաստել է բանավեճի ընդհանուր տեսության ու պրակտիկայի էության ընկալմանը²: Հատկապես արժե-

² Տե՛ս Բրուսյան Ա., Բրուսյան Գ., Քաղաքական փաստարկման 101 կանոն, Եր., 2003; Գալստյան Խ. Ս., Քաղաքական բանակցություններ. Տեսություն և պրակտիկա, Եր., 2007; Հովհաննիսյան Գ., Հովհաննիսյան Հ., Բանավեճի մեթոդը ուսումնադաստիարակչական գործընթացում, Եր., „Գիտելիք“, հրատ., 2006; Հովհաննիսյան Հ. Օ., Վիճաբանության

քավոր է Հովհաննես Հովհաննիսյանի «Բանավեճի տեսություն և արվեստ. փիլիսոփայական քննախոսություն»³ մենագրությունը³, որում ուսումնասիրված են բանավեճի էությունը, նրա իմացաբանական և մեթոդաբանական տեսանկյունները, բանավեճի արդյունավետությունը երաշխավորող կանոններն ու գործոնները: Հիմնախնդրի պատմական ասպեկտը, նախահեռաքաճական և հեռաքաճական դարաշրջանի քաղաքական բանավեճերի հետազոտությունն իրականացվել է հիմնականում ամերիկյան գրականության հիման վրա: Հատկապես կարևորում ենք առաջին հեռուստաբանավեճին նվիրված գրականության գիտական նշանակությունը: Առանձին հետազոտողներ քաղաքացիների քաղաքական գիտակցության վրա զանգվածային լրատվության միջոցների ազդեցության հիմնախնդիրներն սկսել են դիտարկել ընտրական վարքագծի ուսումնասիրման շրջանակներում: Դեռևս 1948 թ. Պ. Լազարսֆելդը, առաջին անգամ ուսումնասիրելով ՋԼՄ-ների ազդեցությունը ԱՄՆ նախագահական ընտրությունների ընթացքի վրա, եկել է այն եզրակացության, որ լրատվամիջոցներն աշխատում են ամրապնդել քաղաքական վերաբերմունքը և ցանկալի կողմնորոշումները⁴: 1968 թ. ուսումնասիրելով նախագահական ընտրությունների գործընթացը՝ ամերիկյան հետազոտողներն այլ եզրակացության հանգեցին. լրատվամիջոցներն են, որ ձևավորում են ընտրողների քաղաքական կողմնորոշումները⁵: Փորձով հաստատված այս կարծիքին հավատարիմ է նաև հետազոտողներից Շ. Յանգարը, որը եկել է այն եզրակացության, որ լրատվամիջոցները, հատկապես հեռուստատեսությունը, որոշիչ դեր են խաղում սոցիալական իրականության կերպարի ստեղծման գործում և համապատասխանաբար որոշում են քաղաքական նախապատվությունները⁶: Ս. Յանգարի և Ռ. Ռիվզի «Արդյոք կառավարում են լրատվամիջոցները» գրքում ընդգծվում է այն գաղափարը, որ հեռուստատեսությունը ձևավորում է քաղաքական ասպարեզում տեղի ունեցողի որոշակի գնահատականը՝ դրանով իսկ ազդելով քաղաքական կողմնորոշումների վրա: Բացի այդ՝ այն լուրերն ու քաղաքական իրադարձությունները, որոնք ներկայացվում են հեռուստատեսության կողմից որպես կարևոր, այդպես էլ պատճենվում են հեռուստադիտողների մտքում⁷: Մեր հետազոտության համար տեղին է նաև Ս. Ռ. Քերբելի կարծիքը, ըստ որի՝ ՋԼՄ-ներն ամբողջությամբ մասնակցում են քաղաքականությանը որպես «կեղտոտ բիզնեսի» կերպար ստեղծելու գործընթացին, և այստեղ քիչ թե շատ օբյեկտիվ տեղեկատվություն կարող է ընտրողին տրամադրվել ոչ թե լուրերով և հարցազրույցներ

իմացաբանական և մեթոդաբանական տեսանկյունները: „Երիտասարդ գիտնականի ամբիոն», , պր. 5, ՀՀ ԳԱԱ „Գիտություն», հրատ., Եր., 1996:

³ Տե՛ս Հովհաննիսյան Հ. Օ., Բանավեճի տեսություն և արվեստ. փիլիսոփայական քննախոսություն, Եր., ԵՊՀ հրատ., 2019

⁴ Տե՛ս Lazarsfeld P., Berelson B., Gawlet H. The Pople Choice, N.Y. Columbia univ.Press, 1948.

⁵ Տե՛ս Lenarts. Shapping political attitudes. The impact of interpersonal communication and mass media, Thousand Oaks, L., New Delhi: Sage, 1994.

⁶ Տե՛ս Iyengar S., Kinder D. News theat matters: Television and American opnion, Chicago: London: Univ. Of Chicago press, 1987.

⁷ Տե՛ս Iyengar S., Revers R. Do the media govern?-Thousand Oaks, L., New Delhi: Sage, 1997.

րով, այլ հեռուստաբանավեճերով, որոնք ընտրողների կողմից ընկալվում են որպես անմիջական շփման ձևեր⁸: Ժամանակակից հետազոտողներ Ն. Վ. Անոխինայի և Մ. Է. Բրանդեսի «Լրատվամիջոցների դերը ընտրական գործընթացում» մենագրության մեջ ընդգծվում է, որ լրատվամիջոցներն ունակ են ակտիվացնել ընտրողներին, ներգրավել պասիվ քաղաքացիներին քվեարկելու, թարմացնել ու ամրապնդել կողմնակիցների արդեն ձևավորված համոզմունքներն ու նախասիրությունները⁹: ՋԼՄ-ների նկատմամբ վերահսկողության խնդիրը գտնվում է մասնագիտացված սոցիոլոգների, քաղաքագետների, բանասերների և լրագրողների ուշադրության կենտրոնում: Կարևորվում է նրանց գործունեությունը նախընտրական քարոզարշավների լուսաբանման և ընտրողների հետ շփման մոդելի ընտրության հարցում: Լրատվամիջոցների նկատմամբ վերահսկողության մոդելները վերլուծված են Ի. Ի. Ջասուրսկու, Գ. Գ. Բոտվայի, Վ. Պ. Կոլումիեցի աշխատություններում¹⁰:

Ատենախոսության երրորդ գլուխն ամբողջությամբ հիմնված է սկզբնաղբյուրների վրա: Հետազոտվել են 2003, 2018, 2021 և 2023 թթ. ՀՀ հեռուստաթերի նախընտրական հեռուստաբանավեճերը: Դրանք արժեքավոր փաստական հիմքն են ամբողջ երրորդ գլխում իրականացված հետազոտության, նաև տեսական և գործնական հետևությունների, եզրակացությունների և մասնագիտական առաջարկությունների համար, որոնք կարող են օգտակար լինել հեռուստալրագրության կատարելագործման և արդիականացման համար:

Ատենախոսության գիտական նորույթը: Նախընտրական հեռուստաբանավեճը դիտարկվում է որպես հանգուցային կոնստրուկտ, այսինքն՝ հանգույց կամ ձևաչափ, որն ամբողջացնում է քաղաքագիտական, սոցիոլոգիական, լեզվաբանական, ժուռնալիստական հետաքրքրության բաղադրիչներ, որոնցից մեզ համար էականը վերջինն է՝ ոչ միայն ընտրողին տեղեկացնելու և կողմնորոշելու, այլև լրաստեղծ ելությամբ, այսինքն՝ ինքնին լուր կամ նորություն դառնալու առանձնահատկությամբ: Այս իմաստով մենք առաջարկում ենք նոր տերմին՝ «հարաքաղաքական»: Այսինքն՝ քաղաքականությանը հարակից՝ նախընտրական հեռուստաբանավեճի լրաստեղծ գործոնն է մեր ուշադրության առանցքում: Հետազոտության նորույթն ունի հետևյալ բաղադրիչները.

- Բացահայտվել են ժամանակակից հասարակություններում նախընտրական հեռուստաբանավեճերի առանձնահատկությունները:

⁸ St' u Kerbel M., Remote and controlled. Media politics in a cynical age, Boulder, San Francisco, Oxford, 1995.

⁹ St' u Анохина Н. В., Брандес М. Э., Роль СМИ в избирательном процессе //Выборы посткоммунистических обществах: Пробл.-темат. Сб. – М.: ИНИОН РАН, 2000

¹⁰ St' u Бовт Г. Г., Американские партии в борьбе за избирателя, М., Институт мировой экономики и международных отношений, 1995; Засурский И.И., СМИ и власть Россия девяностых //Средства массовой информации постсоветской России, М., Аспект-Пресс, 2002; Телерекламный бизнес (информационно-аналитическое обеспечение) // Сост. и общ. Ред. Коломиец В. П., М., Международный институт рекламы, 2001.

- Առաջին անգամ, ըստ ժամանակագրական և իրադարձային հաջորդականության, լուսաբանվել են 2003-ի Քոչարյան-Դեմիրճյան հեռուստաբանավեճից մինչև 2023 թ. տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրությունների հեռուստաբանավեճերը:

- Հայաստանի ներկա քաղաքական իրողությունների և զարգացումների համատեքստում դիտարկվել են հեռուստաբանավեճերի ձևաչափերը՝ նախագահական, խորհրդարանական և համայնքային նախընտրական քարոզարշավում:

- Ելնելով արևմտյան ժողովրդավարություններում հեռուստալրագրության ավանդույթներից՝ նորովի են ուսումնասիրվել հեռուստաբանավեճերի կազմակերպման, ձևաչափերի և մեթոդների ընտրության վրա ազդող մեխանիզմները:

- Վերլուծվել են ոչ խոսքային հաղորդակցության ձևերը, խոսքի առանձնահատկությունները:

- Որոշվել է ընտրագանգվածի վրա հեռուստաբանավեճի ազդեցությունը՝ հիմնավորվելով ընտրությունների արդյունքներով:

- Մոդերատորների հետ հարցազրույցների հիման վրա ուսումնասիրել ենք նրանց գործառույթներն ու լսարանի վրա ազդող գործոնները:

- Առաջին անգամ քաղաքական բանավեճի գիտական տեսության հենքով իրականացրել ենք հայաստանյան հեռուստաբանավեճերի առանձնահատկությունների քննական վերլուծություն, կատարել դիտարկումներ:

Նպատակը: Մեր ուշադրության ծիրում բացառապես նախընտրական հեռուստաբանավեճն է: Նպատակն է գնահատել նախընտրական հեռուստաբանավեճի ազդեցությունը ընտրողների քաղաքական կողմնորոշման, տեղեկացվածության և որոշումների կայացման գործընթացի վրա՝ միաժամանակ վերլուծելով բանավեճերի կառուցվածքը, բովանդակությունը և ներկայացման առանձնահատկությունները:

Խնդիրները:

- Բացահայտել հեռուստատեսային հաղորդակցության առանձնահատկություններն ընտրությունների համատեքստում:

- Դիտարկել հեռուստաբանավեճերի ավանդույթները ժամանակակից ժողովրդավարական հասարակություններում:

- Ուսումնասիրել հեռուստատեսային բանավեճերի պրակտիկայի ձևավորման և զարգացման բնույթը արտերկրի և Հայաստանի նախընտրական արշավներում:

- Բացահայտել հեռուստատեսային բանավեճերի նշանակությունը որպես ընտրությունների, քաղաքական առաջնորդների, նրանց կուսակցությունների և ծրագրերի լուսաբանման ձև:

- Դիտարկել հեռուստաբանավեճերի որոշիչ սոցիալ-հոգեբանական ասպեկտները:

- Բացահայտել մոդերատորների գործառույթները:

- Վերլուծել առկա մեթոդները, մասնակցության ձևերը, անցկացման ձևաչափերը:
- Ներկայացնել 2003, 2018, 2021 և 2023 թթ. հեռուստաբանավեճերի ընթացքն ու բովանդակությունը ՀՀ հեռուստաթերթում:
- Իրականացնել ՀՀ հեռուստաթերթի նախընտրական հեռուստաբանավեճերի առանձնահատկությունների քննական վերլուծություն:
- Հետազոտության արդյունքների հիման վրա ձևակերպել առաջարկներ հեռուստաբանավեճերի կատարելագործման համար:

Հետազոտության մեթոդաբանական հիմքը: Ատենախոսությունը կառուցվել է գիտական աշխատանքի համար լայնորեն կիրառվող տրամաբանությամբ, այն է՝ առաջին գլուխը անդրադարձ է հարցի պատմությանը՝ դրանից բխող պատմատեսական քննությամբ, երկրորդ գլուխը նվիրված է խնդրի տեսական քննությանը՝ նրա կոնցեպտուալիզացիային, իսկ երրորդ գլուխը՝ տեսական քննությունից բխող գործնական վերլուծությանը: Ատենախոսության որոշ հատվածներում լրագրագիտության բնագավառի հետազոտական մեթոդներին զուգահեռ կիրառվել են քաղաքական գիտությունների ոլորտի գիտահետազոտական մեթոդները՝ համեմատական քաղաքագիտության, պատմական, իրադարձային և սցենարային վերլուծությունների մեթոդներն ու տեսակները: Ատենախոսության մեջ օգտագործվում են տրամաբանական և համեմատական վերլուծություններ, փորձագիտական գնահատականների մեթոդը, հեռուստաբանավեճերի բովանդակային վերլուծությունը:

Հետազոտության տեսական նշանակությունը: Պատմականորեն ԱՄՆ-ը համարվում է նախընտրական հեռուստաբանավեճի հայրենիքը: Աշխարհում առաջին Նիքսոն-Քենեդիի, նախընտրական հեռուստաբանավեճին նախորդել է քաղաքական ավանդույթների ձևավորման շուրջ մեկդարյա շրջան: Հարցի տեսական քննությունն առանց նրա պատմության ուսումնասիրության կարող է հիմնագուրկ դարձնել հենց այդ նույն տեսությունը: Դրանով է բացատրվում հարցի պատմության, նաև տեսական քննությունը հիմնականում ամերիկյան խոշոր տեսաբանների մի քանի տասնյակի հասնող ուսումնասիրությունների վրա հիմնելը, թեև հենվել ենք նաև կանադացի, բրիտանացի և ֆրանսիացի տեսաբանների տեսակետների վրա: Երևույթը, լինելով ամերիկյան, բավականին մեծ թվով ուսումնասիրությունների առարկա է դարձել ԱՄՆ-ում, և արդեն իսկ այդ հեղինակների աշխատությունները քաղաքական բանավեճերով հետաքրքրվող հայ հետազոտողների տեսանկյանից դաշտ բերելը կարող է համարվել որոշակի ներդրում հայաստանյան ժուռնալիստիկայի տեսության զարգացման ոլորտում: Հետխորհրդային տարածքում նախընտրական հեռուստաբանավեճի չկայացվածության կամ գրեթե բացակայության պատճառով խնդիրը լայն ուսումնասիրության առարկա չի դարձել: Նշվածը ևս մեկ անգամ ընդգծում է խնդրի արդիականությունը հայաստանյան իրականության համար:

Հետազոտության գործնական նշանակությունը: Գործնական առումով հետազոտության մեջ առկա են հետևյալ շեշտադրումները.

- Հայաստանում նախընտրական քարոզարշավներում հեռուստատեսային բանավեճերի կազմակերպման հարցը շարունակում է մնալ կարևոր, անհրաժեշտ է բարելավել դրանց իրականացման կարգը: Արդյունավետ ձևաչափերի որոնումն ու արհեստավարժության բարձրացումը դեռևս արդիական են, որովհետև հեռուստատեսային բանավեճերը կարող են և պետք է լինեն ամենաարդյունավետ գործիքը ցանկացած մակարդակով ընտրությունների անցկացման համար, բայց միայն այն դեպքում, եթե մշակվեն արդյունավետ ուղիներ:

Հետազոտության կիրառական շեշտադրումը.

- Անհրաժեշտ է հաղթահարել քաղաքական գործիչների և կուսակցությունների բացասական վերաբերմունքը հեռուստաբանավեճերի նկատմամբ: Ձևավորել կայուն մշակույթ հաղորդակցական այս ձևաչափի համար:
- Հնարավոր է փոխել նախընտրական շրջանում հեռուստատեսության «դեմքը»: Հակառակ դեպքում կպահպանվեն ժողովրդավարությանը ոչ հարիր իրավիճակներ, երբ ֆինանսապես ապահոված ու ազդեցիկ կապեր ունեցող քաղաքական գործիչները կունենան հասարակական գիտակցությունը անվերահսկելիորեն մանիպուլյացիայի ենթարկելու հնարավորություն:

Կիրառական առումով հետազոտությունը կարևոր է, որովհետև այն հիմնավորում է հեռուստատեսությունում ներքաղաքական **բանավեճի զարգացման և կատարելագործման անհրաժեշտությունը** իրավական, ժողովրդավարական պետություն կառուցելու ճանապարհին: Դիտելով հստակ սկզբունքների վրա հիմնված հեռուստաբանավեճեր հեռուստադիտող-ընտրողը կկարողանա ինքնուրույն և տեղեկացված ընտրություն կատարել, իսկ կուսակցություններն ու թեկնածուները քարոզչության ձևերի մեջ մշտապես կներառեն նաև մասնակցությունը հեռուստաբանավեճերին: Կիրառական առաջարկները օգտագործվել և փորձաքննության են ենթարկվել հեղինակի կողմից Հանրային, ԱԹՎ, Արմենիա հեռուստաընկերությունների նախընտրական հաղորդումների կազմակերպման ժամանակ: Հետազոտության արդյունքները կարող են օգտակար լինել ԵՊՀ և մյուս բուհերի լրագրության, քաղաքագիտության և այլ հումանիտար մասնագիտություններով նոր առարկաների դասավանդման գործում:

Հետազոտության կանխավարկածը/հիպոթեզը - Հայաստանում հեռուստաբանավեճի մշակույթը դանդաղ է զարգանում: Ընտրական գործընթացների թափանցիկությունը բարձրացնելու նպատակով Հայաստանը գնում է նախընտրական հեռուստաբանավեճերը ինտիտուցիոնալացնելու ճանապարհով՝ հաշվի առնելով Հայաստանի քաղաքական, ընտրական և մեդիահամակարգերի կայացման առանձնահատկությունները:

Հետազոտության անցած փորձաքննությունը: Ատենախոսությունը քննարկվել և պաշտպանության է երաշխավորվել ԵՊՀ «Տպագիր և հեռարձակվող լրատվամիջոցների ամբիոնի» փետրվարի 28-ի թիվ 8 նիստում:

Ատենախոսության կառուցվածքը և բովանդակությունը: Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից և գրականության ցանկից: Ատենախոսության մեջ օգտագործվել է 80-ից ավելի գի-

տական աշխատություն և աղբյուր: Թեկնածուական ատենախոսության տեքստային ծավալը 166 էջ է:

ԳԼՈՒԽ ԱՌԱՋԻՆ

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԲԱՆԱՎԵՃ. ՄԿԶԲԱՎՈՐՈՒՄԸ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԸՆԹԱՑՔԸ

Հետազոտության առաջին գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլխից: **Առաջին ենթագլխում՝ «Նախահեռարձակման դարաշրջան»,** ուսումնասիրել ենք 18-19-րդ դարերում բանավեճի՝ որպես խոսքի արվեստի ներթափանցման փաստը, որը որոշակիորեն պայմանավորված է ամերիկյան հասարակական կյանքում բանավեճերի դերի ու կարևորության մեծացմամբ ու դրա արդյունքով: **Երկրորդ ենթագլխում՝ «Հեռարձակման դարաշրջան»,** հետազոտության առարկա են հանդիսացել ռադիոցանցով քաղաքական ելույթների սփռման, ռադիոյից հեռուստատեսություն անցումային շրջանում քաղաքական ուղերձների, հեռարձակման անցումային շրջանում քաղաքական ուղերձի ձևաչափային որոշ առանձնահատկությունների և նախընտրական հեռուստաբանավեճի ավանդույթի ձեկավորման իրողությունները: **Երրորդ՝ «Նախընտրական հեռուստաբանավեճի ավանդույթի ձևավորումը»** ենթագլխում անդադարձել ենք Միացյալ Նահանգների օրինակին, պատմության մեջ առաջին անգամ տեղի ունեցած Նիքսոն-Քենեդի «Մեծ» որակումը ստացած հեռուստաբանավեճին: Ներկայացրել ենք նաև Ֆրանսիայի, Գերմանիայի և Մեծ Բրիտանիայի օրինակները, ամենից քննարկված և ուշադրության արժանացած հեռուստաբանավեճերը, այդ երկրների առանձնահատկություններն ու ավանդույթները: Արդյունքում եկել ենք այն եզրակացության, որ նախընտրական հեռուստաբանավեճը՝ որպես քաղաքական և մեդիա իրադարձություն սերտորեն փոխկապակցված է 19-20-րդ դարերի ԱՄՆ քաղաքական պատմության, ինչպես նաև լրատվամիջոցների և, մասնավորապես, հեռուստառադիո-հեռարձակման ցանցերի պատմության հետ: Բոլոր պարագաներում ԱՄՆ-ը հանդես է գալիս որպես լիիրավ առաջամարտիկ ինչպես քաղաքական հաղորդակցության այս ձևաչափի ստեղծման և զարգացման, այնպես էլ հեռուստաբանավեճի ինստիտուցիոնալիզացիայի տեսանկյուններից:

ԳԼՈՒԽ ԵՐԿՐՈՐԴ

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ՀԵՌՈՒՍՏԱԲԱՆԱՎԵՃԻ ՀԱՐԱՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Երկրորդ գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլխից: **Առաջին ենթագլխում՝ «Նախնական դիտարկումներ և սահմանումներ»,** իրականացվել է հետազոտության թեմայի հենքային հասկացությունների, սահմանումների համեմատական քննական վերլուծություն և դրանից բխող դիտարկումներ: **Երկրորդ ենթագլխում՝ «Նախընտրական հեռուստաբանավեճի հանգուցային նշանակությունը և նրա բովանդակային տարրերը. խնդիրներ, խնդիրների տնօրինում, խնդիրների հետ**

կապված դիրքորոշում, հանրային օրակարգ», իրականացվել է հեռուստատեսություն թեկնածուների, կուսակցությունների, ընտրությունների մասնակցող հասարակական քաղաքական շահառու խմբերի կողմից բանավիճային խնդիրների առաջադրման և քննարկման գործընթացը: **Երրորդ ենթագլխում «Նախընտրական հեռուստաբանավեճի ներգիտակարգային ըմբռումը»** վերնագրով, քննարկել ենք երևույթի բազմաբովանդակության շուրջ առկա խնդիրները, շրջանակի սահմանազատման անհրաժեշտությունը և գործիքակազմի հստակեցումը, հեռուստաբանավեճի համալիրը. հեռուստաբանավեճը որպես կոնստրուկտ, հեռուստաբանավեճը՝ որպես լրատվության եվ քաղաքական գիտելիքի աղբյուր: Այս հատվածում եկել ենք այն եզրահանգման, որ հեռուստատեսության սփռվող նախընտրական բանավեճի տեսանկյունից կողմի՝ քաղաքական նշանակության ներքին կառուցվածքում կան բազմաթիվ բովանդակային և կառուցվածքային տարրեր: Մեղիա գիտությունների տեսանկյունից, անհրաժեշտություն է առաջանում, մի կողմից, տարանջատել բովանդակային այն տարրերը, որոնց հիման վրա նախընտրական հեռուստաբանավեճը հետաքրքիր է որպես քաղաքական մեղիաբովանդակության գեներացման միջոց, մյուս կողմից՝ բացահայտել այն վեկտորները կամ ուղղվածությունները, որոնց շնորհիվ նախընտրական հեռուստաբանավեճը հետաքրքիր է որպես քաղաքական մեղիաբովանդակության փոխանցման միջոց: Գիտական նորության առումով առանձնանում է ատենախոսության երրորդ գլուխը:

ԳԼՈՒԽ ԵՐԴՈՐ

ՆԱԽԸՆԴՄԱՆ ԶԵՌՈՒՍՏԱԲԱՆԱՎԵՃԸ ՀՀ ՇԵՌՈՒՍՏԱԵԹԵՐՈՒՄ

Երրորդ գլխում անդրադարձ է կատարվել ՀՀ Երրորդ հանրապետության պատմության ընթացքում կազմակերպված բոլոր նախընտրական հեռուստաբանավեճերին: **Առաջին ենթագլխում՝** վերնագրված **«2003 թ. առաջին հեռուստաբանավեճը. Ռոբերտ Քոչարյան-Ստեփան Դեմիրճյան»**, ներկայացվել է Հայաստանի Հանրապետության հեռուստատեսություն առաջին նախընտրական հեռուստաբանավեճը, որը կազմակերպվել էր 2003 թ. նախագահական ընտրությունների երկրորդ փուլից առաջ: Ներքաղաքական մթնոլորտը, որն իր վրա էր կրում 1998 թ. նախագահական ընտրությունների և 1999 թ. հոկտեմբերի 27-ի ազդեցությունն ու արձագանքները, առանձնահատուկ էր: 2003 թ. մարտի առաջին հեռուստաբանավեճը դժվար է դասական իմաստով հեռուստաբանավեճ համարել, այն յուրահատուկ էր և ներառում էր ոչ միայն երկու մրցակից թեկնածուների քաղաքական բանավեճի տարրեր, այլ նաև բազմակողմ հարցազրույց էր: **Երկրորդ ենթագլխում՝ «2018 թ. դեկտեմբերյան Մեծ հեռուստաբանավեճը»**, նվիրված է 2018 թ. իշխանափոխությունից և քաղաքական համակարգի հեղափոխական վերափոխումներից հետո կազմակերպված հեռուստաբանավեճին, որն արդեն ստացել է «Մեծ հեռուստաբանավեճ» անվանումը: Մեր հետազոտությունում առկա է հարցադրումների և ընտրողներին հղված ուղերձների քաղաքական բովանդակության և նպատակների լուսաբանումը: **Երրորդ ենթագլխում՝ «Նախընտրական հեռուստաբանավեճերը 2021 թ. արտահերթ ընտրություններում»**, վերլուծել ենք Արցախ-

յան երկրորդ պատերազմից հետո գերլարված քաղաքական թեժ մթնոլորտում կազմակերպված հեռուստաբանավեճը: Այս անգամ ևս, ինչպես 2018 թ. դեկտեմբերյան ընտրությունների ժամանակ, նախընտրական փուլում կիրառվեց հեռուստաբանավեճի ձևաչափը: Ի տարբերություն նախորդ ընտրությունների՝ հայ հասարակությունը հեռուստաեթերում ականատես եղավ հեռուստաբանավեճերի շարքի, մասնակից քաղաքական ուժերի միջև Հանրային հեռուստաընկերությամբ կազմակերպվեց չորս մեծ հեռուստաբանավեճ: Առաջին և երկրորդ հեռուստաբանավեճերին երկու փուլով հրավիրվել էին ընտրություններին մասնակից քաղաքական ուժերի ներկայացուցիչները, իսկ երրորդին և չորրորդին՝ նրանց առաջնորդները: **Չորրորդ ենթագլխում՝ «Նախընտրական հեռուստաբանավեճերը տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրություններում (Երևան, Գյումրի, Վանաձոր, Արտաշատ)»,** ուսումնասիրության առարկա են դարձել 2023 թ. տեղական ինքնակառավարման մարմինների ընտրություններից առաջ Հանրայինով կազմակերպված բանավեճերը: **Հինգերորդ ենթագլխում՝ «Հայաստանյան հեռուստաեթերում 2003-2023 թթ. նախընտրական հեռուստաբանավեճերի առանձնահատկությունները. քննական դիտարկումներ»,** համապարփակ ուսումնասիրություն է իրականացվել հայաստանյան բոլոր հեռուստաբանավեճերի համեմատական վերլուծությամբ: Քննական դիտարկումները ձևակերպվել ենք արտասահմանյան փորձի և հեռուստաբանավեճի ձևաչափին նվիրված գիտական տեսակետների համադրությամբ: Իհարկե, նկատի ունենալով հեռուստաընկերություններում այս ոլորտում եղած սակավ փորձը, մեր քննական դիտարկումները նպատակառոտված են ժողովրդավարության արդիականացման ճանապարհին այս կարևոր մեղիա գործիքի կատարելագործմանը, քաղաքական բանավեճերի արդյունավետությանը նպաստող և երաշխավորող կանոնների ու գործոնների հստակեցմանը:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Եզրակացություններում ամփոփված են հետազոտության հիմնական արդյունքները, որոնցից հարկ է առանձնացնել հետևյալը.

- Ազատ ընտրությունների ինստիտուտը ժողովրդավարական հասարակության գործունեության հիմնական պայմաններից մեկն է: Պատասխանատու քաղաքական ընտրությունների հիմքում ընկած է քաղաքացիների գիտակցված վերաբերմունքը նրանց նկատմամբ, ում նրանք լիազորում են իշխանությունը: Այս խնդրի լուծումն ապահովվում է առաջին հերթին **ընտրական հանրությանը քաղաքական իրականության ամբողջական և օբյեկտիվ պատկերացում կազմելու հնարավորություն ընձեռելու և քաղաքական գործիչների կարծիքների փոխանակման ու տեսակետների համադրման «բաց հարթակի» կազմակերպումը:** Քաղաքացիներին քաղաքական տեղեկատվություն տրամադրելու, էական խնդիրների վերաբերյալ հրապարակայնորեն տեսակետներ արտահայտելու, կառավարության և հասարակության միջև տեղեկատվության փոխանակման հարցում առանց-

քային դերը պատկանում է լրատվամիջոցներին և, հատկապես, հեռուստատեսությանը:

- Նախընտրական ժամանակահատվածում լսարանի հետ փոխգործակցությունը տեղեկատվության փոխանակման գործընթացում կառուցված է երկու հիմնական մոդելի վրա՝ **հաղորդակցական և ռազմավարական: Առաջինը**, երբ երկխոսական կապ է իրականացվում տեղեկատվության փոխանակման մասնակիցների և լրատվամիջոցների միջև, նախաձեռնվում է խնդիրների քննարկում, հանրային լայն փորձաքննություն, որը թույլ է տալիս քաղաքացիներին ազատորեն կողմնորոշվել քաղաքական տարածության մեջ: Եվ **երկրորդը**, երբ լրատվամիջոցները շահարկում են լսարանը, ձգտում են ազդել քաղաքական ընտրության վրա, որոշակի քաղաքական գործիչների շահերից ելնելով՝ տեղեկատվությունը տրամադրում են չափաբաժիններով:
- Լրատվամիջոցների՝ նախընտրական քարոզարշավները լուսաբանելու գործունեությունը և լսարանի հետ հաղորդակցման մոդելի ընտրությունը մեծապես կախված են նաև ԶԼՄ-ների նկատմամբ վերահսկողության իրականացման եղանակներից: Հեռուստատեսությունը, շնորհիվ լսարանի հսկայական հասանելիության, բնակչության վրա ազդելու հզոր գործիք է, ուստի պատահական չէ, որ ԶԼՄ-ների նկատմամբ վերահսկողության հարցը, հատկապես՝ որոշակի քաղաքական ուժերին աջակցելու առումով, այսօր առաջին հերթին հեռուստատեսության նկատմամբ վերահսկողության խնդիր է:
- Լրատվամիջոցները քաղաքական ընտրության կողմնորոշիչներից մեկն են: Լրատվամիջոցներից հատկապես հեռուստատեսությունը տարբեր պայմաններում կարողանում է՝ **ա)** ակտիվացնել ընտրողներին, այսինքն՝ «մղել» նրանց գործողությունների իրենց ընտրած ուղղությամբ և ներգրավել պասիվ քաղաքացիներին՝ մասնակցելու քվեարկությանը, **բ)** պահպանել աջակիցներին՝ թարմացնելով և ամրապնդելով արդեն ձևավորված համոզմունքները, **գ)** փոխել քաղաքական նախապատվությունները:
- **Շատ առումներով այս գործառույթները կարող են իրականացվել հեռուստատեսային հաղորդակցության այնպիսի ձևով, ինչպիսին են հեռուստաբանավեճերը, քանի որ դրանք ավելի արդյունավետ են տեղեկացնում լսարանին և թեկնածուներին, հնարավորություն են տալիս ուղղակիորեն դիմել ընտրողներին:** Այս գործառույթի կատարումը թույլ է տալիս քաղաքացիներին մասնակցել նախընտրական քարոզարշավին և քվեարկությանը, և միևնույն ժամանակ, քաջատեղյակ քաղաքացիների ձայները կարող են ազդել ընտրությունների բարենպաստ արդյունքների վրա: Բացի այդ՝ հեռուստատեսային բանավեճերից է, որ հեռուստադիտողը կարող է ստանալ ամենաօբյեկտիվ տեղեկատվություն: Սակայն չպետք է մոռանալ, որ հեռուստաբանավեճերը բխում են ոչ միայն նախընտրական մրցավազքի մասնակիցների շահերից: Ընտրողներն իրենց հերթին ևս արժանի են ստանալու արդար և հավասարակշռված

տեղեկատվություն, որի հիման վրա կկարողանան տեղեկացված ընտրություն կատարել: Ուստի քաղաքական բանավեճի ազատությունը ճանաչվել է որպես ժողովրդավարական հասարակությունների հիմնական հիմքն ամբողջ աշխարհում:

- ***Հեռուստատեսային բանավեճերի ազդեցությունը հատկապես նշանակալի է ընտրական լարված մրցակազմի ժամանակ, երբ չկողմնորոշված ընտրողների թվի երկու կամ երեք տոկոսային կեստով փոփոխությունը կարող է նշանակել հաղթանակի և պարտության տարբերություն:*** Թեև հեռուստաբանավեճերի ազդեցության շուրջ դեռ հակասություններ կան, և հիմնական հետազոտությունները դեռ պետք է ավարտվեն, սակայն առկա որոշ իրողություններ արդեն ապացուցում են, որ հեռուստատեսային բանավեճերը քարոզարշավի ամենաարդյունավետ գործիքներից մեկն են:

- ***Հեռուստատեսային բանավեճերը ունեն հետևյալ գործառույթները՝***

1. անկանխատեսելիության, մրցակցային և առճակատային բնույթի շնորհիվ խթանում են հետաքրքրությունը քաղաքականության նկատմամբ և գրավում հսկայական լսարաններ,
2. նպաստում են քաղաքական ինստիտուտների լեգիտիմացմանը, քաղաքացիների քաղաքական գիտելիքների մակարդակի բարձրացմանը և քաղաքական մշակույթի զարգացմանը,
3. դրանց ընթացքում հնարավոր է տարբեր թեկնածուների կամ քաղաքական կուսակցությունների ներկայացուցիչների հավաքել մեկ հեռուստածրագրում՝ կարծիքներ փոխանակելու համար,
4. հնարավորություն են տալիս համեմատել նախընտրական պայքարի մասնակիցների տեսակետները և մրցակիցների անմիջական առճակատման ժամանակ ավելի հստակ պատկերացում կազմել դրանց մասին,
5. հնարավորություն են տալիս միաժամանակ համեմատել թեկնածուների դիրքորոշումները, արժանիքները, արժեքային համակարգը, հնարավորությունները և գնահատել նախընտրական ծրագրերի նմանություններն ու տարբերությունները,
6. ի տարբերություն լրատվամիջոցների միջոցով քաղաքական հաղորդակցության այլ ձևերի՝ քաղաքացիներին թույլ են տալիս ստանալ ուղղակի և չմիջնորդավորված տեղեկատվություն՝ առանց լրագրողների միջամտության,
7. հեռարձակման այս ձևը կարող է բարձրացնել ընտրողների տեղեկացվածությունը և օգնել նրանց կողմնորոշվելու հանրային կարևորագույն խնդիրների և կուսակցական քաղաքականության մեջ,
8. կարող են գրավել ընտրողների ուշադրությունը և էապես ազդել քվեարկության արդյունքի վրա այն դեպքում, երբ կուսակցությունների նպատակները պարզ չեն, երբ առաջ են քաշվում նոր թեմաներ,
9. օգնում են կամավորներ հավաքագրել նախընտրական քարոզարշավի համար,

10. Բանավեճերին մասնակցելը թեկնածուներին թույլ է տալիս ավելի լայն ճանաչում և հրապարակայնություն ձեռք բերել կամ շտկել իրենց հանրային իմիջի բացասական կողմերը:

Ատենախոսության թեմայով հրապարակումներ

Ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլված են հետևյալ հրապարակումներում՝

1. **Քաղաքական PR տեխնոլոգիաների կիրառումը Հայաստանյան հեռուստաընկերություններում**, «Հայագիտական հանդես», N 2-3/26-27, 2014 թ., էջ 349-358:
2. **Հանրային կապերի դերը քաղաքական գործընթացում**, Խ. Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարան, «Գիտական տեղեկագիր», N2-3/21-22/, 2014թ, էջ 69-75:
3. **Հեռուստաբանավեճի դերը քաղաքական գործիչների քարոզարշավի համատեքստում**, ՀՀ ԳԱԱ Արվեստի ինստիտուտ, «Կանթեղ», N4/73/, 2017 թ. էջ 113-121:
4. **Քաղաքական բանավեճի առանձնահատկությունները հետհեղափոխական Հայաստանի առաջին ընտրությունների շրջանում**, «Կրթությունը և գիտությունը» Արցախում, թիվ N 1-2, 2018, էջ 125-133:
5. **Նախընտրական հեռուստաբանավեճը որպես քաղաքական լրատվության աղբյուր**, «Բանբեր Երևանի համալսարանի», N 1(31) 2020թ, էջ 92-101:
6. **Роль США в процессе становления предвыборных телевизионных дебатов**, «Вопросы ПОЛИТОЛОГИИ» Выпуск 7(71), Москва, 2021, 2124-2130:

МАРИАННА ТИГРАНОВНА АКОПЯН

**ПРЕДВЫБОРНЫЕ ТЕЛЕДЕБАТЫ В АРМЯНСКОМ
ТЕЛЕЭФИРЕ (2003-2021)**

РЕЗЮМЕ

**Диссертация на соискание ученой степени кандидата
филологического наук
по специальности 01.06 - «Журналистика»**

**Защита состоится 24.06.2025 г. в 12:00 на заседании специализированного Совета
ВАК 012, действующего при ЕГУ, по адресу: Ереван, улица Хачатура Абовяна
52/а, корпус филологического факультета, аудитория 202.**

Предвыборные теледебаты - это неизбежный этап политической борьбы во многих демократических странах. В определённой степени они отражают уровень политической, гражданской, демократической и информационной зрелости современных обществ и являются предметом изучения ряда научных дисциплин. Родиной предвыборных теледебатов считаются Соединённые Штаты Америки, где и зародилась традиция предвыборных дебатов. Однако первые дебаты в более широком смысле проходили ещё в Древней Греции, где в V–IV веках до н. э. философы, которых называли софистами, были убеждены, что именно дебаты помогают раскрыть истину. Обсуждения, возникавшие как по поводу восприятия истины, так и по другим вопросам, перерастали в дебаты. В результате общественных обсуждений, благодаря критике и комментариям, появлялись новые идеи и совершенствовались взгляды. Владение искусством ведения дебатов стало приоритетом особенно для политиков, поскольку дебаты чаще всего применяются в период выборов, рассматриваясь как политическая технология. В современном мире средства массовой информации являются не только инструментом коммуникации, но и рычагом политического влияния. В этом контексте формат предвыборных теледебатов играет важную роль в формировании и направлении общественного мнения. Как показывают процессы в информационной сфере, предвыборные теледебаты благодаря своей конфронтационной природе содержат зрелищные и соревновательные элементы. Люди почти с тем же интересом следят за ними, как за спортивными событиями. Первоначальной и основной мотивацией существования предвыборных теледебатов является возможность одновременного представления кандидата как можно более широкой аудитории избирателей. Предвыборные теледебаты позволяют гражданам быть более информированными, сравнивать позиции кандидатов, их возможности, различия и сходства в позициях, и, исходя из этого, делать осознанный выбор. Предвыборные теледебаты также способствуют укреплению демократических институтов, повышая уровень подотчётности и прозрачности в условиях политической конкуренции. Кроме того, телевизионные дебаты способствуют формированию культуры цивилизованной политической дискуссии, акцентируя внимание на важности аргументации. Всё это свидетельствует о том, что предвыборные теледебаты актуальны в контексте стимулирования политического участия, повышения информированности избирателя

и обеспечения прозрачности демократических инструментов. В Армении предвыборные теледебаты проводятся редко, и эта политическая культура с трудом приживается. Причины различны — от недоверия к телекомпаниям до психологических факторов. Кандидаты избегают дебатов, прежде всего, из-за формата прямого эфира, осознавая, что любое высказывание может иметь необратимые последствия и повлиять на исход выборов. Изменения, произошедшие в постсоветской Армении, трансформация политической структуры общества и становление демократических процессов вынудили переосмыслить влияние СМИ, особенно телевидения, на общественное сознание, а также переоценить его роль в условиях выборов и политической конкуренции. Выборы 2018 года в Армении стали началом новой политической культуры. Организованные Общественным телевидением теледебаты вызвали большой интерес и способствовали реализации законодательных шагов.

Актуальность. С учетом интеграции цифровых технологий, включая искусственный интеллект, в общественно-политические процессы возникает необходимость переосмысления эффективности предвыборных теледебатов — в частности, выяснения, формирует ли этот формат с помощью своего инструментария общественное мнение и повестку дня. Армения, встав на путь демократии, обязана учитывать медиаформаты, эффективно применяемые в геополитических процессах, которые могут способствовать развитию общественно-политических институтов. Глубокое изучение истории предвыборных теледебатов, выявление их особенностей, а также применение новых методов наряду с классическими сегодня как никогда актуальны. Современные тенденции развития демократических институтов свидетельствуют о том, что теледебаты, как доступный и эффективный инструмент политической коммуникации, могут сыграть значительную роль. История предвыборных кампаний начала XXI века в странах с переходной демократией, в частности в Республике Армения, показывает, что теледебаты с трудом приживаются. Тем не менее, учитывая специфику данного формата, они могут стать одним из самых объективных источников получения информации.

Задачи исследования

- Выявить особенности телевизионной коммуникации в контексте выборов.
- Рассмотреть традиции теледебатов в современных демократических обществах.
- Изучить характер формирования и развития практики телевизионных дебатов в предвыборных кампаниях зарубежных стран и Армении.
- Определить значение телевизионных дебатов как формы освещения выборов, политических лидеров, их партий и программ.
- Проанализировать ключевые социально-психологические аспекты теледебатов.
- Выявить функции модераторов.
- Проанализировать существующие методы, формы участия и форматы проведения дебатов.
- Представить ход и содержание теледебатов 2003, 2018, 2021 и 2023 гг. в эфире армянского телевидения.
- Провести критический анализ особенностей предвыборных теледебатов в эфире армянского телевидения.
- На основе результатов исследования сформулировать предложения по совершенствованию теледебатов.

Вывод. В заключении подведены основные результаты исследования, среди которых следует выделить следующее: Институт свободных выборов является одним из основных условий функционирования демократического общества. В основе

ответственных политических выборов лежит осознанное отношение граждан к тем, кому они доверяют власть. Решение этой проблемы обеспечивается прежде всего предоставлением избирателям возможности составить полное и объективное представление о политической реальности, а также организацией «открытой платформы» для обмена мнениями и сопоставления точек зрения политических деятелей. Средства массовой информации — и в частности телевидение — играют ключевую роль в предоставлении политической информации гражданам, в публичном выражении мнений по важнейшим вопросам и в обмене информацией между правительством и обществом. СМИ являются одним из основных ориентиров для политического выбора. Среди медиа-платформ телевидение, при различных условиях, может: а) активировать избирателей — то есть побуждать их действовать в выбранном направлении и вовлекать пассивных граждан в процесс голосования, б) сохранять сторонников, обновляя и укрепляя уже сформированные убеждения, в) изменять политические предпочтения. В значительной степени эти функции могут быть реализованы через формы телевизионной коммуникации, такие как дебаты, которые более эффективно информируют как аудиторию, так и кандидатов, и позволяют обращаться напрямую к избирателям.

MARIANNA T. HAKOBYAN

**PRE-ELECTION TV DEBATES IN ARMENIAN
TV (2003-2021)**

SUMMARY

**Dissertation for the academic degree of Candidate of Philological Sciences in
specialty 01.06 – «Journalism»**

**The defense will take place on June 24, 2025, at 12:00 PM during the session of
the Specialized Academic Council SCC 012, operating at Yerevan State University, at the
following address: 52/a Khachatur Abovyan Street, Yerevan, Faculty of Philology
building, Room 202.**

The pre-election televised debate is an inevitable stage of political competition in many democracies. To a certain extent, it reflects the level of political, civic, democratic, and informational maturity of modern societies and is the subject of study in various academic disciplines. The homeland of the pre-election debate is considered to be the United States of America, where the tradition of such debates first emerged. However, the earliest forms of debate date back to Ancient Greece, where, in the 5th–4th centuries BCE, philosophers known as sophists believed that debate was a means of discovering the truth. Discussions that arose around perceptions of truth and other issues often evolved into debates. Through public discussions, critiques, and commentaries, ideas and viewpoints were refined and developed. Mastering the art of debate became a priority, especially for politicians, since debates are most commonly used during election campaigns and are regarded as a political technology. In the modern world, the media is not only a means of communication but also a tool of political influence. In this context, the format of pre-election televised debates plays an important role in shaping and directing public opinion. As the dynamics of the information field show, pre-election debates, due to their confrontational nature, contain entertaining and competitive elements. People follow them with nearly the same interest as they do sports events. The initial and primary motivation behind the existence of pre-election televised debates is the opportunity to present a candidate to the widest possible audience of voters at once. Such debates give citizens the chance to become more informed, to compare candidates' views, capabilities, and positions — their similarities and differences — and to make a more conscious and informed choice. Pre-election debates also contribute to the strengthening of democratic institutions by increasing accountability and transparency within the political competition process. In addition, televised debates promote the development of a culture of civilized political discourse by emphasizing the importance of arguments. All of this indicates that pre-election televised debates are relevant in the context of encouraging political participation, increasing voter awareness, and ensuring the transparency of democratic tools. In Armenia, pre-election televised debates are rare, and this political culture is slow to take root. The reasons vary — from public distrust toward television broadcasters to psychological factors. Candidates often avoid debates primarily due to the live broadcast format, understanding that any statement can have irreversible consequences and potentially determine the

outcome of the election. In post-Soviet Armenia, societal changes, transformations in the political structure, and the establishment of democratic processes have led to a reassessment of the role of the media — especially television — in shaping public consciousness. This has also prompted a re-evaluation of its role in the context of elections and political competition. The 2018 elections in Armenia marked the beginning of a new political culture. The televised debate organized by the Public Television of Armenia generated significant public interest and contributed to the implementation of legislative measures.

Relevance. Considering the integration of digital technologies, including artificial intelligence, into socio-political processes, it becomes necessary to reassess the effectiveness of pre-election televised debates — specifically, to determine whether this format, through its tools and mechanisms, shapes public opinion and sets the agenda. As a country on the path toward democracy, Armenia is obliged to take into account media formats that are effectively used in geopolitical processes and that can contribute to the development of socio-political institutions. A deep study of the history of pre-election televised debates, identification of their specific characteristics, and the application of new methods alongside traditional ones is more urgent today than ever. Current trends in the development of democratic institutions indicate that televised debates — as an accessible and effective tool of political communication — can be highly beneficial. In transitional democracies, particularly in the Republic of Armenia, the history of early 21st-century election campaigns shows that televised debates are slow to take root. Yet, they have the potential to become the most objective source of information, especially considering the unique features of this format.

Objectives:

- To identify the specific features of televised communication in the context of elections.
- To examine the traditions of televised debates in modern democratic societies.
- To study the nature of the formation and development of televised debate practices in the pre-election campaigns of both foreign countries and Armenia.
- To reveal the significance of televised debates as a means of covering elections, political leaders, their parties, and programs.
- To explore the key socio-psychological aspects of televised debates.
- To identify the functions of moderators.
- To analyze the existing methods, forms of participation, and formats of implementation.
- To present the course and content of televised debates in the Armenian TV broadcast during the 2003, 2018, 2021, and 2023 elections.
- To conduct a critical analysis of the specific characteristics of pre-election televised debates in Armenian television.
- To develop recommendations for improving televised debates based on the research findings.

Final Conclusions:

This study confirms that the institution of free and fair elections is a cornerstone of democratic society. The foundation of responsible political elections lies in citizens' conscious and informed attitude toward those they empower with governing authority. Ensuring such awareness depends, above all, on the electorate's access to comprehensive and objective political information and the establishment of an open and inclusive platform for the exchange and comparison of political opinions and positions. Mass media — with television playing a particularly influential role — serve as vital instruments in shaping public opinion, fostering political awareness, and facilitating communication between citizens and state institutions. As a strategic medium, television contributes to political engagement in three key ways: a) by mobilizing voters and encouraging political

participation, b) by consolidating existing support bases, and c) by influencing or shifting political preferences. Televised debates, as a form of political communication, are especially effective in fulfilling these functions. Their ability to provide direct access to both candidates and political content allows voters to make better-informed choices. In the context of modern democracies — and especially in transitional systems like Armenia's — televised debates not only support democratic processes but also contribute to the institutionalization of political culture and the transparency of electoral competition.

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'L. L. L.' or similar, with a stylized, cursive script.