

**ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՓԻԱՌԻ ՀԱՄԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ
ԳՈՐԾԱՌՈՒՅԹՆԵՐԸ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ
ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ**

Նարինե Աղայան

*ՀՀ ԳԱԱ Փոլիտոլոգիայի, սոցիոլոգիայի
և իրավունքի ինստիտուտի ասպիրանտ*

Հայաստանում քաղաքական փիառի, որպես մասնագիտացված գործունեության առաջացում, պայմանավորված է հասարակական-քաղաքական հարաբերությունների փոխակերպման, քաղաքացիական ինստիտուտների, ինչպես նաև սոցիալ-տնտեսական և շուկայական մեխանիզմների զարգացման օբյեկտիվ պայմանների հետ: Այն նաև պայմանավորված էր տնտեսական և քաղաքական ոլորտներում առկա բազում շահերը հաշվի առնելու անհրաժեշտությամբ:

Նոր անկախ հանրապետության ձևավորման փուլում գտնվող հայ հասարակությունը միակողմանի սովետական կուսակցական, միատարր զանգվածներին հեշտ կառավարելուն ուղղված քառոգությունների ազդեցությունները չի ընդունում: Քանի որ, ակնհայտ էին կառավարության և հասարակության, կառավարության և գործարարների, ինչպես նաև տարբեր սոցիալական խմբերի միջև հարաբերություններ կառուցելու լուրջ բարդությունները: Հասարակությունն այն ժամանակ ուղղադիրք քառոգական ակցիաներին թույլ էր արձագանքում, սակայն նման սոցիալական անտարբերությունը, քառոգական ճնշումները մեղմելու միջոց ընտրելով, ժողովրդավարության զարգացումն էր արգելակում, քանի որ պետական և քաղաքական նախաձեռնություններից քաղաքացու ինքնակամ մեկուսացումը, իրականացման փուլ մտնող որոշումները այդպես էլ բնակչության մեջ անհրաժեշտ վստայություն չէր ներշնչում:

Այս պայմաններում ակնհայտ է դառնում քաղաքական տեխնոլոգիաների արդյունավետության պահանջը, որոնց միջոցով կառավարության և քաղաքացու միջև կարող է հաստատվել արդյունավետ և կառուցողական երկխոսություն: Հենց տվյալ տեխնոլոգիաներն էլ, ինչպիսին որ հասարակության հետ կապն է, երկրում առաջացած նման նոր

երևույթների նպատակներն ու խնդիրները իրականացնելու հիմքն են հանդիսանում:

Սակայն Հայաստանի Հանրապետությունում հասարակական հարաբերությունների մեջ քաղաքական փիառի ներդրումը հղի է այնպիսի լուրջ, երբեմն էլ՝ անհաղթահարելի խոչընդոտներով, ինչպիսիք են՝ սոցիալ-տնտեսական ճգնաժամը և շարունակվող քաղաքական հակասությունները: Սոցիալական անկայունության, սակավ գործառույթներով, սակայն հասարակության և իշխանության հանդեպ համընդհանուր իշխանության ձգտող ֆինանսաառնտրական խմբերի, օլիգարխիկ կլանների առկայության պայմաններում, դժվար է անգամ պետության գործառույթների, մասնավոր շահերի և հասարակական բարիքների ներդաշնակեցման մասին մտորումները: Սակայն, չնայած առկա լուրջ բարդությունների, այսօր արդեն կարելի է ասել, որ Հայաստանում իր դրսևորման որոշակի ձևի մեջ գոյություն ունի քաղաքական փիառի մասնագիտացված գործունեության ոլորտ:

Այնպիսի սկզբունքների գերակայության ազդեցության տակ, ինչպիսին սոցիալական ուղղվածությունն է, հասանելիությունն ու համապարփակ տեղեկացվածությունն է և այլն, հասարակության հետ կապը անգամ միտումնավոր չի կարող հասարակության դեմ օգտագործվել: Սակայն մասնագետները, որոնք քաղաքական փիառի ոլորտում են աշխատում, այսօր ստիպված են ոչ միայն օբյեկտիվ խոչընդոտների հետ մարտնչել, այլև սուբյեկտիվ բնույթի, որոնց շարքին կարելի է դասել, առաջին հերթին, քաղաքական փիառի հանդեպ հասարակության մեջ գոյություն ունեցող բացասական կարծրատիպերը, որոնք առաջացել են ոչ միայն ընտրարշավներում քաղաքական տեխնալոգիաների մասնավոր և ոչ լեգիտիմ օգտագործման պատճառով, այլ շատ դեպքերում նաև ՋԼՄ-ների մեղքով, որոնք մշտապես և բավական ակտիվ, այնպիսի արտահայտություններ էին շահագործում, ինչպիսիք են՝ «Մե Փիառ», «Կեղտոտ տեխնոլոգիաներ» և այլն: Արդյունքում նման եզրույթները, ինչպիսիք են՝ «քաղաքական փիառը» «քաղաքական տեխնոլոգիաները», և անգամ միայն քաղաքականությունում «տեխնոլոգիա» բառի կիրառումը զանգվածների գիտակցության մեջ կարծես թե ընկալելի չէին: Զանգվածների գիտակցության մեջ տվյալ կարծրատիպը իր բացասական պատճառները

ոչ միայն քաղաքական ոլորտում կատարվող քաղաքական փիառի իրականության մեջ է, այլև նաև քաղաքական փիառի բազմատարբերակ սահմանումների մեջ է, որը, որպես գիտություն, չկայացած քաղաքական փիառի կարգավիճակն է բնութագրում: Նման իրավիճակը ոչ միայն ժամանակակից հասարակագիտության տվյալ ոլորտի կայացման փուլի համար իսկական նշանակություն ունի, այլև նաև նրա քաղաքական <<հատվածի>>, քաղաքական փիառի կայացման համար մեծ նշանակություն ունի: Այս ամենի հետ կապված՝ անհրաժեշտ է ուսումնասիրել քաղաքական փիառի վերաբերյալ գոյություն ունեցող սահմանումները, որոնք քաղաքական փիառի վրա շեշտադրումով ժամանակակից սոցիալական գիտության հետ ընդգծում է նրա կարգավիճակը:

Տվյալ համատեքստում առավել իրատեսական է դառնում այն հանգամանքը, որ քաղաքական փիառի գոյություն ունեցող շատ սահմանումներ արդեն քաղաքական փիառի և քաղաքական քարոզչության ընկալելի մակարդակում սահմանափակումների առիթ են հանդիսանում, որոնք էլ հենց քաղաքական մանիպուլյացիաների միջոց են հանդիսանում: Այս ամենը այնքանով է կարևորվում, որպեսզի քաղաքականության մեջ քաղաքական փիառի առանձնահատկությունները, նրանց տարբերությունները, մի կողմից, և հասարակական կյանքի այլ բնագավառներում հասարակության հետ կապը, մյուս կողմից, առանձնացվեն քաղաքական հաղորդակցման մոդելներից և այլ ձևերից:

Առանձնացնենք, մեր կարծիքով, քաղաքական փիառի առավել տարողունակ, և միաժամանակ, առավել ամբողջական սահմանումները՝

ա/ քաղաքական փիառի հեղինակավոր Բրիտանական ինստիտուտներից մեկը (ԻՓիառի) տվել է հետևյալ սահմանումը՝ <<Հասարակության հետ կապի գործունեության ոլորտը պահանջում է պլանավորման և իրականացման լուրջ ջանքեր, որոնք ուղղված են կազմակերպության և հասարակական կարծիքի միջև բարեդրացիական հարաբերությունների հաստատմանն ու պահպանմանը>>¹:

բ/ Սեմ Բլեկը տվել է հասարակության հետ կապի վերաբերյալ մեկ այլ սահմանում՝ <<քաղաքական փիառի ոլորտում գործունեությունը փոխհամաձայնության, հավաստի և ամբողջական տեղեկատվության

միջոցով շրջակա միջավայրի հետ ներդաշնակություն ձեռք բերելու արվեստ է և գիտություն»²:

գ/ Վ.Ա. Մախսենը, հաշվի առնելով համաշխարհային իրականությունում ներկայացված քաղաքական փիառի մասին կարծիքները, այն սահմանում է հետևյալ կերպ՝ «քաղաքական փիառը սոցիալ-հոգեբանական մենեջմենթի մի այնպիսի բազմազանություն է, որում քաղաքական միտումների վերլուծության, սոցիալ-տնտեսական զարգացման և համընդհանուր բարոյական նորմերի կիրառման ու հասարակական շահերի արդյունքում ստացված կոնկրետ և ամբողջական տեղեկատվության հիման վրա համալիր միջոցառումներ է իրականացնում համաչափ և շարունակական փոխադարձ վստահություն, ներդաշնակություն և փոխշահավետ հարաբերություններ ընկերության և հասարակության, ինչպես նաև իրենց և իշխանության միջև ձեռք բերելու համար»³:

Վերոնշյալ սահմանումներում, որոնք գիտական հանրության մեջ հեղինակություն են վայելում, հանդիսանում է հասարակական կյանքի տարբեր ոլորտներում խմբերի և անհատների շահերի հաղորդակցման համար ներդաշնակ տարածության հիմնական բնութագիրը: Եվ դրա հետ կապված քաղաքական փիառի դրական մեկնաբանությունները, որպես սոցիումի հասարակական ստեղծագործության յուրահատուկ գործառույթ, անհրաժեշտ է առանձնացնել: Այս հանգամանքը քաղաքական փիառի կարգավիճակի և դերի որոշումներում կիրառելու համար կարևոր է որպեսզի հասարակության մեջ առանձին քաղաքական դերակատարների ձեռնածության (մանիպուլյացիա) ազդեցության ձևերը սահմանափակելու ժամանակ խուսափենք եզրաբանական խառնաշփոթից հատկապես քաղաքական քառագորշավների ժամանակ:

Որոշ հետազոտողներ, մարդկային սպառման խորքերն ուսումնասիրելիս, հասարակության հետ կապը համատեղում են հասարակական և միջազգային հարաբերությունների ստեղծման հետ: Այս դեպքում, կարծես թե, նպատակահարմար է խոսել միայն հրապարակային հաղորդակցությունների մասին: Ինչ վերաբերում է հասարակության հետ կապին, ապա նրա զարգացման հիմնական խթան է հանդիսացել ժողովրդավարության առաջին իսկ տարրերի առաջացումը:

Մի շարք քաղաքագետներ և տնտեսագետներ այն կարծիքին են, որ <<ժամանակակից աշխարհում բարձրանում է մարդու նշանակությունը, ինչը ստիպում է ֆիրմաներին և ընկերություններին կիսելու նրանց ազատության և հպարտության զգացմունքները և նրան դիտարկել ոչ միայն որպես սպառող>>: Այս համոզմունքը կառավարության վրա էլ է ամբողջովին տարածվում: Սպառողն ու արտադրողը, քաղաքացին և պետությունը ավելի փոխադարձաբար կապված են դառնում: Այս պայմաններում գովազդային միջոցները, առավել ևս քարոզչության միջոցները, քիչ արդյունավետ են, և հասարակության հետ կապը այն ունիվերսալ գործիքն է, որի օգնությամբ է միայն հեռավոր երկրության պայմաններում տարբեր սոցիալական խմբերի միջև հավասարազոր արդյունավետ փոխհարաբերություններ հաստատել: Այսպիսով, քաղաքական փիառի տեխնոլոգիայի կիրառումը հեռավորություն է ընձեռում օպտիմիզացնել միջխմբային հաղորդակցությունը:

Ֆրանսիայում քաղաքական փիառի տեսության հիմնադիրներից պրոֆեսոր Լ. Լապրեվտը գտնում է, որ քաղաքական փիառի մեխանիզմների կիրառումը բարձրացնում է քաղաքական մշակույթը, քանի որ պետությունը շահագրգռված է սոցիալական կոնսենսուսի հաստատման հարցում:՝

Հասարակության հետ կապի հիմնական նպատակը համաձայնության հաստատումն է: Քարոզչության և ձեռնածության հիմնական նպատակը ազդեցության օբյեկտի մոտ սուբյեկտին անհրաժեշտ և՛ շահավետ աշխարհայացք ձևավորել և այն պահպանելն է: Ե. Դոցենկոն տալիս է ձեռնածության հետևյալ սահմանումը՝ մանիպուլյացիան հոգեբանական ազդեցության տեսակ է, որի հիմուն կիրառումը մարդու մոտ առաջացնում է իր իրական ցանկությունների հետ չհամընկնող տրամադրություններ:՝

Դրանով իսկ ձեռնածության նպատակը անհատի ծրագրավորման և նրա մոտ երբեմն արհեստական քաղաքական վարքագիծ ձևավորելու մեջ է:

Հասկանալի է, որ մանիպուլյացիան, որպես քարոզչության առավել տարածված տեսակ, ունի իր տեխնոլոգիական կիրառման առանձնահատկությունները: Վ.Ն. Ամելինը առանձնացնում է քաղաքական ձեռնածության տեխնոլոգիայի իրացման մի քանի փուլեր՝ գիտակցության մեջ իրական տեղեկատվության փոխարեն ոչ բացահայտ, սակայն

որոշակի խմբի համար ցանկալի, իմաստի ներարկում, ազդեցություն հասարակության գիտակցության առավել ցավոտ կետերի վրա, որոնք առաջացնում են վախ, տագնապ, ատելություն և այլն, որոշակի մտադրությունների և թաքնված նպատակների իրականացումը:

20-րդ դարում ձեռնածության դասական օրինակներով վարչակարգեր էին համարվում Գերմանիայում ֆաշիստական ռեժիմը, Իրաքում Սադամ Հուսեյնի կառավարումը, խՍՀՄ-ում սովետական իշխանությունը և այլն: Մակայն պատմական իրողությունը ցույց է տալիս, որ նման վարչակարգերը հավերժ չեն, քանի որ հասարակության մեջ իրականում միշտ էլ գտնվում են ողջամիտ տարրեր, անշեղորեն ավելանում է խմբակային շահերի տեսակարար կշիռը, որոնց ձեռնտու չէ այդ վարչակարգը:

Իոզեֆ Գեբերլը, որն այդ ոլորտում ընդունված <<մասնագետ>> է, քարոզչության համար բավական սպառիչ սահմանում է տվել. քարոզչությունը քաղաքականության գործիք է և ուժ հասարակությանը վերահսկելու համար. քարոզչության գործը միայն համոզելը չէ. նրա գործը հետևորդների ներգրավումն է և նրանց ծառայության մեջ պահելը:⁸ Տվյալ սահմանումը ցույց է տալիս, որ քարոզչության համար նպատակին հասնելու ժամանակ միջոցների սահմանափակում գոյություն չունի: Կան խամտածված կեղծադրություններ, իրականության խեղում, քաղաքական հակառակորդի վրա վարկաբեկող նյութերը քարոզչության զինանոցի մի մասն են: Քարոզչության համար, ինչպես նաև քաղաքական ձեռնածության համար, բարոյական նորմեր գոյություն չունեն: Համոզելու միջոցները, որոնք քաղաքական ձեռնածության ժամանակ օգտագործվում են, ուղղված են բացառապես կողմերից որևիցե էմեկի եսասիրական նպատակներն իրականացնելու համար:

Քաղաքական փիառի և քարոզչության հիմնական խնդիրներից մեկը տեղեկատվական քաղաքականությունն է: Ամեն դեպքում, հենց քաղաքական փիառի զարգացման վերլուծությունն է, որ թույլ է տալիս հանգել նման եզրակացության: Գործնականում քաղաքական փիառը սկիզբ է առել ԶԼՄ-ների հետ նպատակադրված քաղաքականության արդյունքում, նրանց հետ հարաբերությունների հաստատմամբ:

Ինչպես արդարացիորեն նշում է Վ.Ս. Կամարովսկին՝ քաղաքական փիառի անհրաժեշտությունն առաջանում է միայն քաղաքացիական հա-

սարակության որոշակի փուլի զարգացման, նրա հիմնական ինստիտուտների (կուսակցությունների, ՋԼՄ-ների, արհմիությունների) առաջացման ժամանակ, երբ պետությունն ու քաղաքացին գտնվում են փոխկախվածության մեջ:⁹ Այլ կերպ ասած՝ քաղաքացիներն, ինչպես և առաջ, շարունակում են ունենալ աջակցության և սոցիալական պաշտպանվածության կարիք, իսկ պետությունն արդեն, իր հերթին, հասարակության կողմից իր գործողությունների հաստատման կարիքն ունի: Այս պարագայում ռազմավարական գործողություններ մշակելու և կենսական կարևորության խնդիրներ լուծելու համար առաջանում է շահերի միավորման և բնակչության տարբեր խմբերի ու կազմակերպությունների գործողությունների համակարգման անհրաժեշտություն: Հենց այդ պատճառով է, որ ժողովրդավարական հասարակությունում քաղաքական փիառի միջոցներն ու տեխնոլոգիաները միջխմբային կապեր կառուցելու առավել արդյունավետ միջոց են հանդիսանում՝ ոչ միայն հասարակության, այլև նրանց համար, ովքեր նախաձեռնում են հասարակական կապեր կառուցելու գործընթաց: Այսպիսով՝ ժողովրդավարական ինստիտուտների զարգացումը քաղաքական փիառի անհրաժեշտության առաջացման առաջին նախապայմանն է: Մակայն, հարկ է նշել, որ ժողովրդավարությունն էլ, իր հերթին, առանց քաղաքական փիառի մեխանիզմների գործադրման չի կարող արդյունավետ գործել: Մեր կարծիքով այստեղ քաղաքական փիառի և ժողովրդավարական վարչակարգի գործառնության միջև գործում է պատճառի և հետևանքի շրջանառելիության գործոնը:¹⁰ Ժողովրդավարական վարչակարգերում առավել նշանակալի է դառնում լոբբիստական գործունեության հետ քաղաքական փիառի մեխանիզմների և ինստիտուտների կապը, որոնք, ըստ Ա.Ն.Չումիկովի, տարբեր սոցիալական և քաղաքական ինստիտուտների միջոցով շահերի առաջխաղացման ջանքերի գործադրման համար լայն դաշտ են ստեղծում: Հենց լոբբիստական ակտիվությունը, ժողովրդավարական հասարակության շահերի առաջխաղացումներն են քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտների հաստատման ցուցանիշ հանդիսանում, իսկ քաղաքական գործունեությունների մեջ քաղաքացիական գործողությունների նախաձեռնությունները:

Հաշվի առնելով այս ամենը, քաղաքական փիառի՝ որպես ժողովրդավարական ինստիտուտի առաջացման և արդյունավետ գործունեության խթանող պայմաններ, մեզ համար սկզբունքորեն առավել ընդունելի է ամբողջական քաղաքական փիառի ինստիտուցիոնալ կարգավիճակի սահմանումը:

Քաղաքական փիառի առաջացման զլխավոր պայմաններից մեկը հասարակության մեջ ժողովրդավարական հիմնական ինստիտուտների զարգացումն է: Այդ խնդիրը բավականաչափ ուսումնասիրության է ենթարկվել և խորապես վերլուծվել այնպիսի գիտնականների աշխատանքներում, ինչպիսիք են՝ Ռ.Առոնը, Ռ.Դաիլը, Տ. Դայլը և Լ. Ջիզլերը, Գ. Ալմոնդը և Ս.Վերբան:¹¹ Մեր համար առավել հետաքրքրական է ժողովրդավարական երկրներին առաջարկվող Ռոբերտ Դաիլի կողմից արված մշակումները:

Որպես սոցիալական ինստիտուտ՝ քաղաքական փիառի արդյունավետ գործելու անհրաժեշտության համար, բացի քաղաքական համատեքստից, պետք է հաշվի առնել տնտեսական և մշակութային ավանդույթներն ու գործընթացներները: 20-րդ դարի 30-ականների կեսերին հենց տնտեսական և մշակութային գործոնները որոշիչ դեր խաղացին ԱՄՆ-ում քաղաքական փիառի ստեղծման և կայացման համար:¹² Մեր դեպքում քաղաքական փիառի գործոնների առաջացումը, նրանց վերլուծություններից և համակարգայնացումից հետո կարելի է համարձակ պահանջներին համապատասխանեցնել, հասարակության հետ կապը որպես անհրաժեշտ արդյունավետ քաղաքական գործիք օգտագործելու համար: Այդ պայմանների մեջ մենք առանձնացնում ենք ժողովրդավարական տեսակի քաղաքական ռեժիմ, քաղաքացիական հիմնական իրավունքների և ազատության օրենսդրական պաշտպանություն, իշխանությունում քաղաքացիների և նրանց շահերի ներկայացուցչության հստակ մեխանիզմ, որոնք կապահովեն դեպի այլընտրանքային տեղեկատվական աղբյուրների ազատ մուտք գործելու հաղորդակցական բոլոր խողովակների համակարգային զարգացումը: Տնտեսական՝ մրցակցության մեխանիզմների բավարար զարգացում, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման բարձր մակարդակ: Եվ սոցիալ-մշակութային՝ ոչ պարտադրական միջոցներով հակամարտությունները լուծելու մշա-

կույթ, բնակչության ընդհանուր կրթական մակարդակի բավական բարձր մակարդակ, հասարակական-հաղորդակցական համակարգի զարգացում, որը կարող է շատ արագ տեղեկատվություն տարածել, տեխնոլոգիական, ինտելեկտուալ, մասնագիտական բազաների առկայություն:

Հայաստանում քաղաքական փիառի առաջացումն ու զարգացումը, և որպես քաղաքական գործընթացների գործոն նրա կայացումը, այնպես ինչպես բազում ժողովրդավարության ուղին որդեգրած պետություններում, պատահական չէր, և ոչ էլ այլ քաղաքական և սոցիալական միջավայրից տարերայնորեն ներմուծված, այլ ժողովրդավարական ինստիտուտների օրինաչափ զարգացման վրա հիմնված Արցախյան ազգային ազատագրական շարժման հետևանք է: Ուստի և հասկանալի է, որ քաղաքական փիառի տեխնոլոգիաների կիրառման աստիճանն ու բնութագիրը, կախված հասարակական կյանքի այս կամ այն ոլորտների զարգացման մակարդակից, տարբեր են:

Այսօր քաղաքական փիառի ոլորտում ընդլայնված գործունեությամբ ծառայություններ մատուցող մասնագիտացված ընկերություններից, հետևյալներին կարելի առանձնացնել՝

1. կազմակերպություն, որը զանգվածային լրատվական միջոցների, մշակումների և տեղեկատվական ընկերություններ ներդնելու հետ փոխհարաբերություններ է հաստատում,

2. ինչպես՝ ահատի (քաղաքական գործչի, ընտրություններում ըտրական թեքնածուի, դեկավարի և այլն), այնպես էլ կորպորատիվ (ֆիրմայի, կազմակերպության, կուսակցության) կերպարի մշակում և իրացում,

3. սոցիալական հետազոտումների անցկացում (սոցիալական հարցումներ, տարբեր տեսակի հարցազրույցներ, հետազոտություններ տեղեկատվական տարածության, հասարակության կարծիքի և այլն),

4. գովազդային միջոցառումների մշակում և իրացում,

5. խորհրդատվություններ քաղաքական, տնտեսական, օրենսդիր ոլորտներում;

6. միջոցառումներ հաճախորդների շահերի լոբբիստական գործունեությունը կազմակերպելու և իրականացնելու,

7. <<հատուկ ծրագրերի>> (ցուցահանդեսների, գիտաժողովների, շնորհանդեսների, արձանագրային միջոցառումների, զանգվածային լսարան

կազմակերպելու, հասարակության ներգրավմամբ ակցիաների և այլն) կազմակերպում և իրականացում:

Վերոնշյալ ցուցակից կարելի է ենթադրել, որ քաղաքական փիառի շուկայում քաղաքական փիառը հատուկ դեր է խաղում: Քաղաքական տեխնոլոգիաները ամենուր էլ հնարավոր է օգտագործել, այնտեղ որտեղ իշխանության հասնելու (հատկացման, լեգիտիմացման) ցանկություն կա, ինչպես նաև այն պահելու և իրացնելու համար: Ըստ փորձագետների, քաղաքական փիառի միջոցառումների անցկացնելու պատվերների պահանջարկը շուկայում 70%-է կազմում: Ժամանակակից Հայաստանում քաղաքական փիառը առավել լայն օգտագործվում է երկու ոլորտներում՝ պետական իշխանության և ընտրական արշավներում:

Առաջին ուղղությունը մեր երկրում բավականին զարգացած է, սակայն ի տարբերություն ԱՄՆ և Եվրոպական երկրների, որտեղ պետական մարմինները բավական հաճախ են քաղաքական փիառի մասնագետների ծառայություններին դիմում: Սակայն, մեր կարծիքով, պետության կողմից նման ծառայությունների պահանջարկը կմեծանա պետության ինստիտուտների աճին համարժեք, որին քաղաքական և տնտեսական ևսիսաձեռնություններն իրացնելու համար արդյունավետ մեխանիզմներ են անհրաժեշտ ժողովրդավարական ինստիտուտների և ներկայացուցչական տարբեր մարմինների միջոցով հասարակության հետ երկխոսություն հաստատելու համար:

Պետական կառավարման և քաղաքական միջոցառումներում քաղաքական փիառի կիրառումը ենթադրում է ընդհանուր բնույթի երկու՝ նպատակների իրականացում՝

1. աջակցություն պետական կառավարման ժողովրդավարացմանը,
2. աջակցություն ժողովրդավարական ինստիտուտների կայացմանը և քաղաքացիական հասարակության զարգացմանը:

Քաղաքական փիառի սահմանման ձևակերպմանը զուգահեռ՝ քաղաքական գործընթացներում քաղաքական փիառի դերն ու տեղը առավել ճշգրտելու համար անհրաժեշտ է առանձնացնել քաղաքական փիառի հիմնական գործառնությունները: Դրանք կարելի է խմբավորել հետևյալ կերպ՝ տեղեկատվական-կրթական գործառնությո, կազմակերպչական գործառնությո և մոդիֆիկացիայի գործառնությո: Տեղեկատվական-կրթական գործառնությո

կիրառվում է կոնկրետ նպատակին հասնելու գործընթացում՝ քաղաքական փիառոյի համար ակնհայտ միջոցների օգնությամբ: Նման նպատակ կարող է լինել, օրինակ, կառավարությունում նոր նշանակումների առիթով հասարակական բարենպաստ կարծիքի ձևավորմանը, հասարակական կյանքում տարբեր ռոբոտներում արմատական բարեփոխումներ անցկացնելու ժամանակահատվածում պետական մարմինների հանդեպ վստահության մթնոլորտի ձևավորումը: Քաղաքական փիառոյի իրագործման միջոցառումների շրջանակներում մարտավարական նպատակ կարող է հանդիսանալ մեծ լսարանին հնարավորինս շատ տեղեկատվություն հասցնելը: Բնական է, որ քարոզարշավի ընթացքում նպատակային լսարանի մի մասի համար (երբեմն մեծ մասին) իրականացվում է կրթական մակարդակի բարձրացում և հենց այդ նոր արդիական տեղեկատվության ազդեցության արդյունքն էլ հենց կարող է որոշիչ գործոնը հանդիսանալ նպատակային լսարանի հիմնական դիրքորոշման փոփոխության համար: Քաղաքական փիառոյի տեղեկատվական-կրթական գործառույթը կարող է լուծել այնպիսի խնդիրներ, ինչպիսիք են՝ նպատակային լսարանի ուշադրությունը այս կամ այն երևույթների նաև իրադարձությանների վրա գրավումը, նրան հնարավոր հետևանքների մասին զգուշացումը, քաղաքական փիառոյի սուբյեկտների տեղեկատվական քաղաքականության իրականացումը, տարբեր թեմաներով տեղեկատվական քաղաքական ստեղծումը և այլն: Քաղաքական փիառոյի կազմակերպչական գործառույթի իրացումն ենթադրում է այնպիսի խնդիրների լուծում, ինչպիսիք են՝ քաղաքական, հասարակական, կազմակերպությունների՝ կուսակցությունների, շարժումների, թեկնածուների ծրագրերի, նախաձեռնությունների ստեղծման և այլնի սատարման համար նպատակային լսարանի մոբիլիզացումը: Ինչ վերաբերում է մոդիֆիկացիայի գործառույթին, ապա պետք է նշել, որ այս պարագայում հարկ է նկատի ունենալ վարքի փոփոխությունը: Այն քաղաքական փիառոյ առավել բարդ գործառույթն է, ինչպես վերջինիս իրականացման գործընթացի տեսակետից, այնպես էլ՝ լուծվող խնդիրների բարդության աստիճանից:

Վերոշարադրյալի արդյունքում մենք կարող ենք հաստատել քաղաքական փիառոյի որպես սոցիալ-քաղաքական ինստիտուտի գոյությունը,

որը ժողովրդավարության պայմաններում քաղաքական գործընթացների վրա որոշակի ազդեցություն է ունենում և իր իմաստով, սուբյեկտիվ հարաբերությունների կառուցվածքով, նպատակներով, խնդիրներով և գործառույթներով սկզբունքորեն տարբերվում է այնպիսի երևույթներից, ինչպիսիք են գովազդը և քարոզչությունը:

ՀՂՈՒՄՆԵՐ

1. Блэк С. Введение в публик рилейшнз. Пер. с англ./ Блэк Сэм. - Ростов н/Д: Феникс, 1998, с 12.
2. Նույն տեղում, էջ 15:
3. Моисеев В. Публик рилейшнз: Теория и практика. Киев, ВИРА-Р, 1999, 376 с.
4. Weil P. Les douze tributs de la nouvelle donne. Paris, 1995. p.31.
5. Laprevote L. Pour une etude scientifique des relations publiques. Vingt ans de communication d'entreprise en Lorrains. Nancy/ 1992. p. 311.
6. Доценко Е. Психология манипуляции. М., 1997. с. 59.
7. Амелин В. Социология политики. М., 1992, с. 61.
8. Блэк С. Введение в публик рилейшнз. Пер. с англ./ Блэк Сэм. - Ростов н/Д: Феникс, 1998, с 17.
9. Связь с общественностью - "публик рилейшнз" - государственной власти и управления. Под общ. ред. проф. Камаровского В. Алматы, 1997, с 10.
10. Чумиков А. Связь с общественностью. М., 2000, с. 15.
11. 1. Aron R. Democratie et totalitarism. Pari.: Gallimard, 1965. 2. Даль Р. О демократии. М., Аспект Пресс, 2000, 3. Дай Т., Зиглер Л. Демократия для элиты. М., Юридическая литература, 1984, 4. Алмонд Г., Вебер С. Гражданская культура и стабильность демократии. Полис, N 4, 1992.
12. Даль Р. О демократии. М., Аспект Пресс, 2000, с. 84-86.

ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПИАРА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВА

Нарине Агаян

*Аспирантка Института Философии,
социологии и права НАН РА*

РЕЗЮМЕ

В статье рассматриваются некоторые теоретические аспекты политического пиара. На этих теоретических основ анализируются социально-политические предпосылки проявления политического пиара. Делается вывод о том, что конкретная форма проявления политического пиара связано не только с конкретной формой политического режима, но и с социо-культурного контекста данного общества.

THE NOTION AND FUNCTIONS OF POLITICAL PR IN THE POLITICAL SYSTEM OF SOCIETY

Narine Aghayan

*PhD student of the Institute of Philosophy, Sociology
and Law of NAS RA*

ABSTRACT

In article some theoretical aspects of political PR are considered. On these theoretical bases socio-political preconditions of manifestation of PR relations are analyzed. The conclusion that a concrete form of manifestation of PR is connected not only with a concrete form of a political regime, but also from a social-cultural context of this society is drawn.