

ԱՐՄԵՆ ՔԱՐԱՄՅԱՆ

**ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԱՌԱՋՆՈՐԴԻ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑԱԿԱՆ
ԿՈՄՊԵՏԵՆՏՈՒԹՅԱՆ ԱՆՁՆԱՅԻՆ ՔԱՂԱԴՐԻՉՆԵՐԸ**

Ժամանակակից քաղաքական տարածությունում հասարակայնության «պատկերի» ձևավորման գործում խոսքային գործոնի դերը բավականին աճել է: Վիրտուալ քաղաքական տարածությունը հաճախ իրականից ուժեղ է դրսևորվում և էական դեր է կատարում գործնական քաղաքականության իրականացման գործընթացում: Հռետորական վարպետությունը, խոսքային տեխնոլոգիաները, գտնվելով քաղաքական հաղորդակցումների համակարգի ակունքներում, XVIII դ. սկսած մոռացության էին մատնվել, և միայն 20-րդ դարի երկրորդ կեսից, երբ տեղեկատվությունը ընկալվում էր որպես ռեսուրս, արտադրաուժ և ոչ դատարկ բառեր, սկսվեց նրանց վերածնունդը և ակտիվ զարգացումը հասարակայնության հետ կապերի քաղաքական հաղորդակցության շրջանակներում:

Պատմական զարգացման տեսանկյունից շրջադարձային էր մեծ դեպրեսիայի տարիներին Ռուզվելտի շփումը ժողովրդի հետ ռադիոէլեկտրոնների միջոցով: Նա այնքան մեծ տպավորություն էր թողնում, որ նրա «Ջրույցները ճրագի մոտ» 1930-ական թթ. ռադիոյի «ոսկե դարում» աննախադեպ երևույթ էր՝ զարկ տալով կառավարական PR-ի ինտենսիվ զարգացմանը: Հասարակայնության կողմից իշխանության թափանցիկ լինելուն ներկայացվող պահանջը հանգեցնում է նրան, որ ժամանակակից քաղաքական գործիչները, շարունակելով հանրության հետ շփման փոխազդման նոր միջոցներ որոնել, որոնք թույլ կտային նրանց անմիջական շփման գնալ ժողովրդի հետ, դիմում են նաև ավանդականներին: Կարևոր է, որ նշված հաղորդակցման իրավիճակում կորչում է «գտիչ»՝ ի դեմս լրագրողների, քաղաքագետների, հասարակայնության հետ կապերի մասնագետների, ովքեր միջնորդներ են ժողովրդի և քաղաքական գործիչների միջև (3, 5):

«Մասսայական հաղորդակցման» արևմտյան ժամանակակից տեսության հիմնադիրն է ամերիկյան հոգեբան և սոցիոլոգ Հարոլդ Դ. Լասուելը: Նրա գաղափարները զարկ տվեցին նոր սոցիալական առարկայի ստեղծմանը, որն ուսումնասիրում է մասսայական-տեղեկատվական հարաբերությունները հասարակության շրջանում: Այն ժամանակ, երբ Լասուելը սկսեց մշակել իր տեսությունը, ԱՄՆ-ում կուտակվել էր լայնածավալ փորձաքարական նյութ մասսայական քարոզչության հարցերի վերաբերյալ: Սակայն նրա ուսումնասիրությունները տարբերվում էին նախորդող աշխատանքներից առաջին հերթին

խնդրի ձևակերպմամբ: Իր հետազոտությունների արդյունքում հեղինակը եզրակացնում է, որ հասարակական գիտակցության ուսումնասիրումը պահանջում է նախ և առաջ մասսայական պատրանքների սոցիոլոգիական վերլուծություն, մարդկանց պատկերացումների և ակնկալիքների վերլուծություն, որոնց ձևավորման վրա ազդում է մասսայական հաղորդակցումը: Ռուսաստանում մեծան հետազոտություններով զբաղվում էին Բ. Ա. Գրուշինը, Վ. Ժ. Կելլեն, Մ. Յա. Կովալզոնը և մի շարք այլ հետազոտողներ (3): Զննարկենք այն սեմանտիկ-հոգեբանական ռազմավարությունները, որոնք տարբեր բառերի, արտահայտությունների, նախադասությունների տեքստերի, միջոցով ազդեցություն են ունենում լսարանի համոզմունքների, հայացքների, արժեքների և գաղափարների ձևավորման վրա: Ինաուգուրացիոն ելույթներում ներկայացված հիմնական ռազմավարություններն են միասնության ռազմավարությունը, նոր քաղաքական սկզբունքների հռչակման ռազմավարությունը, պատասխանատվության և «պայծառ» ապագայի ռազմավարությունը (9 էջ 247):

Սակայն պետք է փաստենք, որ հասարակայնության վերաբերմունքը ձևավորվում է ոչ միայն քաղաքական հաղորդակցության բովանդակային և իմաստային հենքի վրա, այլև էական դեր են կատարում կոմունիկատորի՝ քաղաքական գործչի, անձնային-հոգեբանական, հաղորդակցական բազմաբնույթ որակները, որոնք հիմնականում լսարանի կողմից ընկալվում են ենթագիտակցաբար և էական ազդեցություն ունենում ոչ միայն վերաբերմունքի ձևավորման, այլև վարքի ուղղորդման վրա:

Այս պայմաններում բնական է, որ քաղաքական գործիչների և քաղաքական կուսակցությունների իմիջների ձևավորումը ԶԼՄ-ների օգնությամբ կապված է որոշակի դժվարությունների հետ: Նմանաբնույթ խնդիր է դիտարկում Սալիվենը իր «Ղեկի PR-ի փիլիսոփայությունը. կերպարներ» հոդվածում, որտեղ հիմնական միտքն այն է, որ կերպարները PR-ի օբյեկտներ են, ինչպես մարդու օրգանիզմը՝ բժշկության օբյեկտ: Կերպարները ձևավորվում են անհատի գիտակցության մեջ անուղղակի ճանապարհով, ցանկացած բանավոր կամ տպագիր տեքստերի, իմաստավորված նշանների միջոցով: Այսպիսի նշաններն արդեն կերպարներ են: Հենց նրանց միջոցով, ըստ Սալիվենի, անձը ստանում է արտաքին աշխարհի մասին տեղեկությունների մեծ մասը (4):

Ոչ պակաս խնդիրներ են առաջանում կերպարի մեկ այլ հատկության հետ կապված, այն է՝ նրա հուզական երանգավորումը: Թե լսարանի ընկալման մեջ ինչպիսի հուզական նկարագիր կստանա կերպարը, կախված է մի շարք գործոններից: Ամերիկյան սոցիալական հոգեբանները գտնում են, որ հեռուստա- և ռադիո- հաղորդակցման արդյունավետությունը կախված է այնպիսի բնութագրերից, ինչպիսիքն են. խոսքի և ծայրի տեմբրը, սեռը, ծրագրի օպտիմալ տևողությունը:

Հայտնի է, որ խոսքի դանդաղեցված կամ արագացված տեմպը դժվարացնում է տեղեկատվության ընկալումը: Առավել ընդունելի տեմպը համարվում է րոպեում 100-140 բառը:

Ընկալման վրա որոշակի ազդեցություն ունի սեռը: Լսարանի մեծամասնությունը գերադասում է տղամարդու ձայնը: Ամերիկյան ռադիոյի և հեռուստատեսության ուսումնասիրողները գտնում են, որ դա բացատրում են նրանով, որ մարդու լսողությունն ավելի ընկալունակ է միջին հաճախակա-
նության ձայների հանդեպ: Դրա համար մարդիկ գերադասում են առաջին հերթին բարիտոնը՝ 62%, տենորը՝ 31%, բասը՝ 7%: Ըստ ունկնդիրների՝ տղա-
մարդու ձայնն ավելի համոզիչ և բնական է (2):

Ներգործման հաջողությունը կախված է նաև համոզողի կարողությունից, այն է փոխել համոզվողների, այսպես կոչված, «ճանաչագական աղյուսակները»: Դրա հետ կապված՝ ազդեցության սուբյեկտի գլխավոր խնդիրը կլինի «համոզվողներին ճիշտ հասկանալը և նրանց ազդեցության մեթոդների դասակարգումը», ինչպես նաև «ներարկման» մեխանիզմների որոնումը կոնկ-
րետ «ճանաչողական աղյուսակները» կառուցելու համար:

Ճանաչողական սխեմաները բաժանվում են երկու հիմնական տիպի՝ «ես-պատկեր» և «Ուրիշի-պատկեր»: Առաջին իրենից ներկայացնում է «ընկա-
լող անձի ճանաչողական ընդհանրացումներ և ունի վերբալ արտահայտու-
թյուն», երկրորդը վերաբերում է անհատի ընդհանրացված պատկերացմանը
այլ մարդկանց, ինստիտուտների, գաղափարների մասին և իրականացվում է
տեսողական կերպարներում: Հետևաբար, երկրորդ պատկերի շրջանակներում
«ավելի շուտ համոզում են ոչ թե բառերը, այլ արտաքին նշանները»: Քանի որ
բնակչության մեծամասնությունը չի կարող գիտակցել քաղաքական ներգոր-
ծումների ողջ բազմազանությունը և չունի էլ դրա պահանջը, յուրաքանչյուր
մարդու մոտ աստիճանաբար ձևավորվում է քաղաքական իրականության
պարզեցված կերպար: Այդ կերպարը կարող է համալրվել և փոփոխվել: Ժամա-
նակակից հասարակական զարգացման գերակշիռ միտումներից մեկն էլ ՋԼՄ-
ների ավելի և ավելի ակտիվ ներգործումն է քաղաքական գործընթացի, իշխա-
նության մեխանիզմի ձևավորման և գործելակերպի վրա: Այս միտումն առաջա-
ցել է տարբեր պատճառներից, որոնցից կարևորներն են սոցիալ-քաղաքական
և գիտատեխնիկական բնույթի գործոնները (8): Վերը շարադրված նյութը թույլ է
տալիս կատարելու հետևյալ եզրակացությունները՝

1. Քաղաքական հաղորդակցումների դերը ժամանակակից աշխարհում
աճում է, համապատասխանաբար մեծանում է հետաքրքրությունը ծեսային
քաղաքական տեքստերի, մասնավորապես առաջնորդների երդմնակալության
ելույթների հանդեպ:

2. Քաղաքական դիսկուրսի մշակման ժամանակ ռազմավարական մոտե-
ցումը նեթադրում է հաղորդակցման երկու հիմնական ռազմավարությունների
մշակումը՝ համատեքստային և սեմանտիկ-հոգեբանական:

3. Ինսուգուրացիոն ճառերի հաղորդակցման ռազմավարությունների ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս առաջ քաշել հետևյալ համատեքստային ռազմավարական ուղղությունները՝ պետականության, նվիրման, ընդհանուր նպատակների հռչակման, քաղաքական դիսկուրսի, ազատ ռեֆերենցիայի:

4. Դիտարկվող քաղաքական տեքստի ծեսային բնույթը նշված համատեքստային ռազմավարական ուղղությունների հստակ ամբողջություն է, ինչը կախված չէ ազգային և պետական առանձնահատկություններից:

5. Սեմանտիկ-հոգեբանական ռազմավարությունները նախ և առաջ ուղղված են որոշակի լսարանի. ահա թե ինչու բացի ընդհանուր բնույթի փոքր ռազմավարություններից, արտացոլում են օրվա թեմայի յուրահատկությունը:

6. Քաղաքական գործչի կերպարի ընկալման և քաղաքական հաղորդակցության գործընթացում էական դեր է խաղում ոչ միայն քաղաքական հաղորդման բովանդակությունը, այլև հաղորդման կոնկրետ ձևը, որն էլ պայմանավորվում է հաղորդողի հաղորդակցական առանձնահատկություններով (1):

Վերջին դրույթում նշված օրինաչափությունների ուսումնասիրման գործընթացում անխուսափելիորեն բախվում ենք երկու՝ հիմնական հասկացությունների: «Հաղորդակցման կոմպետենցիա» և «Հաղորդակցման կոմպետենտություն» տերմինները առավել հաճախ են օգտագործվում առանց նրանց միջև իմաստի տարբերակման: Մինչդեռ նրանք զգալիորեն տարբերվում են իրարից: «Հաղորդակցման կոմպետենցիա» տերմինն առաջացել է լեզվաբանական իրավասության մասին Ն. Խոմսկու գաղափարների զարգացման արդյունքում՝ պայմանավորված քերականական կանոնների սահմանափակ քանակով, որ ծնում են անսահմանափակ թվով ճիշտ կառուցված նախադասություններ: Գաղափարը զրավիչ եղավ այն գիտնականների համար, ովքեր ներգրավված էին լեզվական առանձնահատկությունների թեստավորման աշխատանքների ոլորտում, քանի որ լեզվաբանական կոմպետենցիան կարելի էր բավականին ճշգրիտ որոշել առկա մանկավարժական թեստերի օգնությամբ: Քանի որ լեզվաբանական կոմպետենցիան զգալիորեն սահմանափակում էր լեզվական թեստավորման օբյեկտը, գաղափարներ առաջացան այդ կառուցվածքի ընդլայնման վերաբերյալ (10):

Հաղորդակցման կոմպետենտությունը խոսքային շփման միջոցների ռազմավարությունների և յուրացված միջոցների հիման վրա հաջող հաղորդակցման գործունեության երևութական դաշտն է, որն ամրապնդվում է լեզվական հմտություններով և խոսքային կարողություններով: Հաղորդակցման կոմպետենտության կառուցվածքի ուսումնասիրման մոտեցումների բազմազանությամբ հանդերձ վերջինիս առավել հիմնական բաղադրիչներն են.

- լեզվաբանական (բառապաշար, քերականություն, հնչյունաբանություն, ուղղագրություն),
- դիսկուրսիվ (բանավոր և գրավոր տեքստերի կառուցումը),

- պրագմատիկ (հաղորդակցման նպատակին հաջողությամբ հասնելը),
- ռազմավարական (հաղորդակցման դժվարությունների հաղթահարումը),
- սոցնալկութային (սոցնալկութային նորմերի համապատասխանությունը):

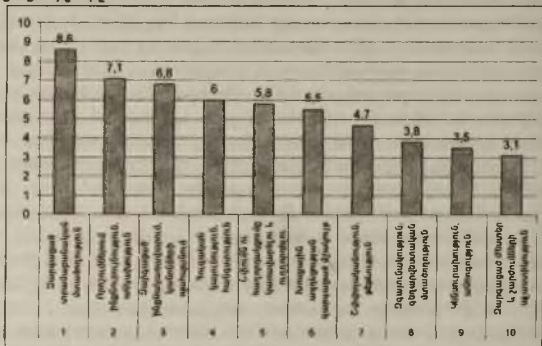
Ի տարբերություն հաղորդակցման կոմպետենցիայի՝ հաղորդակցման կոմպետենտությունը ժամանակակից գիտության մեջ դիտարկվում է որպես ինտեգրատիվ անձնային ներուժ, որն ապահովում է հաղորդակցման գործունեության հաջողությունը: Այս ռեսուրսը ներառում է ոչ միայն լեզվական թեստավորման օգնությամբ չափվող բաղադրիչներ, այլև այլ բաղկացուցիչներ: Այդ բաղկացուցիչները չեն մտնում լեզվական թեստավորման կառուցվածքի մեջ և չեն կարող չափվել լեզվական թեստերի օգնությամբ: Դրանք հայտնաբերվում են ավելի բարձր՝ անձնային մակարդակի վրա և ներառում են ինտելեկտը, ընդհանուր շրջահայացությունը, միջանձնային հարաբերությունների համակարգը, հատուկ մասնագիտական գիտելիքները, զարգացած լեզվական ունակությունները, հաղորդակցվելու կարողությունը: Այսպիսով, եթե հաղորդակցման կոմպետենցիան իրենից ներկայացնում է հաջող հաղորդակցման գործունեության ոլորտ, ապա հաղորդակցման կոմպետենտությունը ավելի խորքային տիրույթ է, որն անվանվում է անձնային ներուժ և դուրս է լեզվական թեստեր մշակողների իրավասության սահմաններից (6, 10): Վերը նշվածից ելնելով՝ մենք տարբեր գիտական աղբյուրներից դուրս բերեցինք, համակարգեցինք և տասը հիմնական դրույթներում շարադրեցինք քաղաքական գործի կոմունիկատիվ կոմպետենտության չափանիշները: Դրանք են.

- Ջարգացած տրամաբանական մտածողությունը,
- որոշումներում ինքնուրույնությունը, անկախությունը,
- զարգացած ինքնակառավարումը, կանոնների պահպանումը,
- հուզական կայունությունը, հանգստությունը,
- շփումն ու հաղորդակցումը կառավարելու և ուղղորդելու ընդունակությունը
- խոսքային ազդեցության զարգացած մշակույթը,
- շփվողականությունը, թեթևությունը,
- զգայունակությունը, գեղարվեստական մտածողությունը,
- կենսուրախությունը, անհոգությունը,
- զարգացած ժեստերը և շարժումների պլաստիկությունը:

Այս տասը դրույթներում ընդգրկված են տարբեր հեղինակների կողմից առանձնացվող այն կարևորագույն որակները, որոնք բնութագրում են հաղորդակցական բարձր կոմպետենտությամբ օժտված քաղաքական գործիչին (1, 6, 9, 10): Պարզելու համար, թե այս որակները ինչպիսի առաջնայնությամբ են գնահատվում հայ հասարակության կողմից, մենք նախաձեռնեցինք համապատասխան սոցիալ-հոգեբանական հարցում: Հարցմանը մասնակցել են 200 ՀՀ քաղաքացիներ տարբեր տարիքային խմբերից: Արդյունքների վերլուծությունը կներկայացնենք նաև ըստ համապատասխան տարիքային խմբերի՝ 18-25, 26-40, 41 և ավելի: Հարցաթերթում ներկայացված էին վերոհիշյալ տասը

հատկությունները, որոնք հետազոտվողները պետք է գնահատեն 1-ից 10-ը բալանոց համակարգում՝ յուրաքանչյուր հատկությանը տալով բալերից որևէ մեկը: Համառոտ քննարկենք հաղորդակցական կոմպետենտության համապատասխան որակների բաշխումը, որը ներկայացված է գծապատկեր 1-ում:

Գծապատկեր 1 - Կոմունիկատիվ կոմպետենտության չափանիշների կարգային տեղը և միջին ցուցանիշները



Ինչպես վկայում են արդյունքները, քաղաքական գործչի զարգացած տրամաբանական մտածողությունը հետազոտվողների 51,5%-ը գնահատում է 10 միավոր, և ընդամենը 0,5%-ը (մեկ մարդ) այն գնահատում 1 միավոր: Սրա արդյունքում զարգացած տրամաբանական մտածողությունը հաղորդակցական կոմպետենտության որակներից ամենակարևորն է՝ միջին 8,6 միավորով: Երկրորդ տեղում 7,1 միավորով որոշումներում ինքնուղղվածության, անկախության որակն է, որին հետազոտվողների միայն 11,0%-ն է տվել ամենաբարձր՝ 10 միավորը: Նվազագույն տարբերությամբ 6,8 միավորով այս որակին հաջորդում է զարգացած ինքնակառավարում, կանոնների պահպանում որակը: 4-րդ և 5-րդ տեղերն են համապատասխանաբար զբաղեցնում «Հուզական կայունություն, հանգստություն» և «Ընդունակ ու հաղորդակցումը կառավարելու և ուղղորդելու ընդունակություն» որակները: Ինչպես նկատելի է, առաջին տեղում է հաղորդակցման ինտելեկտուալ հատկանիշները, իսկ երկրորդ և երրորդ տեղերում կամային հատկանիշներն են: Չորրորդ տեղում հաղորդակցման հուզական կողմն է, իսկ հինգերորդում՝ կառավարչական կողմը:

Հետաքրքրական է այն փաստը, որ հայ հասարակությունում հաղորդակցման խոսքային (վերբալ) կողմը՝ ի դեմս «խոսքային ազդեցության զարգացած մշակույթ»-ի, 5,5 միավորով միայն վեցերորդ տեղում է: Ընդ որում՝ 200 հետազոտվողներից միայն 12-ն են այս որակին տվել առավելագույն 10

միավորը: Առավել հետաքրքրական է, որ փորձարական արդյունքների համաձայն՝ քաղաքական գործչի զարգացած ժեստերը և շարժումների պլաստիկությունը ամենավերջին տեղում են՝ 3,1 միավորով՝ չնայած որ 3 հետազոտվող այն գնահատել է 10 միավոր: Հետազոտության արդյունքների վերլուծության ժամանակ կատարել ենք նաև համեմատություն տարբեր տարիքային խմբերի միջև (համեմատվել են 18-25տ., 26-40տ., 41տ. և ավելի տարիքային խմբերը): Նշված հատկությունները երեք տարիքային խմբերում էլ զբաղեցնում են նույն կարգային տեղերը, ինչը վկայում է այն մասին, որ տվյալ հատկանիշները հավասար կարևորությամբ են զնահատվում անկախ տարիքից, և տարիքային գործոնը քաղաքական գործչի հաղորդակցական կոմպետենտության չափանիշների ընկալման հարցում դեր չի խաղում: Կիրառական առումով այս փաստի հայտնաբերումը հնարավորություն է ընձեռում քաղաքական գործչի հաղորդակցական ռազմավարությունը պլանավորելու գործում ազդեցությունը հավասարապես ուղղել բոլոր տարիքային խմբերին: Հետազոտության արդյունքում հանգեցինք հետևյալ եզրակացությունների՝

1. Քաղաքական գործչի կերպարի ընկալման և քաղաքական հաղորդակցության գործընթացում էական դեր է խաղում ոչ միայն քաղաքական հաղորդման բովանդակությունը, այլև գործչի հաղորդակցական կոմպետենտության անձնային որակները:

2. Հաղորդակցական կոմպետենտության անձնային որակները ընդգրկում են անձի ինտելեկտուալ, կամային, հուզական, խոսքային և ոչ խոսքային բաղադրիչները:

3. Քաղաքական գործչի հաղորդակցական կոմպետենտության անձնային որակներից հայ հասարակությունում առավել ընկալելի են և կարևորվում են զարգացած տրամաբանական մտածողությունը և որոշումներում ինքնուրույնությունը, անկախությունը, որոնցից առաջինը անձի ինտելեկտուալ, իսկ երկրորդը կամային ոլորտի հատկանիշ է:

ԳՐԱԿԱՆՈՅՑՈՒՆ

1. *Башук А. И.* Коммуникативные стратегии политического ритуала // Журнал ПОЛИТЭК, - 2006, N 2
2. *Воронцов Ю.* Телевидение в системе массовой коммуникации. - Проблемы социальной психологии и пропаганда. - М.: Мысль, 1971 - С.146-148.
3. *Грушин Б.* Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М.: Политиздат. 1987.
4. *Зяблюк Н.* Индустрия управляемой информации. - М.: Изд-во МГУ, 1971.
5. *Ирхин Ю.В., Зотов В.Д., Зотова Л.В.* Политология. - М.: Юристъ, 2001.
6. *Петровская Л.А.* Компетентность в общении. - М.: Изд-во МГУ, 1989.
7. *Пушкарёва Г.В.* Политические коммуникации // Политическое обеспечение бизнеса / Под ред. Ю.С. Коноплина. - М.: Издательство МАИ, 1995. - С. 45-54.
8. *Технология власти:* философско-политический анализ. - М.: ИФРАН, 1995.
9. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса. - М.: ИТДГК «Гнозис», 2004.
10. *Canale M. & Swain M.* Theoretical Framework for Communicative Competence. 1980.