

ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԵՌՈՒՍՏԱԲԱՆԱՎԵՃԻ ԴԵՐԸ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԳՈՐԾԻՉՆԵՐԻ ՔԱՐՈՉԱՐՇԱՎԻ ՀԱՄԱՏԵՔՍՏՈՒՄ

«Ժամանակակից դեմոկրատիայի պայմաններում ընտրությունները վերածվում են հեռուստամրցույթների»:

Մ. Դյուրոն

ՄԱՐԻԱՆՆԱ ՀԱԿՈԲՅԱՆ

Հոգվածում ներկայացվում են հեռուստաբանավեճի առանձնահատկությունները, գործող ավանդույթներն ու զարգացման միտումները, դրա որոշադրող դերը քաղաքական գործընթացներում, մուտքը հեռուստատեսություն ու առաջին հեռուստաբանավեճերի կիրառման յուրահատկությունները, մասնավորապես ՀՀ 2013թ. նախագահական ընտրությունների մրցապայքարում: Աշխատանքը որոշակիորեն արտացոլում է բավականաչափ բարդ ու համալիր մի բնագավառի «կանոններ», որոնք առնչվում են դիսկուրսային իրականության և սոցիալական փոխհարաբերությունների նուրբ հաշվեկշիռին:

Բանալի բառեր - բանավեճ, դիսկուրս, փաստեր ու հակափաստարկներ, ընտրություններ, քաղաքական գործիչներ, թեկնածուներ, ընտրողներ, հեռուստաբանավեճ, քաղաքական տեխնոլոգիաներ, նախընտրական ծրագիր, ընտրական գործընթացներ:

1. Բանավեճ և դիսկուրս

«Բանավեճի մշակույթը սկիզբ է առել Հին Հունաստանից, որտեղ այն համարվում էր դեմոկրատիայի կարևոր բաղկացուցիչ: Աթենքում քաղաքացիները վիճում էին առաջարկվող օրենքների առավելությունների ու թերությունների շուրջ: Միջնադարյան Եվրոպայում բանավեճի և ճարտասանության վարպետության դասընթացներ էին անցկացվում: Բանավեճի մշակույթի նկատմամբ ուշադրությունն ու հետաքրքրությունը կտրուկ աճեցին առաջին հեռուստաբանավեճից հետո՝ 1960թ.՝ Միացյալ Նահանգների նախագահական ընտրությունների ժամանակ, Ջոն Բենեդիկտի և Ռիչարդ Նիքսոնի մասնակցու-

թյամբ: Ժամանակակից հասարակության մեջ բանավեճերը ձևաչափեր են դարձել խորհրդարաններում, հեռուստաթերթներում, համալսարաններում և դպրոցներում, ինչպես նաև առօրյայում: Բանավեճ ասելով հասկանում ենք քննարկում, կարծիքների ու հայացքների բախում: Նման քննարկումները, որպես կանոն, ունենում են ոչ ֆորմալ բնույթ և անցկացվում են առանց կանոնների: Մինչդեռ բանավեճն ունի հստակ կանոնակարգ: Մ. Կլարինը բանավեճին տալիս է հետևյալ սահմանումը: Բանավեճը դիսկուրսի տեսակ է՝ գաղափարների, մտքերի, կարծիքների նպատակաուղղված ու կանոնակարգված փոխանակում: Բանավեճը ձևավորված քննարկում է՝ կարծիք ունեցող, հակադիր, մրցակից մասնակիցների միջև: Վերջինը դիտարկում է բանավեճը որպես քննարկման մի տարատեսակ, այսպես ասած շրջված, թարս դիսկուրս»¹:

«Դիսկուրս» բառեզրի համար հայերենում օգտագործում են մի քանի բառեր՝ խոսույթ, քննախոսություն, տրամասություն և այլն: Կազմված լինելով ասել, խոսել բառերից, ըստ ամենայնի, դիսկուրսի հայերեն համարժեքները շատ ավելի մոտ են բառի սկզբնական նշանակությանը, քան մեզ հետաքրքրող տեսական հասկացությանը: Մեզ հետաքրքրող իմաստով այն ձևավորվել է ֆրանսիացի փիլիսոփա, պատմաբան Միշել Ֆուկոյի աշխատանքում, թեև հետագայում նոր կիրառություններ և իմաստներ է ստացել հետազոտական տարբեր ուղղություններում: Լեզուն, այսպես ձևակերպված լեզվական համակարգը բավական վերացական է՝ պատասխանելու համար մի շարք հարցերի, որոնք կարևոր են: Մասնավորապես՝ ինչու որոշ իմաստներ ամրապնդվում, շարունակ վերարտադրվում և տարածվում են, իսկ ուրիշ իմաստներ, ընդհակառակը, դուրս են մղվում և անտեսվում: Հենց այս առումով է, որ դիսկուրսը նշանակում է շատ ավելին, քան լեզուն:

Դիսկուրսի ծանոթ տարատեսակներ են քաղաքական դիսկուրսը, բժշկական դիսկուրսը. կարելի է բավական երկար թվարկել: Եթե մեզ ծանոթ է մարքսիստական պնդումը, թե կեցության նյութական պայմաններն են որոշում մարդու գիտակցությունը, դիսկուրսի տեսության մեջ մենք կարող ենք հանդիպել, օրինակ, այսպիսի մի պնդման՝ բավական տարբեր, որ ասում է. «Դիսկուրսը ձևավորում է սոցիալական աշխարհը իմաստների միջոցով»: Մեզ լավ ծանոթ օրինակ է վերջին տարիներին հանրային բանավեճերի մեջ տեղի ունեցող պայքարն ազգայնական դիսկուրսի և քաղաքացիական հասարակության դիսկուրսի միջև: Առաջինն ավելի մոտ է տիրապետող լինելուն, երկրորդը

¹ <http://ncc-debate.org/istoriya-debatov/>.

զգալիորեն ավելի լուսանցքային բնույթ ունի: Հենց որևէ տեքստի, գրավոր կամ բանավոր խոսքի մեջ օգտագործվող զանազան դիսկուրսների տարբեր զուգակցումների միջոցով էլ կարող է փոխվել դիսկուրսը, ինչպես նաև տարբեր դիսկուրսների փոխհարաբերությունը և ըստ այդմ՝ սոցիալական և մշակութային աշխարհը»²:

«Ժամանակակից լեզվագիտության կենտրոնում «խոսող մարդ»-ն է, խոսքի հոգեբանական դրսևորումները, ինչպիսիք են՝ նպատակ, մտադրություն, շարժառիթ: Ամերիկացի փիլիսոփա Ջոն Սյորլն ուսումնասիրել է «խոսքային ակտի» տարատեսակները և դրանց մեջ ընդգծել բանավեճի դերի կառուցողությունը իշխանության հաստատման համար»³:

2. Հեռուստաբանավեճ

Ընտրությունները՝ որպես ժողովրդավարության կայացման առաջնահերթ և հիմնական պայման, չեն կարող կյանքի կոչվել առանց ԶԼՄ-ների, մասնավորապես հեռուստատեսության, քանի որ ընտրողների կարծիքի ձևավորման, այդ կարծիքի վրա ազդելու, փոխելու ու փոխակերպելու թեքուս ամենահասանելի, հոգեբանական ներգործության տեսանկյունից ամենաարդյունավետ լրատվամիջոցը մնում է հեռուստատեսությունը: Իհարկե, մինչև հեռուստատեսային դարաշրջանն ընտրական գործընթացներում բանավեճեր տեղի ունեցել են:

«20-րդ դարի կեսերին Միացյալ Նահանգներում նախագահի թեկնածուները շեշտը դնում էին քաղաքացիների հետ հանդիպումների վրա: Թեկնածուներն, օրինակ, ֆինանսավորում էին երկաթգծի կազմակերպություններին, որոնք զեղչեր էին տրամադրում բոլոր ցանկացողներին՝ հասցնելու այն վայրը, որտեղ ապրում է քաղաքական գործիչը: Նման ակցիա իրականացրել է 1896թ. ընտրությունների հաղթող Ուիլյամ Մաքինուլին: Նա իր կալվածքում 600 ընտրարշավային հանդիպում անցկացրեց: Բայց 20-րդ դարի կեսերին ռադիոյի և հեռուստատեսության զագացմամբ պայմանավորված ժողովրդի հետ նման հաղորդակցման ձևն աստիճանաբար կորցրեց հետաքրքրությունը:

² <http://actv.am/2015/02/%D5%A4%D5%AB%D5%BD%D5%AF%D5%B8%D6%82%D6%80%D5%BD/>.

³ Подробный и глубокий анализ проблемы интенциональности в современной лингвистике дается в работе “Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса”. Санкт-Петербург, 2000, стр. 28–39.

Նախընտրական քարոզարշավի մասին տեղեկատվությունը սկսեց փոխանցվել ավելի օպերատիվ: Այս հարցում դարձյալ առաջինն էին Միացյալ Նահանգները: Առաջին բանավեճն ուղիղ եթերում անցկացվեց 1948թ.⁴ Օրեգոնում նախագահական նախնական ընտրությունների ժամանակ, Հանրապետական կուսակցության ներկայացուցիչների մասնակցությամբ: Գարոլդ Ստասենն ու Թոմաս Դյուին քննարկում էին ինչպես ու ինչու պետք է կոմունիստական կանոնները համարել անօրինական: Սրանով տրվեց հեռուստադեմոկրատիայի մեկնարկը: 1960թ. արդեն առանց հեռուստաբանավեճերի նախընտրական քարոզարշավներ չէին իրականացվում: Կոնգրեսը փոփոխություններ մտցրեց 315 հոդվածում, որով 1934թ. արգելվեց լրատվամիջոցներին հյուր իրավիրել մեկ թեկնածուի՝ առանց խոսքի իրավունք տալու ընդդիմադիր կողմին: Օրենքի փոփոխությունները հնարավորություն տվեցին հեռուստաեթերում հանդիպելու փոխնախագահ, հանրապետական Ռիչարդ Նիքսոնին և երիտասարդ սենատոր, դեմոկրատ Ջոն Քենեդիին: Ութ տարի փոխնախագահի պաշտոնը զբաղեցնող Նիքսոնը չէր կասկածում, որ հաղթելու է դեմոկրատ թեկնածուին: Միացյալ Նահանգներում դեռ երբեք չէր հաղթել կաթոլիկ թեկնածուն: Նիքսոնը հոյակապ հռետոր էր, նա 1952թ. 30-րդպետնոց ելույթ ունեցավ հեռուստատեսությամբ: Բանավեճի առաջին փուլում, իհարկե, Նիքսոնն անհաջողության մատնվեց: Նա լարվում էր տեսախցիկներից ու քրտնում, ինչն իր դեմ օգտագործեց նրա մրցակիցը: Հաջորդ փուլերում Նիքսոնը հետ բերեց կորցրած վարկանիշը, բայց չկարողացավ հաղթել Քենեդիին: Այս դեպքից հետո նախագահի թեկնածուները հրաժարվում էին հեռուստատեսությամբ բանավեճելուց: Բայց 1970-ականների կեսերին պարզ դարձավ, որ առանց բանավեճի նախընտրական քարոզարշավներն արդյունավետ չեն»⁴:

Պատմությունը ցույց է տվել, որ հեռուստատեսային բանավեճի ձևաչափին քաղաքական գործիչները հեշտությամբ չեն համաձայնվել: Քաղաքական բանավեճերը գտնվում են կոնֆլիկտային խոսույթի դաշտում, և բազմաթիվ քաղաքական գործիչներ խուսափում են հաղորդակցության այս ձևից: Մինչդեռ կոնֆլիկտները հակասության բաց ձևեր են: Չ. Քոլին այս առումով հետաքրքիր դիտարկում ունի. «Որքան շատ ես մտածում, այնքան լավ ես հասկանում, որ կոնֆլիկտն ու համագործակցությունն առանձին տարրեր չեն, այլ և՛ մեկը, և՛ մյուսը ներառող միևնույն գործընթացի փուլեր»: Թե ինչու են քաղաքական գործիչները խուսափում հատկապես ուղիղ եթերում բանավեճելուց,

⁴ <https://lenta.ru/articles/2013/08/14/debates/>.

խնդիրը, թերևս, հոգեբանական է: Բացակայում է քաղաքական ուժերի և ոչ թե անձերի հետ մրցակցելու մշակույթը:

3. Հայաստանյան առանձնահատկությունները

Հայաստանյան իրականության մեջ քաղաքական բանավեճերը դիտարկելու համար ուսումնասիրել ենք 2013թ. նախագահական ընտրությունները: Ի տարբերություն 2008թ.¹ 2013-ի ընտրությունները, դատելով դրանց ընթացքից, շատ ավելի զուսպ էին, գրեթե բացակայում էին միմյանց հասցեին կոշտ գնահատականները: Կազմակերպվածությամբ աչքի ընկան ՀՀԿ-ն ու Ժառանգությունը, ինչը նկատելի էր ոչ միայն վերլուծաբանների, այլև քաղաքացիների կողմից: Պետք է փաստել, որ ՀՀ նախագահի 2013-ի ընտրություններն աչքի ընկան մի շարք առանձնահատկություններով: Ընդհանուր պատկերը կարող ենք ստանալ թեկնածուների քարոզարշավի համեմատական վերլուծությամբ: Ընտրարշավի գլխավոր ֆավորիտ գործող նախագահն անցկացրեց դասական քարոզարշավ, որը, սակայն, աչքի չընկավ որոշակի յուրահատկություններով, թարմ գաղափարները քիչ էին, ընտրազանգվածին չմատուցվեցին անակնկալներ: Քարոզարշավից առաջ և հետո իրականացված սոցիոլոգիական հետազոտությունները գործող նախագահ Սերժ Սարգսյանին բարձր տոկոսներով հաղթանակ էին կանխատեսում, ինչն էլ կանխորոշեց նախագահի թեկնածուի նախընտրական շտաբի զուսպ մարտավարությունը: Նրա համար հիմնական մրցակիցներ համարվում էին Րաֆֆի Հովհաննիսյանը, Հրանտ Բազրատյանը և Պարույր Հայրիկյանը: Հայրիկյանը վարում էր պասիվ քարոզարշավ, ապա ենթարկվեց մահափորձի, այդ առիթով նրա վրա սևեռվեց հանրության ուշադրությունը, սակայն վարկանիշային պտուղներ նախագահի թեկնածուն դրանից առանձնապես չքաղեց: Հրանտ Բազրատյանն անցկացրեց ակտիվ քարոզարշավ, մարզային և մայրաքաղաքային հանդիպումներում նա իր քարոզարշավում շեշտը դնում էր տնտեսական բաղադրիչի վրա, բերում բազմաթիվ վիճակագրական տվյալներ, իշխանություններին և գործող կառավարությանը քննադատելով՝ փորձում համոզիչ դարձնել իր տնտեսական քաղաքականության նպաստավոր լինելը բնակչության կենսամակարդակի բարձրացման գործում: Ի տարբերություն նրա և մյուս բոլորի՝ Րաֆֆի Հովհաննիսյանը հատկապես շոյլ էր իր խոստումներում բացառապես երկու ցուցանիշի վերաբերյալ. առանց տնտեսական հիմնավորումների խոստանում էր 250 միլիարդ դրամով ավելացնել բյուջեն ստվերի հաշվին, ինչպես նաև կրկնա-

պատկել թոշակներն ու աշխատավարձերը: Միաժամանակ Ր. Հովհաննիսյանն իր հանդիպումների ընթացքում շատ ավելի շուայլ էր մարդկանց հետ անմիջական շփումների հարցում: Մարդկանց հերթով ձեռքով բարևելը նոր տեխնոլոգիա չէր, նա դա կիրառել էր նաև խորհրդարանական ընտրարշավի ընթացքում, սակայն այս անգամ նա գերազանցեց ինքն իրեն: Ընտրարշավի արդյունավետությունից դատելով, ինչը մատնանշել են գրեթե բոլոր վերլուծաբանները, նրա բարձր արդյունքի վրա ազդել է ոչ միայն այդ մարտավարությունը, այլև իշխանություններին դեմ ծայների առկայությունը: Վարդան Սեդրակյանը և Արման Մելիքյանը վարել են պասիվ քարոզարշավ, նրանցից առաջինն ընդհանրապես հանրությանն անձանոթ դեմք էր, և նրանք երկուսն էլ հավաքել են շատ քիչ թվով ձայներ: Այս ընտրությունների ամենանշանակալի տեխնոլոգիան թեկնածու Անդրիաս Ղուկասյանի ծայրահեղ միջոցի՝ հացադուլի, դիմելն էր: Նա ամբողջ քարոզարշավի ընթացքում չդադարեցրեց հացադուլը իշխանության թեկնածուի մասնակցությունը բացառելու պահանջով: Եվ չնայած նա, կարելի է ասել, ոչնչի չհասավ, այնուհանդերձ, մեր ընտրական պատմության մեջ առաջին անգամ կիրառեց նման բացառիկ քայլ, թեև անարդյունավետ: Հեռուստատեսությունը, հատկապես Առաջին լրատվականը, ընտրությունները լուսաբանել է անաչառ և մեծ տեղ է հատկացրել բոլոր թեկնածուներին: Առաջին անգամ պատմության մեջ լուսաբանման ժամանակի ընդհանուր ծավալով իշխող թեկնածուի վերաբերյալ նյութերի ժամանակային հանրագումարը զիջել է ընդդիմության մի քանի թեկնածուների համանման ցուցանիշին: Բացառվել է թեկնածուներից որևէ մեկի հասցեին քննադատական, հեզնական կամ սև PR-ի որևէ դրսևորում: «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերության առանձնահատկությունները դիտարկելիս նկատում ենք, որ ԵԱՀԿ դիտորդական խմբի զեկույցներում հեռուստաընկերությունը լուսաբանել է բոլոր թեկնածուներին հավասարաչափ: Նկատում ենք, որ միայն «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերությունն է փորձել հեռուստաբանավեճեր իրականացնել ինչպես համակիրների, այնպես էլ վստահված անձանց միջև և հիմնական շեշտը նախընտրական ծրագրի վրա է դրել: Մեր ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ եթե մյուս հեռուստաընկերություններում երկու-երեք րոպեանոց լուսաբանում էր, գեղեցիկ «շոկոլադե թղթով» փաթեթավորված, հեռուստաընկերությունն ավելի աչքի է ընկել իր քննադատական սուր տեսանկյունով: Բավականին հանգամանալից են ներկայացվել Պարույր Հայրիկյանի մահափորձը, Բաֆֆի Հովհաննիսյանի հանդիպումները՝ հեռուստադիտողին ընտրության լայն հնարավորություն տալով:

4. Եզրակացություններ

Մրցակցության սկզբունքները, «խաղի կանոնները» ու տրամաբանությունը գրեթե նույնն են հասարակության գործառնության բոլոր ոլորտներում: Անշուշտ, այդ մրցակցության յուրաքանչյուր կողմի համար կարող է գոյություն ունենալ մեկ գերնպատակ՝ ամեն գնով հաղթել, զբաղեցնել ազդեցիկ դիրքեր, սեփական ապրանքանիշը «բրենդ» դարձնել, ընտրվել և այլն: Սակայն սրանք նպատակներ են, որոնք իրականության մեջ պետք է ապացուցեն իրենց կենսունակությունը կամ մրցունակությունը: Հենց այս տիրույթում հայտնվում է «ինչպես հաղթել» գերխնդիրը: Մասնագետները նկատում են, որ քաղաքականության մեջ հաճախ հաղթում է ոչ թե ամենահամարձակը, այլ ամենասանձարձակը:

Այսպիսով, քաղաքական հանրային բնույթ կրող բանավեճը ներառում է մի շարք բաղադրիչներ, որոնք էականորեն կարող են փոխել «խաղի կանոնները» և ակնկալվող վերջնարդյունքները: Բանավիճային «հեռուստահնարքների» շարքում հարկ է առանձնացնել մի քանի առանձնահատկություններ, որոնք, ըստ էության, սկզբունքորեն կարող են վերափոխել բանավիճային դիսկուրսը: Առաջին՝ հեռուստաբանավեճը տեղեկատվություն փոխանցելուց զատ ունի մրցակցային տարրեր և ինչ-որ իմաստով նման է սպորտի: Մենք նույն հետաքրքրությամբ հետևում ենք բռնցքամարտին կամ ձիավազքին: Երկրորդ՝ քաղաքական հարցերի անձնայնացումն է: Հատկապես նախընտրական քարոզարշավի ժամանակ հեռուստաբանավեճերը լավագույնս արտացոլում են մասնակիցների անձնային որակները: Քաղաքական գործչի տարբերվող, առանձնահատուկ ոճն ավելի է տպավորվում, քան նրա նախընտրական ծրագրի բովանդակությունն ու փիլիսոփայությունը: Ժամանակակից քաղաքական գործիչներն այսօր լավ են հասկանում, որ նախընտրական ծրագրի ձանձրալի տեքստերի ընթերցումը ոչ մի արդյունքի չի կարող հանգեցնել: Տարբեր սոցիոլոգիական տվյալներով ընտրողն իր ծայնը տալիս է ոչ թե գաղափարախոսությանը, այլ գաղափարին, ոչ թե կուսակցությանը, այլ լիդերին՝ հիմնվելով համակրանքի վրա: Քաղաքական բանավեճը գտնվում է կոնֆլիկտային խոսույթի դաշտում, և բազմաթիվ քաղաքական գործիչներ դեռևս խուսափում են այս ձևաչափից: Պատճառները հիմնականում հոգեբանական են: Բացակայում է քաղաքական ուժերի և ոչ թե անձերի հետ մրցակցելու մշակույթը: Քաղաքական զարգացումը քաղաքական համակարգի ընդու-

նակության աճն է՝ մշտապես և արդյունավետ հարմարվելու նոր սոցիալական նպատակներին և ստեղծելու այնպիսի նոր ինստիտուտներ, որոնք կառավարության ու բնակչության միջև երկխոսության ուղիներ են ապահովում: Այս համատեքստում երկխոսության ուղիների կարևոր բաղադրատարրեր են հեռուստատեսությունը, բանավեճի ֆորմատը, որը հնարավորություն է տալիս խնդիրների վերհանման, կարծիքների բախման հետևանքով գտնելու հիմնական ու այլընտրանքային ուղիներ: Պատմությունը ցույց է տալիս, որ ԶԼՄ-ներն առհասարակ, բայց հատկապես ընտրությունների ժամանակ, օգտագործվում են ոչ թե հասարակությանը տեղեկացնելու և այդպիսով բանիմաց ընտրություն կատարելու հնարավորություն ընձեռելու միջոցներ, այլ սոսկ քարոզչական ու մանիպուլյացիոն նպատակներով: Տեղի են ունենում ԶԼՄ-ների քաղաքականացում և քաղաքականության մեղիականացում: Հեռուստաբանավեճերը կարևոր դեր ունեն քաղաքական գործիչների գործունեության մեջ, մասնավորապես ընտրարշավների ընթացքում: Դրանցից կարող է իհարկե ոչ ամբողջովին, բայց մեծ չափով կախված լինել ընտրարշավների արդյունքը, այս կամ այն քաղաքական գործչի իմիջի և վարկանիշի փոփոխությունը, իսկ դրանով պայմանավորված նաև՝ համապատասխան կուսակցության իմիջն ու վարկանիշը: Համաշխարհային փորձը ցույց է տալիս, որ ինչպես կյանքում, այնպես էլ քաղաքական պայքարում, կարևոր է մշտապես կիրառել ժամանակակից տեխնոլոգիաները և փորձել որևէ նոր նախաձեռնությամբ առաջ անցնել մրցակիցներից: ԶԼՄ-ների դեպքում դա թե՛ հեռուստաբանավեճերն ու այլ հեռուստաձևաչափերն են և թե՛ սոցիալական ցանցերն ու այլընտրանքային առցանց միջոցները:

РОЛЬ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ДИСКУССИЙ В КОНТЕКСТЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ

МАРИАННА АКОПЯН

В статье представлены особенности телевизионных дискуссий, действующие традиции и тенденции развития, их определяющая роль в политических процессах, их появление в телеэфире и особенности использования первых телевизионных дискуссий, в частности, в избирательной борьбе на президентских выборах 2013 года в Республике Армения. Работа в определенной степени отображает “правила” довольно сложной и комплексной

сферы, которые касаются тонкого баланса дискурсной реальности и социальных взаимоотношений.

Ключевые слова – дебаты, дискурс, аргументы и факты, выборы, политические деятели, кандидаты, теледебаты, политические технологии, предвыборная программа, избирательные процессы.

THE ROLE OF TV DEBATES IN POLITICAL CAMPAIGNS

MARIANNA HAKOBYAN

This article presents the features of TV debates, their current traditions, development tendencies, and their decisive role in political processes. It presents the first televised political debate and specifies its peculiarities as well. The features of RA presidential debate of 2013 are especially detailed. Hakobyan's study reflects the 'rules' of a quite sophisticated and composite field related to the delicate balance between discourse reality and social relationships.

Key words – debate, discourse, facts and antifacts, elections, politicians, candidates, voters, TV debate, political Technologies, election program, election process.