

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ԴԵՐԸ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐՈՒՄ*

Հասմիկ Շափաղաթյան

Զանգվածային տեղեկատվական միջոցները զգալի և անժխտելի ազդեցություն են ունենում հասարակական կյանքի գրեթե բոլոր ոլորտների, մասնավորապես քաղաքական կյանքի վրա: Նրանք ձևավորում են հասարակության մտածողությունը, ազդում հասարակական կարծիքի, հասարակության քաղաքական գիտակցության ձևավորման վրա, դրդում հասարակությանը՝ դրսևորելու որոշակի վարք (ընտրություններում քվեարկել որևէ կոնկրետ թեկնածուի օգտին, ձեռք բերել որոշակի ապրանքներ և այլն): Ազատ տեղեկատվության արդյունավետ ռեժիմը հիմնվում է պաշտոնական տեղեկատվության մատչելիության օրենքի վրա, որը հասարակությանը և իշխանության մարմիններին օժտում է մի շարք արտոնություններով, նպաստում է մասնակցային ժողովրդավարությանը.

- Բարելավում է հասարակության վստահությունը իշխանության մարմինների գործունեության նկատմամբ.
- Օժանդակում է բոլոր այն բարեփոխումներին, որոնք իրականացվում են ի շահ հասարակության.
- Ստեղծում է բաց, թափանցիկ և մրցակցային տնտեսական միջավայր.
- Նպաստում է կոռուպցիայի և կաշառակերության դեմ պայքարին.
- Բարենպաստ պայմաններ է ստեղծում մարդու հիմնարար իրավունքների իրագործման համար.
- Ընդլայնում և բարելավում է ՁԼՄ-ի հնարավորությունները:

Տեղեկատվության ազատությունն իր արտացոլումն է գտել Մարդու իրավունքների համընդհանուր Հռչակագրի 19-րդ հոդվածում, ինչպես նաև Քաղաքական և քաղաքացիական իրավունքների մասին միջազգային պակտի 19-րդ հոդվածում: Տեղեկատվության ազատության մասին օրենքներն անհրաժեշտ են, որպեսզի ապահովեն իշխանության մարմինների հաշվետվողականությունը հասարակության առջև, ամրապնդեն իշխանության լեգիտիմությունը, դեմոկրատական բարեփոխումներին հասարակության մասնակցությունը և այլն:

Տեղեկատվությունը հասարակությանը մատուցելիս լրատվամիջոցները ձգտում են դիտողի, լսողի, ընթերցողի գիտակցության մեջ ձևավորելու իրենց համար ցանկալի գաղափարներ, հասարակական երևույթների և գործընթացների վերաբերյալ գնահատականներ, դրդելու նրանց որոշակի գործողությունների կամ հորդորելու ձեռնպահ մնալ որոշակի գործելակերպից:

Ըստ էության, զանգվածային տեղեկատվական միջոցների քաղաքական ազդեցությունն իրականացվում է մարդու մտքի և զգացմունքների վրա արտացոլման միջոցով: Ժողովրդավարական ռեժիմ ունեցող երկրներում տարածված է զանգվածային հաղորդակցման բանական մոդելը, որը համապատասխանում է այդ երկրներում ապրող մարդկանց մտածողությանը և քաղաքական մշակույթին: Այս մոդելը ենթադրում է

** Հոդվածն ընդունվել է 20.12.2014:

Հոդվածը տպագրության է երաշխավորել ք.գ.դ., պրոֆեսոր Գ.Քեռյանը:

լրատվամիջոցների միջև մրցակցություն՝ կապված լսարանի առավել մեծ ուշադրության և վստահության ձեռքբերման հետ, ինչն էլ հանդիսանում է տեղեկատվական միջոցների հաջողության գլխավոր չափանիշն ու նրանց մեծ մասի գոյատևման հիմնական պայմաններից մեկը: Այս պայմանն ապահովելու համար լրատվամիջոցներն իրենց թեմաներն ընտրելիս առաջնորդվում են հետևյալ մի շարք ընդհանուր սկզբունքներով [1].

- **Թեմաների առաջնայնությունը և գրավչությունը քաղաքացիների համար.** համաձայն որի՝ զանգվածային տեղեկատվական միջոցների հաղորդումներն առավել հաճախ վերաբերում են այնպիսի հիմնախնդիրների, ինչպիսիք են, օրինակ, քաղաքացիների անվտանգության և խաղաղության սպառնալիքը, ահաբեկչությունը, էկոլոգիական և այլ աղետներ:
- **Փաստերի ոչ սովորական լինելը:** Սա նշանակում է, որ ճգնաժամային և այլ ծայրահեղ իրադարձությունները (սով, պատերազմներ, ոչ սովորական, դաժան հանցագործություններ և այլն) իշխում են առօրյա կյանքի երևույթների վրա: Սրանով էլ բացատրվում է տեղեկատվական միջոցների հակվածությունը բացասական բնույթի տեղեկատվության և սենսացիոն փաստերի նկատմամբ:
- **Փաստերի բազմություն:** Բնակչության ուշադրությունը գրավելու գործում առավել մեծ է այն տեղեկատվությունների դերը, որոնք թերևս լայն տարածում չեն ունեցել: Դրանք կարող են լինել տնտեսության զարգացման կամ անգործների թվաքանակի մասին նոր տվյալներ, նոր քաղաքական կուսակցությունների, նրանց լիդերների, նոր հասարակական կազմակերպությունների և դեկավարների մասին տեղեկություններ և այլն:
- **Քաղաքական հաջողություն.** համաձայն որի՝ հրապարակային հաղորդումներում և հոդվածներում նախ և առաջ իրենց արտահայտությունն են գտնում քաղաքական լիդերների, կուսակցությունների կամ պետության հաջողությունների մասին տեղեկությունները:
- **Բարձր հասարակական կարգավիճակ:** Որքան բարձր է տեղեկատվության աղբյուրի կարգավիճակը, այնքան նշանակալից են հարցազրույցները կամ հաղորդումները, քանի որ ենթադրվում է, որ նրանց հանրաճանաչությունը տարբեր պայմաններում ուղիղ համեմատական է մարդկանց հասարակական դրությանը: Այս սկզբունքի համաձայն՝ լրատվամիջոցներն ավելի հեշտ մուտք ունեն, քան անհատները, որոնք բարձր դիրք են զբաղեցնում քաղաքական, ռազմական, եկեղեցական և այլ ոլորտներում:

Ժողովրդավարական երկրներում, որպես կանոն, օրենքով արգելվում է լրատվամիջոցների օգտագործումը ռասայական, ազգային, դասային և կրոնական խտրականության և թշնամության հրահրման համար: Սակայն այս երկրներում ևս տարբեր քաղաքական ուժեր իրենց գաղափարների և արժեքների քարոզչության համար լայնորեն օգտագործում են զգացմունքային ազդեցությունը, որն առավել վառ դրսևորվում է ընտրական կամպանիաների սկզբնական շրջանում:

Բացի վերը նշվածներից, հասարակության վրա զանգվածային տեղեկատվական միջոցների ազդեցության այլ մեխանիզմներ են առանձնացվում: Այսպես, օրինակ, կառուցվածքային, բարոյական: Արդեն իսկ ՋԼՄ-ն իրենց ձևով և բնույթով ենթադրում են մեծ, համահասարակական մասշտաբների լսարան, որը հիմնված է ժողովրդավարության պայմաններում ազատ խոսքի և կարծիքի նկատմամբ ձևավորված հարգանքի վրա:

Հավելենք նաև, որ, դիմելով հասարակական գիտակցության այնպիսի զգացմունքային, իռացիոնալ, զգացմունքային-կամային բաղկացուցիչներին, ինչպիսին հայրենիքի նկատմամբ սիրո զգացմունքն է, ազգային և հայրենասիրական տրամադրությունները, զանգվածային տեղեկատվական միջոցներն ունակ են հավաքագրելու բնականության զգալի մասին, ստանալու նրանց աջակցությունը՝ սատարելու ղեկավար շրջանների կամ առանձին շահագրգիռ խմբերի այս կամ այն գործողություններին: Ընդ որում, զանգվածային գիտակցության նման փոփոխությունները կարճաժամկետ բնույթ են կրում և տվյալ կոնկրետ նպատակով իրականացվող պրոպագանդիստական կամպանիայի ավարտից հետո ամեն ինչ վերադառնում է իր տեղը: Զանգվածային տեղեկատվական միջոցների սոցիալականացնող գործառնության այս առանձնահատկությունը հատկապես դրսևորվում է ընտրական գործընթացների, ընտրական կամպանիաների ժամանակ:

Ինչպես ցույց են տալիս սոցիոլոգիական և սոցիալ-հոգեբանական շատ հետազոտությունների արդյունքները, լրատվամիջոցների մշտական հաղորդումները, որոնք առնչվում են հասարակության մեջ ընդունված համընդհանուր նորմերից շեղվող երևույթներին, դեպքերին, որպես կանոն, մեկնաբանվում են սենսացիոն ձևով, քաղաքացիների մոտ առաջացնում են անհանգստություն՝ կապված աշխարհակարգի, կյանքի բնականոն ընթացքի խախտման հետ, ծնում են վախ՝ հասարակության մեջ իրենց տեղի, պապալի համար և այլն: Միևնույն ժամանակ փաստերը վկայում են այն մասին, որ ԶԼՄ-ի ծառայություններից առավել հաճախ օգտվող մարդիկ ավելի շուտ են հարմարվում շրջապատող աշխարհի ծայրահեղ իրավիճակների հետ: Օրինակ՝ երեխաները, որոնք հաճախ են դիտում բռնություններով հագեցած հաղորդումներ, համոզվում են այն բանում, որ աշխարհում, որտեղ ապրում են իրենք, առկա է բռնություն, անկարգություն, ուժեղների ճնշում և այլն: Հետևապես, նրանք մեծ պատրաստակամությամբ հակված են հարմարվելու այդ բացասական երևույթներին, ուստի դրանք դիտում են ոչ թե համընդհանուր նորմերից շեղումներ կամ քաղաքական համակարգի դիսֆունկցիա, այլև որպես նրա անբաժանելի մաս: Բայց պետք է հաշվի առնել նաև, որ բնակչության տարբեր խմբեր կարող են այդ երևույթներին արձագանքել տարբեր ձևերով: Հանցագործության, թմրամոլության, ահաբեկչության, անկարգության և նման այլ երևույթների մասին մշտական հաղորդումներն ընթերցողներին, ունկնդիրներին և հեռուստատիտոլներին ներշնչում են այն միտքը, որ անհրաժեշտ է «ամուր ձեռք», ուժեղ անձնավորություն, ով կկարողանա վերջ դնել անարխիային, ապահովել կարգուկանոն և այլն:

Անկասկած, տեղեկատվական միջոցները նշանակալի ազդեցություն ունեն այն բանի վրա, թե ինչպես են մարդիկ ընկալում իրականությունը, ինչ են մտածում դրա մասին և վերջապես ինչ են անում իրենք այս աշխարհում: Ընդ որում, ԶԼՄ-ի գլխավոր ներգործությունը համարվում է իրենց միջոցով նոր տեղեկատվության յուրացումը, ինչը նշանակում է, որ ԶԼՄ-ը թելադրում են մարդուն ոչ թե այն, թե ինչ պետք է նա մտածի, այլ այն, թե ինչի շուրջ նա պետք է խորհի:

Թե ինչպիսի, ինչ ձևով և ինչ մեկնաբանությամբ են տեղեկատվություն ստանում քաղաքացիները և քաղաքական գործիչները, կախված է դրան հաջորդող նրանց գործողություններից: Այստեղ կարևորություն է ձեռք բերում հետևյալ միտքը [2]. «Ունենալ կարևոր տեղեկատվություն, նշանակում է ունենալ իշխանություն, կարողանալ տարբերել կարևորը ոչ կարևորից, ունենալ հնարավորություն՝ տարածելու կարևոր տեղեկատվությունը սեփական խմբագրությամբ կամ թաքցնել այն, իսկ սա նշանակում է ունենալ երկակի իշխանություն»:

Վերջին հաշվով՝ տեղեկատվության ոչ հստակ հաղորդումն ապակողմնորոշում է քաղաքացիներին. կամ մարում է նրանց հետաքրքրությունը քաղաքականության նկատմամբ՝ առաջացնելով քաղաքական ապատիա, կամ էլ ստիպում է նրանց հենվել լու մեկնաբանների գնահատականների վրա:

Ժամանակակից աշխարհում տեղեկատվության հեղեղն այնքան բազմաբնույթ և հակադիր է, որ այն ինքնուրույն հասկանալ և ըմբռնել ի վիճակի չէ ոչ առանձին անհատը, ոչ էլ մասնագետների խումբը: Այդ իսկ պատճառով առավել կարևոր տեղեկատվության ընտրությունը և զանգվածային լսարանին ընկալելի ձևով նրա ներկայացումը զանգվածային հաղորդակցության համակարգի կարևորագույն խնդիրն է: Ընդ որում, քաղաքացիների և քաղաքական գործիչների տեղեկատվությունն ուղղակիորեն կախված է նրանից, թե ինչպես, ինչ նպատակներով և չափանիշներով է ընտրվում տեղեկատվությունը, որքան խորն է այն արտացոլում իրական փաստերը[3]:

Ինչպես գիտենք, մեր երկրում հասարակական գործընթացների վրա ամենաազդեցությունը այս կամ այն չափով կարող է ունենալ զանգվածային տեղեկատվական միջոցներից ամենաազդեցիկը՝ հեռուստատեսությունը: Տպագիր մամուլը, որը շնորհիվ փոքր տպաքանակի, չի կարող ունենալ նշանակալի ազդեցություն, իսկ ռադիոն, շնորհիվ իր առավելապես զվարճային, ժամանցային յուրահատկության, առավել ևս: Փորձագետների գնահատմամբ՝ ռադիոն, չնայած իր մեծ լսարանին, հասարակական կարծիքի ձևավորման և սոցիալական գործընթացների վրա ներգործության առումով ունի ավելի քիչ հնարավորություն, քան մամուլը: Իսկ ինչ վերաբերում է հեռուստատեսությանը, նշենք, որ մեր հեռուստաալիքները ինչ-ինչ պատճառներով արտահայտում են ոչ թե հասարակության շահերը, այլ տարբեր իշխանական կառույցների, տնտեսական և քաղաքական էլիտաների շահերը:

Նման պայմաններում անհնար է խոսել հասարակական գործընթացների և հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա ԶԼՄ-ի դրական ներգործության հնարավորության մասին: Առանց հասարակական աջակցության և վստահության՝ լրատվամիջոցները կորցնում են զանգվածային գիտակցության վրա իրենց սոցիալական ազդեցության հնարավորությունը և իրենց առանձնացվածության և բևեռացվածության շնորհիվ դառնում են միայն գործիք կեղծ գաղափարական մարտերում իրենց «կամքն արտահայտողների» համար:

Այդուհանդերձ, հասարակության հիմնահարցերի վերհանման գործում ԶԼՄ-ը խաղում են որոշակի կառուցվածքային դեր, բայց միայն այն դեպքում, երբ լուծվում են ոչ այնքան էական խնդիրներ:

Արևմուտքի և Արևելքի միջև գրեթե հիսուն տարի տևած սառը պատերազմն ավարտվեց 20-րդ դարի 90-ական թթ-ի սկզբներին: Այս հանգամանքն արմատապես փոխեց իրադրությունը հաղորդակցության ոլորտում: Մեղմացավ թշնամությունն ԱՄՆ-ի և նախկին խորհրդային Միության միջև, կոմունիստական բլոկի նախկին երկրներն իրենց հայտարարեցին որպես ժողովրդավարական երկրներ: Միևնույն ժամանակ Կենտրոնական և Հյուսիսային Ամերիկայի ինքնակալական վարչակարգ ունեցող շատ երկրներում սկսվեց ժողովրդավարական բարեփոխումների իրականացման գործընթացը: Ըստ էության, աշխարհի շատ երկրներում արդեն նախընտրում էին կառավարման ժողովրդավարական ձևը՝ անցնելով տնտեսության մեջ շուկայական հարաբերությունների ձևավորմանը: Այս բոլոր փոփոխություններն ընթանում են ԶԼՄ-ի անմիջական մասնակցությամբ, որոնց արդյունքում մի շարք երկրներում առաջանում են անկախ, այսինքն՝ իշխանության կողմից չվերահսկվող ԶԼՄ:

Զանգվածային տեղեկատվական միջոցները հաստատություններ են, որոնք ստեղծված են ժողովրդի լայն խավերին հատուկ տեխնիկական սարքերի միջոցով բազմաբնույթ տեղեկատվությունն ազատ և հրապարակայնորեն հաղորդելու համար: ԶԼՄ են համարվում մամուլը, ռադիոն, հեռուստատեսությունը, զանգվածային տեղեկագրերը, փաստավավերագրերը, կինոփավերագրերը, այսօր նաև ինտերնետ կապը [4]:

Պիտի ասել, որ ինտերնետի, մասնավորապես քաղաքական բլոգների նկատմամբ հետաքրքրության աճը, ինչպես նաև վերջինս քաղաքական նպատակներով օգտագործման առաջին փուլը բարձրացավ 2001թ-ի սեպտեմբերի 11-ի իրադարձություններից հետո: Համաշխարհային առևտրի շուկաների փլուզումը և Պենտագոնի վրա հարձակումը հասարակության լայն շրջանակների մոտ ցանկություն առաջացրեց մասնակցելու համընդհանուր քննարկումներին, հասարակայնորեն գործելու կամ ողբալու: Շատերն էլ բավարարված չէին այն ամենով, ինչ տեսնում կամ կարդում էին ԶԼՄ-ում: Խնդիրը կայանում էր նրանում, որ ԶԼՄ-ը ի վիճակի չէին իրադարձություններին արագ արձագանքելու և հասարակությանն արագ տեղեկացնելու, թե ինչ իրադարձություններ տեղի ունեցան կամ ինչ է սպասվում: Ընդհանուր ստանդարտներով և միմյանցից քիչ տարբերվող ԶԼՄ-ի նյութերը արդեն իսկ չէր բավարարում միջին ամերիկացուն, ով ցանկանում էր լսել ոչ միայն իրականության «օբյեկտիվ» ներկայացում, այլ նաև իրադարձությունների շուրջ համարձակ մեկնաբանություններ: Քաղաքական բլոգները հնարավորություն են տալիս տարածելու նաև չստուգված տեղեկատվություն, իսկ ավանդական ԶԼՄ-ին հարկավոր է ժամանակ որևէ կարևոր իրադարձության հավաստիությունը ստուգելու և հրապարակելու համար: Միաժամանակ բլոգները շատ արագ թարմացվում են մեկնաբանությունների շնորհիվ, և որևէ իրադարձության մասին նորությունը անմիջապես հայտնվում է բոլորի ուշադրության կենտրոնում և արժանանում հանրային քննարկումների: Վերոնշյալ գործիքների միջոցով հասարակությունը հնարավորություն է ստանում զգալի տեղեկատվություն ձեռք բերելու աշխարհում տեղի ունեցող բազմաթիվ իրադարձությունների, դեպքերի, երևույթների վերաբերյալ, որոնք առնչվում են հասարակական կյանքի բոլոր ոլորտների (քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական, մշակութային և այլն) հետ:

Ըստ էության սառը պատերազմի ավարտից հետո աշխարհի շատ երկրներում ընթացող սոցիալական, տնտեսական, քաղաքական բարեփոխումների հետ միաժամանակ ի հայտ է գալիս գլոբալացման միտումը, երբ մշակութային գործունեության արգասիքները (հատկապես ԶԼՄ-ի միջոցով տարածվող տարաբնույթ տեղեկատվությունը, նորությունները) արժանանում են մինչ այդ գոյություն չունեցող հրապարակայնության: Արդյունքում՝ վերացան Արևմուտքի և Արևելքի միջև բազմաթիվ արգելապատնեշներ, նկատվեցին միջազգային և գլոբալ հաղորդակցական համակարգերի առաջացման միտումներ: Այս առումով նշենք, որ Անգլիայի հետազոտող Էնտոնի Սմիթը գտնում էր, որ տեղեկատվական դարաշրջանի սկսվելուն պես տեղի կունենա պետական սահմանների ոչնչացում, անհետացում [5]:

Գլոբալացումն այսօր արդեն իրականություն է և, իհարկե, անտարբեր չէ ԶԼՄ-ի և ԶԻՄ-ի նկատմամբ: Պետական սահմաններում փակված երբեմնի ԶԼՄ-ը նույնպես ձեռք են բերում գլոբալիզմին բնորոշ գծեր. զարգանում են գլոբալ տեղեկատվական կոնցեռններ, որոնք գործում են աշխարհի բոլոր անկյուններում: Դրանցից են, օրինակ, ՍԻԷՆՆը, ԲԻԲԻՍին, Էմթիվին և այլն: Գլոբալ զանգվածային ինֆորմացիոն միջոցների գլխավոր առավելությունն այն է, որ պատմության մեջ առաջին անգամ ինտերակտիվ

հաղորդակցության հնարավորություն է առաջանում, որը հասանելի է բոլորին՝ անկախ բնակության վայրից: Արդյունքում՝ մարդիկ ավելի շատ տեղեկություններ են ստանում աշխարհում ընթացող իրադարձությունների մասին, նրանց հասանելի է դառնում առավել լայն տեղեկատվություն: Բացի դրանից, նպաստավոր պայմաններ են ստեղծվում տեղեկատվություն ուղարկողի և ստացողի միջև միագիծ կապը բազմաֆունկցիոնալ կապով փոխարինելու համար, որն էլ իր հերթին նոր հնարավորություններ է ստեղծում արդյունավետ սոցիալականացման համար: Տեղեկատվության ստացման նոր միջոցները՝ տեսաերիզները, ծայներիզները, բազմաֆունկցիոնալ համակարգիչները, էլեկտրոնային փոստը և բազմաթիվ նոր տեխնիկական միջոցներ ստանում են այնքան հանրաձանաչություն, որ արևմտյան քաղաքագիտության մեջ բնութագրվում են որպես «հասարակության համընդհանուր ժողովրդավարացման միջոց»:

Ինչպես հայտնի է, ՋԼՄ-ի ազատ գործունեությունը ժողովրդավարության կարևորագույն պայմաններից մեկն է: Ըստ էության, տեղեկատվության ստացման բազմաթիվ նոր միջոցների ի հայտ գալը, անձնական համակարգիչների թվի աճը, բնակչության «համակարգչային զինվածությունը» գրեթե անվերահսկելի են դարձնում պետության կողմից ՋԼՄ-ի գործունեությունը կամ փոքրացնում վերահսկողության հնարավորությունները՝ դրանով իսկ նվազեցնելով անձնական ազատությունների նկատմամբ վտանգները: Այս ամենը ճանապարհ է բացում բազմակարծության, տեղական շահերի արտահայտման լայն հնարավորությունների, ներկայացուցչական ժողովրդավարությունը «մասնակցային ժողովրդավարությանը» փոխարինելու համար: Իսկ «մասնակցային ժողովրդավարությունը» հասարակության քաղաքական կազմակերպման այնպիսի համակարգ է, որտեղ քաղաքացիներն ուղղակի, առանց ընտրվող ներկայացուցիչների միջնորդական օգնության, որոշում են իրենց հետաքրքրող բոլոր սոցիալական և քաղաքական խնդիրները: Ընդ որում «մասնակցային ժողովրդավարության» հայեցակետի կողմնակիցների կարծիքով՝ ժողովրդավարությունը, որն իրականացվում է ՋԼՄ-ի միջոցով, նախկինում տեխնիկապես անհնար էր, իսկ այսօր միանշանակ հնարավոր է. այստեղ խոսքն «էլեկտրոնային քվեարկության» մասին է, որն արդեն կիրառվում է զարգացած արդյունաբերական շատ երկրներում:

Անշուշտ, այս ամենը պարարտ հող է արդի հասարակություններում զանգվածային տեղեկատվական միջոցների ազատ և անկախ գործառնության համար:

Համարվելով սոցիալական կառավարման և քաղաքական մանիպուլյացիայի հզոր գործիք՝ ՋԼՄ-ը դառնում են հասարակական-քաղաքական հարաբերությունների կարևոր տարր: Հսկայական ազդեցություն ունենալով միլիոնավոր մարդկանց վարքագծի վրա՝ դրանով իսկ մասնակցում են կամ տարբեր ձևերով առնչվում պետական քաղաքականությանը:

Զանգվածային տեղեկատվական միջոցներով անձի վերափոխումը գիտակցական և ակտիվ սուբյեկտի նպաստում է քաղաքական սոցիալականացման այնպիսի համակարգի ձևավորմանը, որը հնարավորություն է ընձեռում քաղաքական մասնակցության համար:

ՋԼՄ-ի դերն ընտրություններում

Ընտրությունները ժողովրդավարական հասարակարգերի էական տարրերից մեկն են: Ընտրությունների միջոցով կազմավորվում են խորհրդարանները, տեղական ինքնակառավարման մարմինները, պետության գլուխը, որոշ երկրներում՝ կառավարությունը, դատական մարմինները: Ազատ և արդար ընտրություններին որպես ընտ-

որոշ կամ որպես թեկնածու մասնակցելու իրավունքն անձի կարևորագույն քաղաքական իրավունքներից է, որը թույլ է տալիս մարդկանց՝ որոշելու իրենց ներկայացուցիչներին և օժտելու նրանց ժողովրդաիշխանության իրականացման մանդատներով, իհարկե, ըստ սահմանադրության:

Անշուշտ, ազատ և արդար ընտրություններ ապահովելու համար անհրաժեշտ է, որ ընտրազանգվածը հասու լինի՝ ազատ և գիտակցված ընտրություն կատարելու համար: Սա վկայում է այն մասին, որ ընտրողները տվյալ թեկնածուի մասին տեղեկատվության կարիք ունեն: Այս առումով, իհարկե, կազմակերպվում են թեկնածուների հետ նախընտրական հանդիպումներ, ժողովներ, տարածվում են թռուցիկներ, պլակատներ, որոնցից ընտրողները ստանում են որոշակի տեղեկատվություն թեկնածուների վերաբերյալ: Ավելին՝ ժամանակակից բազմամիլիոն հասարակության մեջ թեկնածուներն ի վիճակի չեն հանդիպելու բոլորի հետ և խոսելու նրանց հետ: Այդ պատճառով էլ թեկնածուներն իրենց ասելիքը հաղորդելու համար հիմնվում են հաղորդակցության այնպիսի ձևի վրա, որն ապահովում է կապը միլիոնավոր մարդկանց հետ միաժամանակ: Դրանք, իհարկե, ՁԼՄ-ն են՝ հեռուստատեսությունը, ռադիոն, թերթերը, այսօր նաև համացանցը:

Ամփստելի է, որ լրատվամիջոցներն ակտիվ մասնակցություն ունեն ներկայացուցչական և այլ ընտրովի մարմինների ձևավորման գործընթացում: Այն ՁԼՄ-ի գործունեության յուրահատուկ ոլորտ է, որտեղ նրանք իրականացնում են միաժամանակ մի քանի գործառնություններ, ծառայում են որպես ընտրողների տեղեկացվածությունն ապահովող միջոց (օրինակ՝ ընտրությունների անցկացման օրվա մասին, տեղեկատվություն գրանցված թեկնածուների մասին և այլն), որպես նախընտրական ազդեցիկ միջոց և, վերջապես, որպես քաղաքական վերահսկողության գործիք: Այդ առումով հեռուստատեսությունը համարվում է ընտրողների վրա ազդեցության ամենահզոր միջոցը, և հաճախ նրա աշխատանքից է կախված ընտրությունների արդյունքները: Հեռուստատեսության ամենակարողության մասին հավատն այնքան մեծ է, որ շատ քաղաքական գործիչներ գտնում են, որ ով վերահսկում է հեռուստատեսությունը, նա էլ վերահսկում է ամբողջ երկիրը:

Խոսելով ընտրություններում ՁԼՄ-ի մասին՝ նշենք, որ այստեղ կարևորվում են նաև նրանց կողմից անցկացվող հարցումները հասարակական կարծիքի պարզաբանման նպատակով: Հարցումները բացահայտում են ուժերի հարաբերակցությունը մրցակից թեկնածուների միջև, ընտրազանգվածի տարբեր խմբերի կարծիքն առավել կարևոր ազգային հիմնախնդիրների վերաբերյալ, ընտրական կամպանիաների զարգացման ընդհանուր միտումները, որոնք հնարավորություն են տալիս ճշտելու հակառակորդների ռազմավարությունը և մարտավարությունը: Ըստ էության, հարցումների արդյունքները, որոնք լայնորեն լուսաբանվում են ՁԼՄ-ի կողմից, ունենում են անմիջական ազդեցություն ընտրական կամպանիաների բնույթի և բովանդակության վրա՝ ստիպելով թեկնածուներին կատարել համապատասխան ուղղումներ իրենց մարտավարության մեջ: Այս համատեքստում մեծ նշանակություն ունի այսպես կոչված «նվազախմբով ձիաբեռնասայլի էֆեկտը» կամ «հաջողության էֆեկտը», որի էությունն այն է, որ մարդիկ հակված են միանալու այն կարծիքին, որը կիսում են մեծ թվով մարդիկ: Արդյունքում՝ նկատելի է միտում՝ կապված ուժեղագույն, հետևաբար, առաջավոր թեկնածուի կողմն ընտրողների անցման հետ: Թեկնածուն, որը հայտնվում է իր հակառակորդների նկատմամբ առաջնային դիրքում, հանկարծ ձեռք է բերում աճող հանրաճանաչություն բնակչության շրջանում: Եվ ՁԼՄ-ը ավելի մեծ ուշադրություն են հատկացնում նրան, քան մյուս թեկնածուներին, ինչի արդյունքում տվյալ թեկնածուն հասնում է

լայն ճանաչողության, որն էլ ապահովում է հաջողություն և հնարավոր հաղթանակ ընտրություններում:

Կարևորելով ընտրական գործընթացի վրա լրատվամիջոցների ազդեցության նշանակությունը՝ նշենք ազդեցության ևս երկու ձևեր, որոնք դրսևորվում են հեռուստատեսության ոլորտում [6]. «Կապույտ առկայծման էֆեկտը», որն ունի դրական ազդեցություն, և «բումերանգի էֆեկտը», որն ունի բացասական ազդեցություն:

«Կապույտ առկայծման էֆեկտի» էությունն այն է, որ մարդը, որը ճանաչելի է արտաքինապես հեռուստատեսությանում հայտնվելու շնորհիվ, հասարակ մարդկանց կողմից անխուսափելիորեն դիտվում է որպես առաջնորդ, մարդ, որը զգալիորեն տարբերվում է իրենցից: Նման հաջողության, անշուշտ, անհնար է հասնել լսարանի հետ անմիջական շփման արդյունքում: Այս դեպքում ասում են, որ մարդիկ չեն ընտրում նախագահներին կամ պատգամավորներին. սկզբնապես նրանց ընտրում է հեռուստատեսությունը, որից հետո ընտրողների մոտ առաջանում է «կապույտ առկայծման էֆեկտը», այսինքն՝ ընտրողներն իրականացնում են հեռուստատեսության կամքը, որը գալիս է ենթագիտակցությունից:

Իսկ «բումերանգի էֆեկտն» այն է, որ մարդկանց վրա հեռուստատեսության ազդեցության չարաշահումը հանգեցնում է բացասական արդյունքների, այսինքն՝ հեռուստատեսությամբ անընդմեջ միևնույն թեկնածուի ցուցադրումը նախ՝ մարդկանց մոտ ծնում է զայրույթ առ տվյալ թեկնածուն, ապա՝ ատելություն, իսկ վերջում նրանք գաղտնի քվեարկում են ընդդեմ այդ թեկնածուի:

Վերադառնալով բուն ընտրական գործընթացին ՋԼՄ-ի մասնակցությանը՝ նշենք, որ առանձնացվում են ընտրական գործընթացի հետևյալ հիմնական փուլերը.

- նախընտրական փուլի սկիզբը,
- ընտրարշավը,
- խորհրդածության համար պարտադիր ժամանակը (որոշ երկրներում),
- քվեարկության օրը,
- արդյունքների հաշվարկն ու հրապարակումը,
- իշխանության փոխանցումը:

Նախընտրական փուլում լրատվամիջոցները սովորաբար լուսաբանում են կառավարության ու տարբեր կուսակցությունների գործունեությունը: Որոշ երկրներում ընտրարշավին նախորդող շրջանը համարվում է քվեարկողներին կրթելու ծրագրերի շրջան: Այդ ծրագրերն առանձնապես կարևոր են անցումային փուլում գտնվող ժողովրդավարական երկրների համար, որոնք երկար տարիներ բաց ընտրությունների ավանդույթներ չեն ունեցել: Այս փուլում ընտրողները տեղեկացվում են քվեարկության համար գրանցվելու կարգի մասին, քվեարկության ձևերի մասին, նաև այն մասին, թե ինչպես են գրանցվում կուսակցություններն ու թեկնածուները:

Ընտրարշավի փուլում ՋԼՄ-ին թույլատրվում կամ (նայած օրենքի) նրանցից պահանջվում է հաղորդել կուսակցությունների և թեկնածուների ընտրական ծրագրերը: Այս փուլում ՋԼՄ-ն առավել ակտիվորեն են լուսաբանում քաղաքական իրադարձությունները: Տպագիր մամուլում տեղ են գտնում նորություններ, վերլուծություններ, խմբագրականներ, հասարակական կարծիքի սյունակներ: Հեռուստատեսությամբ և ռադիոյով հաղորդվում են լուրեր, վերլուծություններ, քաղաքական բանավեճեր, կուսակցական կամ թեկնածուների նախընտրական հաղորդումներ, քաղաքական գովազդներ և այլն: Ընդ որում, ավելացնենք, որ այս փուլում կուսակցություններին և թեկնածուներին հավասար պայմաններով անվճար և վճարովի եթերաժամեր են ընձեռվում հեռուստատեսությամբ և ռադիոյով:

Խորհրդածության փուլը հատուկ չէ բոլոր երկրներին: Սա սովորաբար ընտրական օրենքով վավերացված մի ժամանակահատված է, որն սկսվում է ընտրարշավի ավարտից և տևում է մինչև քվեարկության օրը: Ֆրանսիայում, օրինակ, այդ փուլը տևում է 7օր, Իտալիայում՝ 1օր, Շվեդիայում 1օր, իսկ Հայաստանում ևս 1օր՝ կապված այն բանի հետ, որ քվեարկության և դրան նախորդող օրը նախընտրական քարոզչությունն արգելվում է: Խորհրդածության ժամերը նպատակ ունեն ընտրողներին ժամանակ տալ մտորելու ընտրարշավի ընթացքում կուտակված տեղեկատվության շուրջ և որոշելու՝ ում ընտրել:

Քվեարկության օրը ՉԼՄ-ը լուսաբանում են այն, թե ինչպես է ընթանում ընտրությունը՝ սկսած եղանակից, որը շատ երկրներում ազդում է ընտրողների մասնակցության վրա, մինչև խախտումների մասին հայտարարությունները: Նրանք հանդես են գալիս նաև որպես անկախ դիտորդներ, որոնք հետևում են ընտրության ընթացքին, որպեսզի այն անցնի ազատ ու արդար՝ առանց քվեարկողների վրա ճնշում գործադրելու, առանց սպառնալիքի և առանց քվեարկության արդյունքների շահարկման փորձերի: Բացի դրանից՝ լրատվամիջոցները հարցազրույց են վարում ընտրողների և դիտորդների հետ ու գեկուցում նկատված որևէ խախտման մասին:

Արդյունքների հաշվարկման ու հրապարակման փուլում Ջանգվածային տեղեկատվական միջոցներն ուշադրությամբ հետևում են յուրաքանչյուր զարգացման, հնարավորին չափ վերահսկում են, որ ամեն ինչ հարթ ընթանա՝ առանց կեղծիքների և հնարավոր չարաշահումների: Ընդ որում, հատկապես հեռուստատեսությունը և ռադիոն նույն գիշերն անմիջապես կենտրոնից ընտրությունների արդյունքները հասցնում են ընտրողներին: Բացի դրանից՝ ՉԼՄ-ն կարևոր դեր ունեն կեղծված արդյունքների դեմ մարդկանց ընդվզումը լուսաբանելու հարցում:

Իշխանության փոխանցման փուլում լրատվամիջոցներն արդեն վերադառնում են իրենց առօրյա միջընտրական աշխատանքին՝ քննելով և լուսաբանելով նորընտիր կառավարության գործունեությունը: Քաղաքական հարցեր լուսաբանող Ջանգվածային տեղեկատվական միջոցները կառավարությանը ստիպում են միշտ հաշվետու լինելու իր գործողությունների համար՝ հատկապես կառավարության անդամներին հիշեցնելով իրենց նախընտրական խոստումները և ճնշում գործադրելով դրանց իրականացման նպատակով:

Փաստորեն, այս ամենը վկայում է այն մասին, որ լրատվամիջոցները հսկայական ներգործություն ունեն հասարակության քաղաքական կյանքի վրա. նրանք ակտիվ մասնակցություն են դրսևորում ընտրական գործընթացներում, և նրանց գործունեությունից որոշակիորեն կախված են ընտրությունների արդյունքները, այսինքն՝ այս կամ այն թեկնածուի կամ կուսակցության հաղթանակը կամ պարտությունը:

Այս ամենով հանդերձ՝ ընտրողների վրա ՉԼՄ-ի ազդեցության հնարավորությունները չպետք է բացարձակացնել, քանի որ «ոչ միայն քաղաքական ընտրարշավը, այլ ՉԼՄ-ը ևս ոչ այնքան մեծ թվով մարդկանց են հեղաշրջում»: Ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ սովորաբար ընտրողների 80 տոկոսը ընտրություններից մի քանի ամիս առաջ արդեն գիտի, ում է ընտրելու, և միայն 10 տոկոսն է կողմնորոշվում ընտրարշավների ժամանակ: Այստեղ հատկանշական են համարում այն, որ որքան շատ է ընտրողի անձնական կաղվածությունը ընտրության արդյունքներից, այնքան ավելի մեծ է լինում նրա քաղաքական կողմնորոշումը, և այնքան ավելի քիչ պահանջ ունի հիմնվել ՉԼՄ-ի վրա՝ որոշելու համար իր նախընտրությունները:

Ինչ վերաբերում է Հայաստանին, ապա պետք է ասել, որ ՉԼՄ-ի հաղորդած տեղեկատվության հանդեպ հետաքրքրությունը բավական ցածր է, որը բացատրվում է հա-

սարակության մեջ գոյություն ունեցող ֆրոստրացիոն և դեպրիվացիոն երևույթներով: Դրանք բացատրվում են բազմաբնույթ հանգամանքներով, ընդ որում դրանց միջև կապերը ինչպես հորիզոնական, այնպես էլ ուղղահայաց բնույթի են:

Այսպիսով՝ ժողովրդավարական երկրներում մարդիկ քաղաքականության մասին իրազեկվում են զանգվածային տեղեկատվական միջոցներից, որոնք ժողովրդավարության հսկողության և հակակշիռների հիմնական ուժն են համարվում: Շնորհիվ իրենց հնարավորությունների՝ մասնավորապես հասարակական կարծիքի ձևավորման տեսանկյունից, ՀԱՄ-ը քաղաքական սոցիալականացման գործընթացում կարևոր պոտենցիալ միջնորդի դեր են կատարում, բայց որպեսզի դրանք չմնան լոկ ցանկություններ թղթի վրա, շուտափույթ պետք է ստեղծել այնպիսի պայմաններ, որոնք հնարավորություն կտան անհատներին՝ իրագործելու ինքնիշխան սուբյեկտի իրենց դերը, այսինքն՝ իրավունք կունենան տեղ կանգնելու իրենց իրավունքներին և հարգելու ուրիշի իրավունքները: Սա է ժողովրդավարական հասարակության քաղաքական սոցիալականացման գերխնդիրը, որի իրագործման լիարժեք սուբյեկտ են զանգվածային տեղեկատվական միջոցները:

ԾԱՆՈԹԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

1. Пугачев В., Политология, Средства массовой информации, М., 2000, стр. 411-413.
2. Politik wissenschaftlie. Grundlegung/ Hrsg. VonKlaus von Beume. Bd. 2, Stuttgart, Berlin, 1987, p. 60.
3. Лассуел Г., Коммуникативный процесс и его структуры, //Современные проблемы социальной коммуникации//, С-Пб., 1996.
4. Հայաստանի Հանրապետության սահմանադրական իրավունք, Ջանգվածային լրատվության միջոցները, Եր., 2000, էջ 197:
5. Деннис Эв., Меррилл Дж., Беседы о масс-медиа, Глобализация средств массовой информации, М., 1997, стр. 347.
6. Ольшанский Д., Политическая психология, Массовые коммуникации, М., 2002, стр. 484-486.

ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ

**Ջանգվածային տեղեկատվական միջոցների դերը քաղաքական սոցիալականացման գործընթացներում
Հասմիկ Շափաղաթյան**

Հոդվածը նվիրված է արդիական հնչեղություն ունեցող և լայն մասսայականություն վայելող մի հիմնախնդրի, այն է՝ զանգվածային տեղեկատվական և լրատվական միջոցների դերն ու նշանակությունը քաղաքական սոցիալականացման գործընթացներում: Այսօր հատկապես անժխտելի է նրանց ահռելի նշանակությունը, որը պայմանավորված է ՀԻՄ-ի մեծ ազդեցությամբ ինչպես հասարակական կյանքի բոլոր ոլորտների, այնպես էլ հասարակության մտածողության, հասարակական կարծիքի, հասարակական գիտակցության վրա: Ահա թե ինչու իբրև հզոր սոցիալականացնող գործոն այսօր առանձնացնում ենք տեղեկատվությունը:

Բանալի բառեր՝ տեղեկատվություն, լրատվություն, քաղաքական սոցիալականացում, քաղաքական մտածողություն, քաղաքական գիտակցություն, հասարակական կարծիք, փաստերի բազմություն, քաղաքական հաջողություն, հասարակական կարգավիճակ, ժողովրդավարական վարչակարգ, գլոբալացում, համացանց, քաղաքական բլոգ:

РЕЗЮМЕ

Роль средств массовой информации в процессах политической социализации Асмик Шапагатян

Статья посвящена проблеме, которая чрезвычайно актуальна, популярна и широко известна – роль и значение средств массовой информации и коммуникации в процессе политической социализации. Сегодня, как никогда, неоспоримо их огромное значение, которое обусловлено влиянием масс медиа как на все области общественной жизни, так и на общественное мышление, общественное мнение и общественное сознание. Вот почему сегодня мы выделяем и отмечаем информацию как мощный социализирующий фактор.

Ключевые слова: информация, новости, политическая социализация, политическая мысль, политическое сознание, общественное мнение, многочисленные факты, политический успех, социальный статус, демократия, глобализация, интернет, политический блог.

SUMMARY

The Role of Mass Media in the Processes of Political Socialization Hasmik Shapaghatyan

The purpose of the article is to investigate one of the extremely relevant, popular and well known problems – the role and importance of mass media and mass communications in the processes of political socialization. Today more than ever the great importance, the significance of mass media is undeniable. That is due to the influence of mass media on all spheres of public life and public thinking, public opinion and social consciousness. That's why today we would like to focus on and highlight information being a powerful socializing factor.

Keywords: information, news, political socialization, political thought, political consciousness, public opinion, numerous facts, political success, social status, democracy, globalization, Internet, a political blog.