

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ԲԱՆԱԿԵՃԵՐ

Կոնգրեսական, նահանգային և տեղական ընտրություններում
քաղաքական կուսակցությունների կողմից առաջադրված թեկնածուների
ընտրարշավների աջակցության
չափանիշներ և ուղենիշներ

Ռոնալդ Ա. Ֆոշեի խմբագրությամբ

և

համահեղինակներ

Դեյվիդ Բեյլերի, Ջանեթ Բրաունի, Դայանա Բ. Քարլինի, Մայքլ Քորնֆիլդի,
Պիտեր Լ. Ֆրանսիայի և Մարկ Ուոթսի մասնակցությամբ

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ԲԱՆԱԿԵՃԵՐ

Ռոնալդ Ա. Ֆոշեի խմբագրությամբ

«Քամիեյնս ընդ Իլեքշնզ Փաբլիշինգ Քամիընի» ՍՊԸ
Կաշինգտոն, Կոլումբիա վարչատարածք

«Քամիէյնս ընդ Իլէքշնզ Փաբլիշինգ Քամիընի» ՍՊԸ

Վիրջինիա նահանգ, 22209, Արլինգտոն, Հյուսիսային 22-րդ փող., 1555
202-887-8529

www.debateproject.com
www.faucheux.com

Հեղինակային իրավունքը գրանցված է 2003 թ. © Ռոնալդ Ա. Ֆոշե

Բոլոր իրավունքները պաշտպանված են: Առանց հրատարակչի գրավոր համաձայնության՝ սույն հրապարակման որևէ մաս որևէ եղանակով կամ տեսքով՝ էլեկտրոնային կամ մեխանիկական, այդ թվում՝ պատճենահանման, ձայնագրման կամ տեղեկատվական պահպանման և ակտիվացման միջոցով, չի կարող վերարտադրվել կամ հաղորդվել:

Տպագրված է Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում

ISBN 0-9637447-5-5

Կոնգրեսի գրադարանի հսկիչ համար՝ 2003101489

ՆԱԽԸՆՏՐԱԿԱՆ ԲԱՆԱՎԵՃԵՐ. Կոնգրեսական, նահանգային և տեղական ընտրություններում քաղաքական կուսակցությունների կողմից առաջադրված թեկնածուների ընտրարշավների աջակցության չափանիշներ և ուղենիշներ

Ռոնալդ Ա. Ֆոշեի խմբագրությամբ, 1-ին հրատարակություն

ՆԱԽՈՆՏՐԱԿԱՆ ԲԱՆԱՎԵՃԵՐ

Կոնգրեսական, նահանգային և տեղական ընտրություններում քաղաքական կուսակցությունների կողմից առաջադրված թեկնածուների ընտրարշավների աջակցության չափանիշներ և ուղենիշներ

Ռոնալդ Ա. Ֆոշեի խմբագրությամբ

և

համահեղինակներ՝ Ղեյվիդ Բեյլերի, Ջանեթ Բրաունի, Ղայանա Բ. Քարլինի, Մայքլ Քորնֆիլդի, Պիտեր Լ. Ֆրանսիայի և Մարկ Ուոթսի մասնակցությամբ

Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշների ծրագիրը նպատակ ունի բարելավել թեկնածուների ընտրապայքարը՝ նման ծրագրերի հովանավորության համար նախատեսված ապակուսակցական չափանիշների և ուղենիշների մշակման միջոցով: Այս գիրքը միտված է խթանելու արդարացի միջավայրում և ընդարձակ լսարանների առջև քաղաքական լուրջ բանավեճերը, ընդ որում՝ արդարացի և համամասնակից մեթոդների կիրառմամբ, անկախ որևէ թեկնածուի, կուսակցության կամ գաղափարախոսության ազդեցությունից:

Ծրագրի շրջանակներում քննարկումներ են անցկացվել քաղաքականության, հեռահաղորդակցության ոլորտների, ինչպես նաև քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչների հետ՝ ընտրապայքարի հովանավորությանն առնչվող խնդիրներն առավել լայնածավալ հիմքով լուսաբանելու նպատակով: Թեկնածուական ընտրապայքարի հետ կապված հարցերի նկատմամբ քաղաքացիների դիրքորոշումները պարզելու համար հարցվել են ընտրողներ երկրի տարբեր ծայրերից: Նշված հարցերի շուրջ կարծիքներ են հավաքվել ամենատարբեր առարկայական մասնագետների, պատվարժան ակադեմիկոսների և հասարակական գործիչների, ինչպես նաև բազմաթիվ մեծ ու փոքր քաղաքական կուսակցություններ ու գաղափարախոսական ուղղություններ ներկայացնող քաղաքական գործիչների շրջանում:

Բանավեճերի քանակի և որակի խթանումն ի գործ է բարձրացնելու Միացյալ Նահանգներում տեղի ունեցող քաղաքական ընտրապայքարի որակը, քանի որ այդ միջոցով թեկնածուների տրամադրության տակ են դրվում նոր, մատչելի, նպատակային ուղիներ ընտրազանգվածին սեփական տեսակետները ներկայացնելու համար:

Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշների ծրագիրը գործում է «Փյու Չերիթթըլ Թրաստս» կազմակերպության դրամաշնորհային ֆինանսավորմամբ, ինչպես նաև Մերիլենդի համալսարանի «Ամերիկյան քաղաքականության և քաղաքացիության կենտրոնի» և, մասնավորապես, Հետազոտությունների գլխավոր մասնագետ դ-ր Պիտեր Լ. Ֆրանսիայի գործունե աջակցությամբ:

Խմբագրի մասին: Ռոնալդ Ա. Ֆոշեն աշխատել է որպես *Campaigns & Elections* («Մրցապայքար և ընտրություններ») ամսագրի և *Campaign Insider* (Մրցապայքարը՝ յուրայինի աչքերով) լրագրի գլխավոր խմբագիր և հրատարակիչ: Երկուսն էլ ապակուսակցական կոմերցիոն պարբերականներ են, որոնք հասցեագրված են քաղաքական գործունեությանը զբաղվող մարդկանց և ներկայացնում են քաղաքական պայքարի ռազմավարական մեթոդներն ու ուղղությունները: Երկրի 11 նահանգներում նա հանդես է եկել որպես 116 ընտրարշավների քաղաքական խորհրդատու: Նրա հեղինակությամբ և խմբագրությամբ լույս են տեսել քաղաքական պայքարին վերաբերող բազմաթիվ աշխատություններ և հոդվածներ. աշխարհի տարբեր մասերում հազարավոր թեկնածուներ է վերապատրաստել դաշնային, նահանգային և տեղական մարմիններում աշխատանքի անցնելու նպատակով:

Նախկինում դ-ր Ֆոշեն եղել է Լուիզիանա նահանգի Ներկայացուցիչների պալատի անդամ, ինչպես նաև Լուիզիանայի Առևտրի քարտուղար: Ջորջթաունի համալսարանում նրան շնորհվել է միջազգային գործունեության բակալավրի գիտական աստիճան, իրավաբանության դոկտորի կոչում Լուիզիանայի նահանգի համալսարանի իրավաբանության կենտրոնում և քաղաքագիտության գծով դոկտորի կոչում՝ Նյու Օռլեանի համալսարանում:

Նա *Ընտրարշավի մենեջմենթ* և *Պաշտոնի բանիմաց հավակնություն* է դասավանդում Վաշինգտոնի Ջորջ Վաշինգտոնի անվան համալսարանի քաղաքական մենեջմենթի բարձրագույն դպրոցում: Ղեկավարել է մի շարք կարևորագույն գիտական ուսումնասիրություններ «Փյու Չերիթթըլ Թրաստս»-ի և Մերիլենդի համալսարանի համար՝ նվիրված քաղաքական պաշտոնների թեկնածուներին, ընտրություններին և ընտրապայքարին: 1991-ին նա նաև հիմնադրել է Կառավարության առաջնորդության ինստիտուտը և բազմաթիվ վերապատրաստումներ է անցկացրել պետական պաշտոնյաների համար:

Որպես ՋԼՍ մեկնաբան՝ դ-ր Ֆոշեն վարում է համազգային մի պարբերականի քաղաքական խորագիրը, մշտապես հանդես է գալիս համազգային լրատվական և թոք-շոու հաղորդումների եթերում՝ իր խոսքը հասցեագրելով ողջ աշխարհի մասնագիտական, ակադեմիական, քաղաքական և առևտրային ոլորտի խմբերին: Լինելով *Political Oddsmaker-ի*՝ ընտրարշավի արձագանքման ինտերնետային ծառայության ավագ վերլուծողը, սկսած 1995-ից, Ֆոշեն 98% ճշտությամբ անվանել է ավելի քան 2200 ընտրություններում հաղթողներին: Նրա վերջին շրջանի աշխատություններից են «Պաշտոնի հավակնելու արվեստը» և «Հաղթանակ ընտրություններում» գրքերը:

Լրացուցիչ տվյալներ կարելի է ստանալ www.faucheux.com ինտերնետային կայքից:

Թողարկվել է *Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշների ծրագրի* կողմից, «Փյու Չերիթթըլ Թրաստս»-ի դրամաշնորհի միջոցով և Մերիլենդի համալսարանի «Ամերիկյան քաղաքականության և քաղաքացիության կենտրոնի» աջակցությամբ (տնօրեն՝ Փոլ Ս. Հերնսոն):

www.debateproject.com

\$25/US

Համահեղինակներ

Դեյվիդ Բեյլերը *Campaigns & Elections* ամսագրի ավագ թղթակից խմբագիրն է, նաև Վիրջինիա նահանգի Ստաֆորդ վարչատարածքի Վերահսկիչների վարչության նախկին անդամը:

Ջանեթ Բրաունը Նախագահական ընտրությունների հանձնախմբի տնօրենն է:

Դայանա Բ. Քարլինը (Փ.Դ.) հաղորդակցային ուսումնասիրությունների պրոֆեսոր է և Կանզասի համալսարանի բարձրագույն դպրոցի և միջազգային ծրագրերի ֆակուլտետի դեկանը: Նա եղել է 1996 թ. ընտրությունների դիտորդական խմբի, ինչպես նաև 2000 թ. Նախագահական ընտրությունների հանձնախմբի աշխատանքների համազգային կոորդինատորը:

Մայքլ Քորնֆիլդը (Փ.Դ.) քաղաքագիտական ռազմավարություն է դասավանդում Ջորջ Վաշինգտոնի անվան համալսարանի քաղաքական մենեջմենթի բարձրագույն դպրոցում և ղեկավարում նույն դպրոցի «Օն-լայն ժողովրդավարություն» ծրագիրը:

Ռոնալդ Ա. Ֆոշեն (Փ.Դ.) *Campaigns & Elections* ամսագրի գլխավոր խմբագիրն է. նախկինում նա Լուիզիանա նահանգի օրենսդիր մարմնի ներկայացուցիչ էր և քաղաքական լրատվամիջոցների խորհրդատու: Դասավանդում է Ջորջ Վաշինգտոնի անվան համալսարանի քաղաքական մենեջմենթի բարձրագույն դպրոցում:

Պիտեր Լ. Ֆրանսիան (Փ.Դ.) Մերիլենդի համալսարանի «Ամերիկյան քաղաքականության և քաղաքացիության կենտրոնի» գիտաշխատող է: Նա «Ընտրապայքարի խորհրդակցական չափանիշներ» ծրագրի հետազոտությունների գլխավոր մասնագետն է:

Մարկ Ուոթսը (Փ.Դ.) քաղաքական հետազոտությունների և ռազմավարության խնդիրներով զբաղվող «Աբակուս Ըսոչիեթս» ֆիրմայի գործընկերն է:

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշների ծրագիրը

Հեղ.՝ Ռոմալդ Ա. Ֆոշե

Անհարկի փոքր ուշադրություն է դարձվել նախագահական ընտրապայքարի մակարդակից վար գտնվող քաղաքական բանավեճերին: Նահանգային, վարչատարածքային և տեղական մակարդակի պաշտոնների ընտրություններում թեկնածուների մասին ընտրողներին իրազեկ պահելու առումով բանավեճերն իսկապես կարևոր դեր ունեն:

Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշների ծրագիրը, որը գործում է «Փյու Չերիթըբլ Թրաստս» կազմակերպության դրամաշնորհային ֆինանսավորմամբ, ինչպես նաև Մերիլենդի համալսարանի «Ամերիկյան քաղաքականության և քաղաքացիության կենտրոնի» աջակցությամբ, հետամուտ է ապակուսակցական չափանիշների մշակման միջոցով թեկնածուական ընտրապայքարը բարելավելուն: Առաջ է մղվում արդարացի միջավայրում և լայն լսարանների առջև քաղաքական լուրջ բանավեճերը խթանելու գաղափարը, ընդ որում՝ օրինական և համամասնակից մեթոդների կիրառմամբ, որոնք կախման մեջ չպետք է լինեն որևէ թեկնածուի, կուսակցության կամ գաղափարախոսության ազդեցությունից:

Տարիներ շարունակ բացակայել են համընդհանուր հավանության արժանացած այնպիսի չափորոշիչները կամ ուղենիշները, որոնք գործնական մոդել կդառնային քաղաքացիական, լրատվական կամ քաղաքական կազմակերպությունների համար: Սույն գրքի, ինչպես և ծրագրային այլ նյութերի ու նախաձեռնությունների բուն նպատակն է՝ օժանդակել նախագահական ընտրություններից ավելի ցածր մակարդակներում տեղի ունեցող քաղաքական բանավեճերի համար արդարացի, համընդհանուր հավանության արժանացած ուղենիշների հաստատմանը և խթանել դրանց կիրառումը դաշնային, նահանգային և տեղական ընտրություններում:

Այդ կարգի չափանիշները ներառում են մի շարք հանձնարարականներ և օգտակար խորհուրդներ, որոնք ձևավորվել են բանավիճային ամենատարբեր տեսակների և մոդելների հովանավորման ու կազմակերպման առնչությամբ՝ համապատասխան ոլորտի ներկայացուցիչների հարուստ փորձի հիման վրա:

Ծրագիրը սերտ կապեր է հաստատել քաղաքական գործընթացների մասնակիցների, հեռահաղորդակցման ինդուստրիայի և քաղաքացիական հանրության ներկայացուցիչների հետ՝ նպատակ ունենալով խթանել նրանց լայնածավալ ու բազմակողմանի արծագանքը բանավեճերի աջակցմանը ներագրող խնդիրների վերաբերյալ: Երկրի ամենատարբեր ծայրերում բնակվող ու գործող ընտրողները ներգրավվել են նպատակային հարցումներում՝ պարզելու համար քաղաքացիների դիրքորոշումները թեկնածուական բանավեճերի հետ կապված հարցերի նկատմամբ:

Բացի այդ, այս ծրագրի շրջանակներում հարցազրույցներ են կազմակերպվել թվով 611 անհատ լրագրողների, լրատվական գործակալությունների տնօրենների, խմբագիրների, բանավեճերի կազմակերպիչների, լրատվական խորհրդատուների, տեսաբանների, ընտրովի պաշտոններ զբաղեցնող անձանց և նախկինում քաղաքական պաշտոնների հավակնած թեկնածուների հետ՝ անձնական հանդիպումների, հեռախոսազրույցների կամ էլեկտրոնային փոստի միջոցով:

Կարծիքների լայնածավալ հարցում է կատարվել առարկայական մասնագետների, ակնառու գիտնականների և հասարակական գործիչների շրջանում: Ներգրավվել են նաև բազմաթիվ փոքր ու մեծ քաղաքական կուսակցությունների և գաղափարախոսական ուղղությունների ներկայացուցիչներ ու քաղաքական գործիչներ:

Ելնելով այն արդյունքներից, որոնք ստացվել են թե՛ հաղթանակած, թե՛ պարտություն կրած քաղաքական թեկնածուների հարցումների հիման վրա, ակնհայտ է դարձել, որ հրամայական պահանջ պիտի համարել ավելի մեծ թվով հնարավորությունների ստեղծումը կարևորագույն քաղաքական խնդիրների վերաբերյալ թեկնածուների համատեղ քննարկումների համար:

Հենց իրենք՝ թեկնածուները, առաջարկվող բարեփոխումներին և քաղաքական համակարգի փոփոխություններին վերաբերող տարբեր մոտեցումների տեսանկյունից տարանջատված լինելով և անկախ իրենց կուսակցական ու տարածաշրջանային պատկանելությունից, ընդհանուր համաձայնություն են արտահայտել հանրային բանավեճերի խթանման անհրաժեշտության կապակցությամբ: Ավելի մեծ թվով և բարձր մակարդակի բանավեճերը, որոնք անցկացվում են լայն լսարանների առջև և արդար ընտրապայքարի մթնոլորտում, անկասկած կնպաստեն Միացյալ Նահանգներում քաղաքական ընտրապայքարի աշխուժացմանը, քանի որ թեկնածուներին նոր, ավելի մատչելի, թեմատիկ ուղիներ կտրամադրվեն սեփական տեսակետներն ընտրողներին ներկայացնելու համար:

Թեկնածուական բանավեճերը սոսկ կարևոր քաղաքացիական և տեղեկատվական միջոցառումներ չեն. դրանք ի զորու են նաև էապես ներազդել ընտրապայքարում թեկնածուների կարգավիճակի վրա: Այսպես, 2002 թ. ընտրությունների ժամանակ, բազմաթիվ դիտորդների կարծիքով, հենց տեղի ունեցած բանավեճերն էին, որ լուրջ ազդեցություն ունեցան Միսսուրի, Մինեսոտա, Լուիզիանա և Ջորջիա նահանգներից ԱՄՆ-ի Սենատի անդամ ընտրվելու համար մղված պայքարի, ինչպես և Մասաչուսեթսում ու Ֆլորիդայում կազմակերպված նահանգապետական ընտրությունների վրա: Նմանատիպ օրինակները բազմաթիվ են:

Հիմնվելով առկա փորձի և հետազոտությունների վերլուծության վրա, «Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշներ» ծրագիրը մշակել է բանավեճերի անցկացման ապակուսակցական և ապագաղափարախոսական մի շարք ուղենիշներ, չափորոշիչներ և մոդելներ, որոնք ներկայացված են սույն գրքում:

Թեկնածուների ներգրավում

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Հանրային բանավեճերի դեպքում ընտրարշավներն ըստ իրենց ժամանակահատվածների հարկ է բաժանել երկու խմբի՝ արտաքին (բուն ընտրությունից ավելի քան 30 օր առաջ) և նախընտրական (բուն ընտրությունից 30 կամ 30-ից պակաս օր առաջ): Արտաքին ժամանակահատվածում լուրջ մտադրություններ դրսևորող բոլոր թեկնածուները պետք է բանավեճերի հրավիրվեն: Նախընտրական ժամանակահատվածում լուրջ մտադրություններ դրսևորող բոլոր թեկնածուները, ինչպես նաև նրանք, ովքեր մինչև այդ պահին էական հանրային աջակցության են արժանացել, պետք է բանավեճերի հրավիրվեն:

Քաղաքական պաշտոններին հավակնող թեկնածուների բանավեճերին աջակցություն ցույց տալու ընթացքում չկա ավելի բարդ խնդիր, քան այն հարցը, թե արդյո՞ք պետք է այդ բանավեճերում ընդգրկել երրորդ կուսակցության թեկնածուներին ընդհանուր ընտրարշավների դեպքում, և ոչ խոշոր թեկնածուներին՝ նախնական ընտրապայքարի դեպքում:

Թեկնածուին բանավեճից դուրս թողնելը լուրջ հարց է, քանի որ այն պահանջում է լուծում գտնել երկու օրինական, բայց և հակոտնյա սկզբունքների կիրառման համար: Առաջինն արդարության ապահովման սկզբունքն է: Համամասնակցության ջատագովները պնդում են, որ որևէ թեկնածուին հանրային բանավեճի մասնակից չդարձնելն անարդարացի է, քանզի յուրաքանչյուր թեկնածու ունի իր խոսքը հանրությանը հասցնելու իրավունք, և յուրաքանչյուր ընտրող ունի ամեն մի թեկնածուին լսելու իրավունք:

Երկրորդ սկզբունքն առնչվում է գործնական արդյունավետությանը: Սահմանափակ թվով թեկնածուների ներգրավման կողմնակիցներն այն կարծիքն են հայտնում, թե միայն հաղթելու քիչ թե շատ լուրջ հիմքեր ունեցող թեկնածուները պետք է ընդգրկվեն բանավեճերում, որպեսզի ընտրողներին հնարավորություն տրվի իրենց ուշադրությունը սևեռելու և լավագույնս գնահատելու այն թեկնածուներին, ովքեր ընտրապայքարի իրական սուբյեկտներն են: Նրանք պնդում են, որ հաղթելու չնչին կամ զրոյական հավանականությամբ «մանր» թեկնածուներին ներգրավելը սոսկ շեղում է ընտրողների ուշադրությունը, չափից ավելի ծանրացնում բանավեճի կառուցվածքը և կրճատում կարևոր խնդիրների քննարկման համար «խոշոր» թեկնածուներին տրամադրվելիք ժամանակը:

Բանավեճերին թեկնածուների մասնակցության հարցը ոչ միայն սկզբունքային, այլև քաղաքական նշանակություն ունի: Քաղաքագետներն այն եզրակացության են հանգել, որ բանավեճերին ոչ խոշոր թեկնածուների ներգրավումը նպաստում է հիմնական թեկնածությունների հանդեպ ցուցաբերվող վստահության աճին և, հետևաբար, հնարավորություն է ընձեռում ընտրությունների օրը լրացուցիչ քվեներ ստանալ:

Բանավեճերում «ոչ խոշոր» և «երրորդ» կուսակցությունների թեկնածուների ընդգրկման գործոնը կարող է նշանակություն ունենալ նաև ընտրապայքարի

Եզրափակիչ փուլում, երբ նման թեկնածուներն ի զորու չեն ամրապնդել իրենց իսկ ընտրարշավային դիրքերը. փոխարենը նրանք կարող են ընտրությունների ընթացքը փոխել հոգուտ «խոշոր» թեկնածուներից մեկի՝ քվեների մի մասն արտածելով մյուսից:

Երկու ժամանակահատվածների սահմանում

Այս երկու սկզբունքների՝ արդարացիության և գործնականության տրամաբանական հավասարակշռությանը հասնելու նպատակով հանձնարարելի է համարվում թեկնածուական բանավեճերի երկու ժամանակահատված սահմանել՝ *արտաքին* (ընտրության օրվանից ավելի քան 30 օր առաջ) և *նախընտրական* (ընտրության օրվանից 30 կամ 30-ից պակաս օր առաջ):

Արդարացիորեն և տրամաբանորեն՝ թեկնածուների ներգրավման չափանիշները նախընտրական ժամանակահատվածում կարող են ավելի մեծ դժվարությամբ բավարարվել, քան արտաքին ժամանակահատվածում: Եթե արտաքին ժամանակահատվածում հանրային բանավեճերին մասնակցելու հնարավորություն ստացած ոչ խոշոր կամ երրորդ կուսակցության թեկնածուն բավականաչափ մեծ հանրային աջակցության չի արժանանում ընտրարշավի եզրափակիչ 30 օրվա փուլ մտնելիս, բանավեճերին աջակցություն ապահովող կազմակերպությունները, ելնելով թեկնածուների մասնակցության սահմանափակման նպատակահարմարությունից, ընդունելի հիմքեր են ստանում ներգրավման չափանիշները խստացնելու համար:

1. *Արտաքին ժամանակահատվածի տեստ:* Արտաքին ժամանակահատվածում թեկնածուին ներգրավելու հիմք պետք է դառնա նրա *նպատակի լրջության աստիճանը*: Բոլոր այն թեկնածուները, ովքեր իրենց դիրքորոշումներում ցուցաբերում են նման լուրջ նպատակ, պետք է ներգրավվեն բանավեճերում:

Լուրջ նպատակներ չունեցող թեկնածուների թվում են այսպես կոչված «կատակող» թեկնածուները, նրանք, ովքեր իմաստալից ընտրարշավ չեն ծավալում, ինչպես նաև այն թեկնածուները, ովքեր իրենք իսկ ընդունում են, որ իրենց թեկնածությունները լոկ խորհրդանշական են կամ դիպվածային:

Կարևոր է հաշվի առնել, որ փոքր հանրային աջակցության կամ ճանաչման արժանացած ոչ խոշոր կամ երրորդ կուսակցությունների թեկնածուներն այնուամենայնիվ պետք է հավասար հնարավորություններ ստանան ընտրարշավի վաղ փուլերում իրենց ծրագրերը և հիմնարար խնդիրների նկատմամբ սեփական դիրքորոշումները ներկայացնելու համար:

2. *Նախընտրական ժամանակահատվածի տեստ:* Այս ժամանակահատվածում թեկնածուի ներգրավման հարցը հարկ է լուծել՝ ելնելով երկու նկատառումներից՝ նպատակի լրջություն և նշանակալի հանրային աջակցության արկայություն:

Նպատակի լրջություն և նշանակալի հանրային աջակցության ունեցող բոլոր թեկնածուները, ովքեր մուտք են գործում եզրափակիչ 30-օրյա փուլ, պարտադիր պետք է ընդգրկվեն բանավեճերում:

▲ Նախքան բանավեճերին մասնակցելու չափանիշներ սահմանելը և հրավերների թողարկումը, էլեկտրոնային և տպագիր լրատվամիջոցները, համագործակցելով բանավեճերի անցկացման այլ աջակից կազմակերպությունների հետ (օրինակ՝ քաղաքացիական կամ կրթական հաստատությունների), պետք է հիմնեն «Նախընտրական բանավեճերի խորհրդակցական չափանիշների» վարչություն: Վերջինիս կազմում պետք է ընդգրկվի քաղաքացիների ներկայացուցչական խումբը՝ կազմակերպվելիք բանավեճերի ընթացքում թեկնածուական մասնակցության չափանիշների սահմանման և կիրառման վերահսկողությունն իրականացնելու համար: Էական նշանակություն պետք է տրվի ողջ գործընթացի արդարացիությունը, ապակուսակցականությունն ու անկողմնակալությունն ապահովելուն:

Ներգրավման չափորոշիչներ. արտաքին ժամանակահատված

Արտաքին ժամանակահատվածում բանավեճերին մասնակից դառնալու միտումով *նպատակի լրջությունն* ապացուցելու համար թեկնածուն պետք է համապատասխանի տվյալ պաշտոնն ստանձնելու իրավական բոլոր հատկանիշներին. հարկ է, որ նա հավաքած լինի ընտրություններին մասնակցելու համար անհրաժեշտ ծայների քանակը կամ, ըստ գործող օրենսդրության, տվյալ պաշտոնի համար նախատեսված ընտրարշավի հաջող ընթացք ապահոված լինի:

Բացի այդ, թեկնածուն պետք է բավարարի ներգրավման ստորև բերված չափորոշիչներից առնվազն մեկին.

1. Թեկնածուն ստացել է ծայների 5 և ավելի տոկոսը, ինչը հիմնավորվել է նախնական մրցապայքարային փուլում, փորձառու քաղաքական սոցիոլոգի՝ մասնագիտական եղանակներով անցկացված հասարակական կարծիքի հարցման արդյունքներով, որը հիմնված է ընտրական ողջ զանգվածի գիտական նմուշօրինակի վրա՝ անձշտության 5%-ից ցածր թույլատրելի սահմանի պայմաններում (95% -ի վստահության մակարդակի դեպքում):

Ներքոհիշյալը կարելի է օգտագործել որպես ուղենիշ՝ հարցում անցկացնող սոցիոլոգի «փորձառու» լինելը որոշելու համար:

- (ա) Սոցիոլոգն առնվազն եռամյա արդյունավետ անդամության պատմություն ունի «Քաղաքական խորհրդատուների ամերիկյան ասոցիացիայում», «Հանրային կարծիքի ուսումնասիրության համաշխարհային ասոցիացիայում», «Հանրային կարծիքի ուսումնասիրության ամերիկյան ասոցիացիայում» կամ «Քաղաքագիտության ամերիկյան ասոցիացիայում», կամ
- (բ) *Սոցիոլոգն աշխատում է լրատվամիջոցներում, կրթական կամ ապակուսակցական այլ կազմակերպություններում և այդ աշխատանքի բերումով անցկացրել է համապետական, նահանգային կամ կոնգրեսական/վարչատարածքային հարցումներ՝ արդյունքների հրապարակմամբ, կամ*
- (գ) *Սոցիոլոգի մասնագիտական ունակություններն օգտագործվել են առնվազն երեք քաղաքական ընտրարշավներում կամ հանձնախմբերի կողմից, առնվազն երեք ընտրությունների առնչությամբ՝ նահանգային, կոնգրեսական,*

վարչատարածքային և/կամ տեղական օրենսդրական պաշտոնների համար առաջադրված թեկնածուների համար:

ԿԱՄ

2. Թեկնածուն օրինական փաստաթղթերի միջոցով հաշվետվություն է ներկայացրել դաշնային, նահանգային կամ տեղական կառավարման մարմիններին ընտրարշավի ընթացքում ընտրական իրավունք ունեցող բնակչության 1000 անդամներից առնվազն մեկից սեփական ընտրարշավի օգտին \$50 և ավելի գումարով մուտք արված ներդրման մասին (հիմք ընդունելով ընտրողների թիվն ըստ ԱՄՆ-ում անցկացված վերջին մարդահամարի), չհաշված այն ներդրումները, որոնք կատարվել են հենց թեկնածուի, կամ նրա ամուսնու/կնոջ, կամ նրա հարազատ կամ որդեգրած երեխաների կողմից: (Հարկ է նկատի ունենալ, որ ներդրողները կարող են և հաշվառման ենթարկվող մշտական բնակիչների թվից չլինել):

ԿԱՄ

3. Թեկնածուն նախկինում ընտրվել կամ զբաղեցրել է այն պաշտոնը, որի համար ներկայումս առաջադրված է նրա թեկնածությունը:

ԿԱՄ

4. Թեկնածուն պաշտոնապես առաջադրված է այն քաղաքական կուսակցության կողմից, որը. (ա) ստացել է ձայների առնվազն 3 տոկոսը այն նահանգի ամենավերջին նահանգապետական ընդհանուր ընտրություններում, որտեղ գտնվում են նրա ընտրողները, կամ (բ) ստացել է ձայների առնվազն 3 տոկոսը նախորդ նախագահական ընտրությունների ժամանակ, այն նահանգում, որտեղ գտնվում են իր ընտրողները, կամ (գ) ստացել է ձայների առնվազն 5 տոկոսը նույն պաշտոնի համար անցկացված նախորդ ընդհանուր ընտրությունների ժամանակ, որին հավակնում է ներկայումս:

Այն նահանգներում, որտեղ գործում են ընտրություններում քաղաքական կուսակցությունների մասնակցության համար անհրաժեշտ քվեների նվազագույն քանակները, որոնք ընդհանուր առմամբ համահունչ են սույն հատվածում ներկայացված նվազագույն քանակների հետ, բանավեճերի աջակիցները սեփական հայեցողությամբ սույն հատվածի դրույթները կարող են փոխարինել համապատասխան կանոնադրական պահանջների բավարարման մասին դրույթներով:

ԿԱՄ

5. Թեկնածուն նախորդ ութ տարվա ընթացքում իր թեկնածությունն է առաջադրել քաղաքական կուսակցության անունից նույն պաշտոնի համար անցկացվող նախնական ընտրություններում, պայմանով, սակայն, որ թեկնածուն կամ (ա) հաղթել է առաջին փուլում, կամ (բ) հավաքել է նշված նախնական ընտրություններում գրանցված բոլոր ընտրողների ընդհանուր թվի ձայների առնվազն 5 տոկոսը:

ԿԱՄ

6. Թեկնածուն նախորդ ութ տարվա ընթացքում հավակնել է նույն պաշտոնինև ստացել ընդհանուր ընտրություններում մասնակցող ընտրողների առնվազն 20 տոկոսը:

ԿԱՄ

7. Թեկնածուն համապատասխանել է ընտրություններին մասնակցելու իրավաբանական հայտի պահանջին, պայմանով, սակայն, որ նշված հայտն

օրինական կարգով պահանջ էր առաջադրում գրանցված կամ իրավասու ընտրողների օրինական ստորագրությունների որոշակի քանակության առկայություն, որը հավասար պետք է լինի ընտրական իրավունք ունեցող բնակչության ամեն 1 000 հոգուց 3-ի (հիմք ընդունելով ընտրողների թիվն ըստ ԱՄՆ-ում անցկացված վերջին մարդահամարի): Այն նահանգներում, որտեղ գործում են ընտրություններում թեկնածուի կամ քաղաքական կուսակցությունների հայտերի առնչությամբ անհրաժեշտ քվեների նվազագույն քանակները, որոնք ընդհանուր առմամբ համահունչ են սույն հատվածում ներկայացված նվազագույն քանակների հետ, բանավեճերի աջակիցները կարող են սեփական հայեցողությամբ փոխարինել սույն հատվածի դրույթները համապատասխան կանոնադրական պահանջների բավարարման մասին դրույթներով:

ԿԱՄ

8. (ա) *Համանահանգային, կոնգրեսական կամ նահանգային օրենսդրական ընտրությունների դեպքում.*

Թեկնածուն կատարել կամ այժմ էլ կատարում է նահանգապետի, նահանգում անցկացված համանահանգային ընտրություններում ընտրված սահմանադրական իշխանության պաշտոնյայի, ԱՄՆ-ի Սենատի անդամի, ԱՄՆ-ի Ներկայացուցիչների Պալատի անդամի, համանահանգային ընտրությամբ ընտրված կառավարման մարմնի անդամի կամ իր ընտրողների գտնվելու վայր հանդիսացող նահանգում գործող նահանգային օրենսդիր մարմնի անդամի պարտականությունները:

(բ) *Տեղական, վարչատարածքային կամ մունիցիպալ ընտրությունների դեպքում.*

Թեկնածուն կատարել կամ այժմ էլ կատարում է նահանգապետի, նահանգում անցկացված համանահանգային ընտրություններում ընտրված սահմանադրական իշխանության պաշտոնյայի, ԱՄՆ-ի Սենատի անդամի, ԱՄՆ-ի Ներկայացուցիչների Պալատի անդամի, համանահանգային ընտրությամբ ընտրված կառավարման մարմնի անդամի, վարչատարածքային ընտրությամբ ընտրված պաշտոնյայի, վարչատարածքային ընտրությամբ ընտրված կառավարման մարմնի անդամի, քաղաքային ընտրությամբ ընտրված մունիցիպալ պաշտոնյայի կամ իր ընտրողների գտնվելու վայր հանդիսացող նահանգում գործող համաքաղաքային կառավարման մարմնի անդամի պարտականությունները:

Օրինակներ պարզաբանման համար

- *Չարլի Պիտերսոնն իր թեկնածությունն է առաջադրել 223.456 բնակչությամբ Ջեֆերսոն քաղաքի շրջանային դատախազի պաշտոնի համար: Թիվ 2 չափորոշիչին բավարարելու համար հարկ կլինի, որ նա \$50 և ավելի մեծ գումարի ներդրումներ ապահովի առնվազն 223 հոգուց:*
- *Ազատական կուսակցությունից որպես նահանգի ասամբլեայի պատգամավոր առաջադրված Ջոն Ջոնզը 4(ա) չափորոշիչին կբավարարեր, եթե Ազատական կուսակցության կողմից առաջադրված ԱՄՆ-ի նախագահության թեկնածուն*

նախագահական վերջին ընտրություններում ստացած լինելը համանահանգային քվեարկության առնվազն 3%-ը:

- Մերի Սմիթը, որի թեկնածությունը «Կանաչների» կուսակցությունից առաջադրվել է Սանտա Ֆեի քաղաքապետի պաշտոնի համար, 4(ա)չափորոշիչին կբավարարեր, եթե Նյու Մեյքսիկոյի նահանգապետի պաշտոնի համար «Կանաչների» կուսակցությունից առաջադրված թեկնածուն վերջին նահանգապետական ընտրություններում ստացած լինելը համանահանգային քվեարկության առնվազն 3%-ը:
- «Բնական օրենքներ» կուսակցությունից Կոնգրեսում Երկրորդ վարչատարածքի պատգամավոր առաջադրված Բիլ Թոմսոնը կբավարեր 4(գ)չափորոշիչին, եթե նա վերջին համընդհանուր կոնգրեսական ընտրություններում ստանար Երկրորդ Վարչատարածքի քվեների առնվազն 5%-ը:
- Ժողովրդավարական կուսակցությունից որպես Կոնգրեսում Երրորդ վարչատարածքի պատգամավոր առաջադրված Ջեյն Մարտինը, որը նախորդ կոնգրեսական ընտրությունների առաջին փուլում հավաքել էր 16.565 քվե, ներկայումս կբավարեր թիվ 5 չափորոշիչին, եթե վարչատարածքում անցկացվող ընտրությունների առաջին փուլի դրությամբ ընտրական իրավունք ունեցող կամ գրանցված քվեարկողների թիվը լինելը 331.300-ից ոչ ավելի, իսկ նա հավաքեր այդ ընդհանուր թվի առնվազն 5%-ը:
- Նահանգապետի տեղակալի թեկնածու Ռալֆ Քելին ութ տարի առաջ նահանգապետի տեղակալի պաշտոնի համար անցկացված ընտրությունների ժամանակ անկախ թեկնածուի կարգավիճակով հավաքել էր քվեների 21%-ը: Տվյալ պարագայում նա կբավարարեր թիվ 6 չափորոշիչին:
- Հանրապետական կուսակցությունից որպես Կոնգրեսում Չորրորդ վարչատարածքի պատգամավոր առաջադրված Ֆիլ Փիտսը դրանից երկու տարի առաջ իր կուսակցությունից առաջադրվել էր որպես Կոնգրեսում Չորրորդ վարչատարածքի պատգամավոր պարտություն կրելով 63-37% հարաբերակցությամբ: Նա կհամապատասխաներ թիվ 6 չափորոշիչին:
- Շարոն Հարոլդն իր թեկնածությունն է առաջադրել 5.230.775 բնակիչ ունեցող նահանգի նահանգապետի պաշտոնի համար: Ըստ նահանգային օրենսդրության՝ թեկնածուների ցուցակում ընդգրկվելու համար նա պետք է հավաքեր գրանցված ընտրողների առնվազն 10.000 օրինական ստորագրություն, իսկ իրականում հավաքել է 12.234 ստորագրություն: Չափորոշիչ 7-ի կիրառման դեպքում նա այն չէր բավարարի: Չափորոշիչ 7-ին համապատասխանելու նպատակով իրավական հայտի մասին պահանջը նախատեսում է առնվազն 15.692 օրինական ստորագրությունների արկայություն ($5.230.775/1.000 = 5.230.775 \times 3 = 15.692$): Այս դեպքում, անկախ նրանից, որ նա ներկայացրել էր այդ թիվը գերազանցող քանակությամբ ստորագրություններ, նրա թեկնածությունն ընդունելի չէր կարող լինել, քանզի իրավական հայտի պահանջներով սահմանված թիվը (10.000) պակաս էր չափորոշիչ 7-ով պահանջվող թվից (15.692): Այդուհանդերձ, եթե ընտրարշավի աջակիցները որոշում ընդունեին սույն բաժնում ներկայացված հանձնարարելի պահանջի փոխարեն տվյալ նահանգի կանոնադրական պահանջը (10.000), ապա հավակնորդի հավաքած 12.234 ստորագրությունները կբավարարեին ներգրավման չափորոշիչներին:

Ներգրավման չափորոշիչներ. նախընտրական ժամանակահատված

Նախընտրական ժամանակահատվածում բանավեճերին մասնակից դառնալու միտումով *նպատակի լրջությունն* ու *նշանակալի հանրային աջակցության առկայությունն* ապացուցելու համար թեկնածուն պետք է համապատասխանի տվյալ պաշտոնն ստանձնելու իրավական բոլոր հատկանիշներին. հարկ է, որ նա հավաքած լինի ընտրություններին մասնակցելու համար անհրաժեշտ ձայների քանակը կամ ըստ գործող օրենսդրության՝ տվյալ պաշտոնի համար նախատեսված ընտրարշավի հաջող ընթացք ապահոված լինի: Բացի այդ, թեկնածուն պետք է բավարարի ներգրավման՝ ստորև բերված չափորոշիչներից առնվազն մեկին.

1. Թեկնածուն ստացել է ձայների 10 և ավելի տոկոսը, ինչը հիմնավորվել է նախնական մրցապայքարային փուլում, փորձառու քաղաքական սոցիոլոգի՝ մասնագիտական եղանակներով անցկացված հասարակական կարծիքի հարցման արդյունքներով, որը հիմնված է ընտրական ողջ զանգվածի գիտական նմուշօրինակի վրա՝ անճշտության 5%-ից ցածր թույլատրելի սահմանի պայմաններում (95% տոկոսի վստահության մակարդակի դեպքում):

Ներքոհիշյալը կարելի է օգտագործել որպես ուղենիշ՝ հարցում անցկացնող սոցիոլոգի «փորձառու» լինելը որոշելու համար:

- (ա) Սոցիոլոգն առնվազն եռամյա արդյունավետ անդամության պատմություն ունի «Քաղաքական խորհրդատուների ամերիկյան ասոցիացիայում», «Հանրային կարծիքի ուսումնասիրության համաշխարհային ասոցիացիայում», «Հանրային կարծիքի ուսումնասիրության ամերիկյան ասոցիացիայում» կամ «Քաղաքագիտության ամերիկյան ասոցիացիայում», կամ
- (բ) *Սոցիոլոգն աշխատում է լրատվամիջոցներում, կրթական կամ ապակուսակցական այլ կազմակերպություններում և այդ աշխատանքի բերումով անցկացրել է համապետական, նահանգային կամ կոնգրեսական/վարչատարածքային հարցումներ՝ արդյունքների հրապարակմամբ, կամ*
- (գ) *Սոցիոլոգի մասնագիտական ունակություններն օգտագործվել են առնվազն երեք քաղաքական ընտրարշավներում կամ հանձնախմբերի կողմից, առնվազն երեք ընտրությունների առնչությամբ՝ նահանգային, կոնգրեսական, վարչատարածքային և/կամ տեղական օրենսդրական պաշտոնների համար առաջադրված թեկնածուների համար:*

ԿԱՄ՝

2. Թեկնածուն օրինական փաստաթղթերի միջոցով հաշվետվություն է ներկայացրել դաշնային, նահանգային կամ տեղական կառավարման մարմիններին ընտրարշավի ընթացքում ընտրական իրավունք ունեցող բնակչության 1000 անդամներից առնվազն երեքից սեփական ընտրարշավի օգտին \$50 և ավելի գումարով մուտք եղած ներդրման մասին (հիմք ընդունելով ընտրողների թիվն ըստ ԱՄՆ-ում անցկացված վերջին մարդահամարի), չհաշված այն ներդրումները, որոնք կատարվել են հենց թեկնածուի, կամ նրա ամուսնու/կնոջ, կամ նրա հարազատ կամ որդեգրած երեխաների կողմից: (Հարկ է նկատի

ունենալ, որ ներդրողները կարող են և հաշվառման ենթարկվող մշտական բնակիչների թվից չլինել):

ԿԱՄ

3. Թեկնածուն նախկինում ընտրվել կամ զբաղեցրել է այն պաշտոնը, որի համար ներկայումս առաջադրված է նրա թեկնածությունը:

ԿԱՄ

4. Թեկնածուն պաշտոնապես առաջադրված է այն քաղաքական կուսակցության կողմից, որը. (ա) ստացել է ձայների առնվազն 10 տոկոսը այն նահանգի ամենավերջին նահանգապետական ընդհանուր ընտրություններում, որտեղ գտնվում են նրա ընտրողները, կամ (բ) ստացել է ձայների առնվազն 10 տոկոսը նախորդ նախագահական ընտրությունների ժամանակ, այն նահանգում, որտեղ գտնվում են իր ընտրողները, կամ (գ) ստացել է ձայների առնվազն 15 տոկոսը նույն պաշտոնի համար անցկացված նախորդ ընդհանուր ընտրությունների ժամանակ, որին հավակնում է ներկայումս:

ԿԱՄ

5. Թեկնածուն նախորդ ութ տարվա ընթացքում իր թեկնածությունն է առաջադրել քաղաքական կուսակցության անունից նույն պաշտոնի համար անցկացվող նախնական ընտրություններում, պայմանով, սակայն, որ թեկնածուն կամ (ա) հաղթել է առաջին փուլում, կամ (բ) հավաքել է նշված նախնական ընտրություններում գրանցված բոլոր ընտրողների ընդհանուր թվի ձայների առնվազն 10 տոկոսը:

ԿԱՄ

6. Թեկնածուն նախորդ ութ տարվա ընթացքում հավակնել է նույն պաշտոնին և ստացել ընդհանուր ընտրություններում մասնակցող ընտրողների առնվազն 30 տոկոսը:

Օրինակներ պարզաբանման համար

- Ազատական կուսակցությունից որպես Սենատում նահանգային պատգամավոր առաջադրված Թոմ Դանը կհամապատասխաներ 4(բ) չափորոշիչին, եթե Միացյալ Նահանգների նախագահի պաշտոնի համար Ազատական կուսակցությունից առաջադրված թեկնածուն հավաքեր համանահանգային քվեների առնվազն 10%-ը վերջին նախագահական ընտրությունների ժամանակ:
- Սենթրվիլի քաղաքապետի պաշտոնի համար «Բնական օրենքներ» կուսակցությունից առաջադրված Ջորջ Հարվին կհամապատասխաներ 4(ա) չափորոշիչին, եթե նահանգապետի պաշտոնի համար «Բնական օրենքներ» կուսակցությունից առաջադրված թեկնածուն նահանգային վերջին ընտրությունների ժամանակ հավաքեր համանահանգային քվեների առնվազն 10%-ը:
- Ռեֆորմիստական կուսակցությունից որպես Կոնգրեսում իր նահանգի Երկրորդ Վարչատարածքի պատգամավոր առաջադրված Ֆրեդ Բոլդուինը կհամապատասխաներ 4(գ) չափորոշիչին, եթե նա վերջին համընդհանուր կոնգրեսական ընտրություններում ստանար Երկրորդ Վարչատարածքի քվեների առնվազն 15%-ը:
- Էլիզաբեթ Մորիսը, որը նախորդ կոնգրեսական ընտրությունների առաջին փուլում իր նահանգի Երրորդ Վարչատարածքում Հանրապետականների կողմից

առաջադրված լինելով հավաքել էր 33.130 քվե, նշված ընտրություններում կհամապատասխաներ թիվ 5 չափորոշիչին, եթե տվյալ վարչատարածքում նախնական ընտրությունների անցկացման պահին քվեարկելու իրավունք ունեցողների կամ գրանցվածների թիվը կազմեր առավելագույնը 331.300, և նրան հաջողվեր հավաքել քվեների այդ ընդհանուր թվի առնվազն 10%-ը:

- Նահանգի գանձապետի պաշտոնի համար առաջադրված Բեթի Մարիոն դրանից ութ տարի առաջ կայացած նահանգային գանձապետական ընտրությունների ժամանակ անկախ թեկնածուի կարգավիճակով հավաքել էր քվեների 22%-ը: Նշված պարագայում նա չէր համապատասխանի թիվ 6 չափորոշիչի պահանջներին:
- Հանրապետական կուսակցությունից որպես Կոնգրեսում Առաջին Վարչատարածքի պատգամավոր առաջադրված Դազ Սնոուն դրանից վեց տարի առաջ իր կուսակցությունից առաջադրվել էր որպես Կոնգրեսում Առաջին Վարչատարածքի պատգամավոր՝ պարտություն կրելով 68-32% հարաբերակցությամբ: Նա կհամապատասխաներ թիվ 6 չափորոշիչին:

Այս գլխում շարադրված դրույթների հետ կապված թարմ տեղեկատվություն ստանալու համար կարելի է այցելել *National Association of Secretaries of State* ինտերնետային էջը, որտեղ նահանգային ընտրական գրասենյակների վերաբերյալ հղումներ կան <http://www.nass.org/sos/sosflags.html> հասցեում:

Կառուցվածքային այլընտրանքներ և աջակցության խնդիրներ

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավիճային ձևաչափերն իրենց կառուցվածքով պետք է ընտրողների համար ապահովեն հարցերի անկախ քննարկումներ:

Գոյություն ունի բանավեճերի անցկացման հինգ հիմնական ոճ:

- **Հարթակային/ամբիոնային բանավեճ:** Այս բանավեճի ժամանակ մասնակիցները կանգնում են հարթակի վրա կամ ստուդիայում՝ անշարժ բարձրախոսներով հագեցած ամբիոնի հետևում: Բանավեճը կարող է տեղի ունենալ ինչպես կենդանի լսարանի առկայությամբ, այնպես էլ առանց դրա: Հարթակային ոճը բանավեճի ավանդական ձև է, որն առաջին անգամ տեղի է ունեցել 1960 թվականին Քենեդի/Նիքսոն ընտրապայքարի ժամանակ և հետագայում իր կիրառումն է գտել բազմաթիվ հեռուստատեսային բանավեճերում: Թեև բեմականացման և կառավարման առումով սա համեմատաբար հեշտ տարբերակ է, այնուամենայնիվ, դիտորդների կարծիքով, այն չոր է և պաշտոնական, ինչը վանում է լսարանին: Այս ձևը նախընտրում են այն թեկնածուները, ովքեր դանդաղ են ձևակերպում իրենց մտքերը և գերադասում են հանդես գալ պաշտոնական ոճով: Մասնակցին հարթակի վրա կանգնեցնելը կարող է առաջացնել նաև ֆիզիկական բարդություններ, քանի որ ստիպված հաշվի է առնվում մասնակիցների քաշը, ինչպես նաև այն, թե որքան ժամանակ է մասնակիցն ի վիճակի կանգնած մնալ: Այս ոճը պահանջում է կանոնների հստակ կիրառում:

- **Հանրահավաքի տեսքով անցկացվող բանավեճ:** Այս դեպքում մասնակիցները գտնվում են քաղաքացիների առջև կամ քաղաքացիներով շրջապատված բեմի վրա: Թեկնածուները սովորաբար նստում են բեմահարթակի աթոռներին կամ էլ կանգնում բեմի վրա: Քաղաքային հանդիպումները թույլ են տալիս հավաքել մեծաքանակ հանդիսատես և մասնակիցներին ընձեռում են որոշակի ֆիզիկական ազատություն, սակայն այս ոճը դժվար կառավարելի է: Հեռուստատեսային սահմանափակ ստուդիաներում երբեմն հնարավոր չի լինում տեղավորել մեծաքանակ հանդիսատես: Այդ դեպքում նկարահանումները կատարվում են ստուդիայից դուրս, ինչը պահանջում է լրացուցիչ ծախսեր: Բարդություններ են առաջանում նաև այն դեպքերում, երբ բեմում գտնվում են չափից ավելի շատ մասնակիցներ: Ոչ հաշվեկշռված լսարանը կարող է խտրականություն առաջացնել՝ խաթարելով արդարությունը՝ հոգուտ որևէ մասնակցի: Մեծ բարդություններ կարող են ստեղծվել հարցերի առկայության դեպքում: Արդյո՞ք լսարանն իրավունք ունի հարցեր տալ: Եթե այո, ապա արդյոք հնարավոր է կատարել հարցերի նախնական ընտրություն: Կա՞, արդյոք, հարցեր տալու որոշակի կարգ: Այն մասնակիցները, ովքեր օժտված են արագ կողմնորոշվելու ունակությամբ և իրենց լավ են զգում ոչ պաշտոնական միջավայրում, նախընտրում են այս տարբերակը:

- **Կլոր սեղանի շուրջ անցկացվող բանավեճ:** Այս դեպքում մասնակիցները

նստում են կլոր սեղանի շուրջ՝ բեմի վրա կամ ստուդիայում: Ջրույցը տեղի է ունենում բանավեճը վարողի ղեկավարությամբ: Սովորաբար զրույցն ընթանում է առանց հանդիսատեսների:

Այս ձևը տրամադրում է զրույց-բանավեճի՝ առավել հանգիստ, ոչ այնքան պաշտոնական մթնոլորտում, որտեղ մարդիկ նստած են կողք-կողքի, ինչը ստեղծում է առավել մտերմիկ միջավայր: Բանավեճի այս ձևը հարմար է այն դեպքերում, երբ չկան հստակ կանոններ: Ջրույցի ղեկավարման ողջ ծանրությունն ընկնում է վարողի վրա: Այս դեպքում նախընտրելի է ունենալ հմուտ վարող:

▪ **Բազմանդամ թեկնածուական քննարկում:** Քննարկումներն այս դեպքում տեղի են ունենում բեմի վրա կամ ստուդիայում տեղադրված երկար ուղղանկյուն, կիսաշրջանաձև կամ պայտաձև սեղանի շուրջ: Ջրուցավարը կարող է նստել դեմ-դիմաց տեղադրված սեղանի կամ ամբիոնի մոտ: Հարցեր առաջադրողները կարող նստել իրար դիմաց տեղադրված սեղանների շուրջ: Լսարան կարող է լինել կամ չլինել: Բազմանդամ թեկնածուներով քննարկումները հաճախ կիրառվում են այն դեպքերում, երբ մասնակիցների քանակը շատ է /չորս և ավելի/: Այս տարբերակը հարմար և արդյունավետ է հատկապես նախնական կամ հիմնական փուլի ընտրությունների ընթացքում, երբ գործ ունենք մեծ թվով թեկնածուների հետ: Այս կառուցվածքը թույլ է տալիս կիրառել հստակ կանոններ:

▪ **Հարցազրուցային ծրագրի շրջանակներում անցկացվող բանավեճ:** Բանավեճը տեղի է ունենում արդեն գոյություն ունեցող հեռուստատեսային և ռադիոծրագրերի կամ հարցազրուցային հաղորդումների շրջանակներում: Հեռուստատեսային հարցազրույցի դեպքում բանավեճողները նստում են աթոռներին կամ բազմոցին, իսկ զրուցավարը նստում է կամ աթոռին, կամ էլ սեղանի շուրջ: Ռադիոհաղորդման դեպքում մասնակիցները նստում են սեղանի շուրջ, որի վրա տեղադրված են անհրաժեշտ քանակությամբ միկրոֆոններ՝ կախված մասնակիցների քանակից և ստուդիայի հնարավորություններից: Եթե բանավեճը հաղորդվում է հեռուստատեսային կամ ռադիո եթերով, ապա կենդանի լսարան չի ենթադրվում: Կա նաև հարցազրուցային ծրագրի շրջանակներում անցկացվող բանավեճի մեկ այլ տարբերակ՝ հեռակա հարցազրուցային ծրագիր: Հեռակա հարցազրուցային ծրագրի դեպքում մասնակիցները նստած են ստուդիայում և նայում են հեռուստախցիկներին: Թեկնածուները և հարցազրուցավարը կարող են գտնվել ինչպես նույն ստուդիայում, այնպես էլ մեկ այլ ստուդիայում կամ մեկ այլ վայրում: Հեռուստադիտողը տեսնում է միայն յուրաքանչյուր մասնակցի խոսող գլուխը, ինչպես օրինակ դա անում է ABC հեռուստատեսությամբ թղարկվող «Nightline» ծրագիրը և էլի շատ այլ կաբելային կամ տեղական հեռուստատեսային ծրագրերը՝ ամբողջական կամ մասնատված պատկերներով: Այս տարբերակով կենդանի լսարան չի նախատեսվում: Գոյություն ունեցող հեռուստատեսային կամ ռադիոհաղորդումների շրջանակներում տեղի ունեցող բանավեճերի ժամանակ զրույցի ընթացքն անկանխատեսելի կարող է լինել: Նման ծրագրերում հաճախ մեծ դեր է խաղում հաղորդավարի հմտությունն ու անհատականությունը, որը կարող է մասնակիցներին շեղել ելույթի համար նախապես պատրաստված նյութից: Բանավեճի այս տարբերակում հստակ կանոններ կամ ժամանակ սահմանելու պահանջներ չկան, իսկ հաղորդումը կառավարելու պատասխանատվությունն ընկնում է հաղորդավարի վրա:

Գոյություն ունեցող հեռուստատեսային հարցազրույցների շրջանակներում տեղի ունեցող բանավեճերը կարիք ունեն լրատվամիջոցների աջակցության, քանի որ նրանց համար կարող է սահմանվել ընդամենը 30 րոպե: Այդպիսի հաղորդումները

Ճեպընթացային են և ունեն կուռ կառուցվածք՝ կարճ ելույթներով և պատասխաններով: Քանի որ դրանք հիմնականում հարցազրուցային հաղորդումներ են, ապա կարող են շեղվել հիմնական քննարկումներից և թեմաներից, քանի որ հաճախ մասնակիցները ստիպված են լինում իրենց ելույթները և պատասխանները շատ կարճ ձևակերպել: Որոշ խորհուրդներ.

- Հիմնական ընտրությունների ժամանակ բազմաթիվ բանավեճերով եթեր տրվող ծրագրեր նախաձեռնելիս կազմակերպիչները/հովանավորները պետք է աշխատեն համատեղ՝ մասնակիցներին համոզելով, որ երկու կամ երեք ոճերի համակցումը կօգնի լրացնելու միմյանց բացը:

- Հարցազրույցի ձևով անցկացվող միջոցառումներն ունեն սահմանափակումներ՝ հավասարակշռված և արդար բանավեճ ներկայացնելու և թեկնածուի կողմից թեմաներն անկողմնակալ մեկնաբանելու հարցում: Հետևաբար, հաղորդավարները պետք է կրկնակի ջանք գործադրեն ծրագրի ընթացքը չաղավաղելու և անկողմնակալ քննարկում ծավալելու համար:

- Անկախ բանավեճի ոճից, հաղորդավարները պետք է համոզվեն, որ իրականացվում է բավական ազդեցիկ և հստակ հեռարձակում, և հանդիսատեսի կողմից հաղորդումն ընկալելու հարցում որևէ խոչընդոտ չկա: Տեսախցիկները պետք է ուղղված լինեն թեկնածուների վրա: Հաղորդման ձևավորումը պետք է լինի ճաշակով, տեսախցիկներն անընդհատ չկենտրոնացնելով որևէ բանի վրա: Եթեր պետք է տրվեն հաղորդման լավագույն կադրերը:

Բացման և փակման խոսք

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավեճի ժամանակ թեկնածուին պետք է բացման և փակման խոսք ասելու հնարավորություն տրվի:

- Որոշ տեսաբաններ կարծում են, որ բանավեճը պետք է հարց ու պատասխանից կազմված ծրագիր լինի, և թեկնածուները ելույթ ունենալու և մասնավորապես՝ բացման և փակման խոսք ասելու հնարավորություն չպետք է ունենան: Տեսաբանների մի մասը համաձայն չէ այս կարծիքի հետ և համարում է, որ թեկնածուները պետք է բացման և փակման խոսք ասելու իրավունք ունենան:

Ջանազան բանավեճերի ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ բազմաթիվ նախադեպեր են եղել, երբ թեկնածուին բացման խոսք ասելու հնարավորություն չի տրվել, բայց ամեն դեպքում, միևնույն է, նրանց մի մասն ասել է բացման խոսք՝ օգտագործելով առաջին հարցին պատասխանելու համար իրենց հատկացված ժամանակի մի մասը:

- Ցանկացած ձևաչափի բանավեճում թեկնածուներին պետք է տրվի բացման և փակման խոսք ասելու հնարավորություն:

Ստորև ներկայացվում է յուրաքանչյուր ելույթի տևողության համար սահմանված ժամակարգը:

Յուրաքանչյուր մասնակցին բացման և փակման խոսքի համար առաջարկվող ժամանակը

Թեկնածուների թիվը	Բանավեճի տևողությունը		
	90 րոպե	60 րոպե	30 րոպե
2	3 րոպե	2 րոպե	1 րոպե
3	2-3 րոպե	1-2 րոպե	45 վայրկյան
4+	1-2 րոպե	1 րոպե	30 վայրկյան

Բանավիճային ծրագրերի տևողությունը

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավեճը պետք է ներկայացնի հանպատրաստից, լիակատար անկախ, կոնկրետ թեմաների և խնդիրների շուրջ ծավալվող քննարկում: Նման դեպքերում սովորաբար պահանջվում է մեկ ժամանոց բանավեճ:

Համապարփակ բանավիճային ծրագրի տևողության հարցը բանավեճը կազմակերպողներից (հովանավորողներից) շատերի համար քննարկման թեմա է: Գլխավոր պաշտոնյաների մասնակցությամբ, ինչպիսիք են ԱՄՆ-ի սենատորները կամ նահանգապետները, բանավեճերի հաղորդման տևողությունը սովորաբար 60-90 րոպե է՝ կախված մասնակիցների թվից: Ոչ հիմնական հավակնորդների բանավեճերի հաղորդման տևողությունը հազվադեպ է գերազանցում մեկ ժամը: Տեղական շատ հեռուստակայաններ փորձում են բոլոր կարգի պաշտոնյաների (պետական գլխավոր պաշտոններ զբաղեցնող, տարածքային և տեղական պաշտոններ զբաղեցնող) բանավեճերի տևողության ժամկետը սեղմել՝ հասցնելով մինչև 30 րոպե, որն արդեն պատրաստի հարցազրուցային ծրագրերի տևողությունն է:

- Բանավիճային ծրագրերի առավելագույն տևողությունը 60 րոպե է:
- Ընտրությունների ժամանակ պետական գլխավոր պաշտոնյաների

(ԱՄՆ սենատոր և նահանգապետ) բանավեճի տևողության համար պետք է սահմանվի 90 րոպե, եթե ա/ այն տեղի է ունենում նախընտրական ժամանակաշրջանում, ք/ մասնակցում են երեք կամ ավելի թեկնածու և գ/ օգտագործվում է համակցված հարցերի տարբերակը (տե՛ս Գլուխը 4):

- Եթե գլխավոր պետական ընտրությունների (ԱՄՆ սենատոր և նահանգապետ), ինչպես նաև համապատասխան բարձրաստիճան ընտրությունների (ԱՄՆ ներկայացուցիչների պալատի և քաղաքապետի) բանավեճերի հաղորդման համար նախատեսվում է 30 րոպեանոց հարցազրույցի տարբերակը, ապա պետք է հիմնական ուշադրությունը բևեռել հատուկ թեմաների վրա՝ կազմակերպելով բազմաթիվ բանավեճեր:

Ելույթների և պատասխանների տևողությունը

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Ելույթներից կան հարցերին պատասխանելուց հետո բանավեճի մասնակիցներին պետք է տրվի համարժեք ժամանակ՝ տվյալ հանպատրաստից թեմայով լիակատար և անկախ քննարկում ծավալելու համար:

Կան հակասող տեսակետներ բանավեճի հայտարարությունների և պատասխանների տևողության վերաբերյալ: Ոմանք պնդում են, որ երկարատև ելույթների և պատասխանների արդյունքում ընդհանուր թեմաներով առավել կարևոր բանավեճեր են տեղի ունենում, իսկ ընտրողներն էլ հնարավորություն են ստանում լսել թեկնածուների հանպատրաստից խոսքը:

Մյուսները պնդում են, որ երկար պատասխանները սահմանափակում են թեկնածուներին տրվող հարցերի բազմազանությունը և կարևորությունը, երբեմն էլ տրվում են հարցեր, որոնք լսարանին քիչ են հետաքրքրում:

Բացման և փակման խոսքի, պատասխանների, հերքումների և դրանց արծազանքների տևողությունը պետք է կախված լինի բանավեճային ծրագրի ամբողջ տևողությունից և մասնակիցների թվից:

Մասնակիցների կողմից դիտանյութերի օգտագործումը

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Քաղաքական բանավեճերը պետք է կենտրոնանան մասնակիցների և կարևոր թեմաների շուրջ խոսելու նրանց ունակությունների վրա: Դիտանյութերի օգտագործումը պետք է արգելվի:

Դիտանյութերը (գրքեր, լուսանկարներ, պլակատներ, քարտեզներ), եթե դրանք պատշաճ ձևով են օգտագործվում, երբեմն օգնում են հիմնական թեմաները բացահայտելուն, սակայն միևնույն ժամանակ նրանք շեղում են լսարանի ուշադրությունը և ունեն ապակողմնորոշող տարրեր: Բանավեճերը պետք է կենտրոնանան մասնակիցների և իրենց դիրքորոշումը պաշտպանելու համար կոնստրուկտիվ առաջարկներ անելու նրանց ունակությունների վրա: Դիտանյութեր օգտագործելիս ավելի շատ ընդգծվում է թատերական կողմը, մանավանդ, եթե դրանք պատշաճ ձևով չեն օգտագործվում:

Այնուամենայնիվ, դիտանյութերը հիմնականում գնահատվում են որպես կրկնակի դժվար կառավարելի: Դրանք քանակի, տեսակի և չափերի հետ կապված խնդիրները կարող են բարդացնել և խճճել բանավեճի նախապատրաստումը:

- Թեկնածուն պետք է ձեռնպահ մնա դիտանյութերի օգտագործումից: Կազմակերպիչները/հովանավորները պետք է բոլոր մասնակիցների ուշադրությունը հրավիրեն դրանցից խուսափելու դրական կողմերի վրա:

- Բանավեճը վարողները և հարց տվողները նույնպես պետք է ձեռնպահ մնան դիտանյութերի օգտագործումից: Կազմակերպիչները/հովանավորները պետք է նրանց ուշադրությունը հրավիրեն դրանից խուսափելու դրական կողմերի վրա:

Մասնակիցների կողմից որպես հուշաթերթիկ՝ գրառումների օգտագործումը

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: քաղաքական բանավեճերը պետք է կենտրոնանան մասնակիցների և հիմնական թեմաները քննարկելու նրանց կարողության վրա, մասնակիցները պետք է կարողանան սահմանափակել որպես հուշաթերթիկ՝ գրառումները կիրառումը:

Ի տարբերություն դիտանյութերի, գրառումները սովորաբար բանավեճի ժամանակ էական ռիսկի գործոն չեն հանդիսանում կարևոր քննարկումներից շեղվելու հարցում, ինչպես նաև բարդ խնդիրներ չեն առաջացնում բանավեճերի կառավարման ժամանակ:

- Թեկնածուները, նիստը վարողները և հարց տվողներն իրավունք ունեն նոթատետրեր պահելու, որոնցում բանավեճերի ողջ ընթացքում կարող են գրառումներ անել: Այդպիսի նոթատետրերը պետք է տեղադրված լինեն ամբիոնի, նստարանի կամ սեղանի վրա՝ զեկուցողի առջև: Գրառումները կարող են արվել փոքրիկ թղթերի կամ ինդեքս քարտերի վրա, որոնք կարող են տեղադրված լինել մինչև 2 դյույմ (1 դյույմը=2,54սմ, *թրգմ.*) հաստության և 8,1/2x11 դյույմ չափերով թղթապանակներում:

- Թեկնածուները, վարողները և հարց տվողները պետք է իրավունք ունենան ողջ հաղորդման ընթացքում կատարել գրառումներ՝ սեփական օգտագործման համար:

- Հանրահավաքի տեսքով անցկացվող հանդիպումների բանավիճային ծրագրերում, ուր գրասեղան կամ ամբիոն չկա, թեկնածուն գտնվում է հարթակի վրա, օգտագործվող հուշատետրերի տեսակները սահմանափակվում են, և թեկնածուն հնարավորություն է ունենում իր մոտ պահել ինդեքս քարտի չափի նոթատետրեր: Բանավեճի կազմակերպիչները մասնակիցների ուշադրությունը մեկ անգամ ևս պետք է հրավիրեն այս սահմանափակման վրա:

Բանակցություններ թեկնածուների և նախընտրական շտաբների հետ

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Թեկնածուները և նախընտրական շտաբներն իրավունք ունեն համոզվելու, որ բանավեճի կանոնները և ձևերը կիրառվում են արդարացիորեն և անաչառ կերպով: Թեկնածուներին և նախընտրական շտաբներին օրինական բանավիճային ծրագրերից խուսափելու կամ դրանք խափանելու հնարավորություն չպետք է տրվի:

- Թեկնածուները և նրանց շտաբներն իրենց աջակիցների

միջոցով պետք է հնարավորության ունենան անկողմնակալ տեղեկատվություն ստանալու միայն հետևյալ հարցերի շուրջ.

- կոնկրետ բանավեճի օրը, ժամը և տեղը.
- բանավեճերի ընդհանուր թիվը.
- կազմակերպվելիք բանավեճերից յուրաքանչյուրի ձևը (հանրահավաքային հանդիպումներ, հարթակային/ամբիոնային բանավեճ, քննարկումներ կլոր սեղանի շուրջ, բազմաթիվ թեկնածուներով կազմակերպվող հարցազրույցներ).
- բանավեճը վարողի ընտրության մեթոդը.
- հարցերի ընտրության մեթոդը.
- հարցեր տվողների կարգավիճակները (օր.՝ բանավեճը վարողներ, լրագրողներ, լսարանի ներկայացուցիչներ, թեկնածուներ, ակադեմիկոսներ, քաղաքացիական ծառայողներ, անհատներ և այլն).
- բանավեճը վարողների և հարց տվողների անունները.
- այն ֆիզիկական առանձնահատկությունները և կառուցվածքային պահանջները, որոնք կարող են բանավեճի մասնակցի համար անարդարացիորեն անբարենպաստ լինել:
- Թեկնածուները կամ շտաբները բանավեճի ձևին, կանոններին, արարողակարգին առնչվող այլ տեսակետների շուրջ բանակցելու իրավունք չունեն:

Բանավեճերի ժամանակացույցը

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավեճերը չի կարելի կազմակերպել ընտրության օրվան նախորդող օրերին:

- Որևէ բանավեճ չի կարելի կազմակերպել ընտրության օրվան նախորդող 48 ժամերի ընթացքում, ինչպես նաև ընտրության օրը: Բանավեճերի ժամանակացույցը կազմելիս պետք է հաշվի առնվի այն հանգամանքը, որ, ելնելով ժամանակային գոտիների փոփոխությունից, որոշ նահանգներում ընտրությունները կազմակերպվում են շատ ավելի վաղ, կամ երբեմն կիրառվում է էլեկտրոնային փոստով քվեարկելու սկզբունքը, իսկ քաղաքից հարգելի պատճառով բացակայողների համար կիրառվում են ընտրելու համար սահմանված համապատասխան օրենքներ:

- Նահանգապետի, ԱՄՆ սենատորի, ԱՄՆ Ներկայացուցիչների պալատի, մեծ քաղաքների քաղաքապետների ընտրությունների ժամանակ մինչև նախընտրական ժամանակահատվածը պետք է կազմակերպվի առնվազն մեկ բանավեճ, իսկ նախընտրական ժամանակահատվածում՝ առնվազն երկու բանավեճ: Մնացած այլ մակարդակի ընտրություններում պետք է կազմակերպվի առնվազն մեկ բանավեճ՝ մինչև նախընտրական ժամանակահատվածը և առնվազն մեկ բանավեճ՝ նախընտրական ժամանակահատվածում:

Թեկնածուներին բանավեճերի հրավիրելու հրավիրատոմսերը

Բանավեճերի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավեճին մասնակցելու համար բոլոր հրավիրվողները պետք է հավասարապես տեղեկացվեն ժամի, տեղի և ծրագրի կանոնների մասին:

Բանավեճի մասնակիցներին վերջին պահին բանավեճի հրավիրելն անհարգալից վերաբերմունքի դրսևորում է: Քաղաքական գործիչները զբաղված մարդիկ են և ժամանակի խիստ պակաս ունեն: Բացի այդ, բանավեճին պատրաստվելու և դրա կանոններին ծանոթանալու համար թեկնածուներին որոշակի ժամանակ է անհրաժեշտ:

- Բանավեճի հրավիրատոմսերը պետք է հրատարակվեն ժամանակացույցը կազմելուց առնվազն մեկ ամիս առաջ: Այնուամենայնիվ, ընտրությունների վերջնական փուլի ժամանակ, երբ ընտրարշավը տևում է առնվազն չորս շաբաթ, բայց 8 շաբաթից պակաս, կամ ընդհանուր ընտրությունների ժամանակ, երբ ընտրարշավը, թեկնածուների գրանցումից հետո, տևում է առնվազն չորս շաբաթ, բայց ութ շաբաթից պակաս, բանավեճի հրավիրատոմսերը հրատարակվում են ժամանակացույցից առնվազն մեկ շաբաթ առաջ:

- Բանավեճից առնվազն հինգ օր առաջ բանավեճի մասնակիցներին պետք է բաժանվեն բոլոր անհրաժեշտ կանոնների և կառուցվածքների պահանջների պատճենները:

Բանավեճը վարողները

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավեճը վարողները վճռական դեր են խաղում թեկնածուների բանավեճը կազմակերպելու և կառավարելու հարցում: Վարողները պետք է լինեն առավելագույնս անկեղծ և անաչառ: Նրանք պետք է ունենան թեկնածուական բանավեճի կազմակերպման համապատասխան փորձ և վերապատրաստում, ինչպես նաև խորը գիտելիքներ այն հարցերի վերաբերյալ, որոնք կարող են ծագել բանավեճի ընթացքում: Առավել մեծ փորձ ու հմտություն ունեցող վարողները կարողանում են ավելի հեշտորեն և ոչ կարծր կանոններով բանավեճեր վարել:

Բանավեճի կազմակերպման ամենամեծ խնդիրներից մեկը փորձառու, բազմակողմանի զարգացած և հմուտ վարողի ընտրությունն է: Բանավեճ վարողը վճռորոշ դեր է խաղում բանավիճային ծրագրերը կառավարելու, դրանք անաչառ և պրոֆեսիոնալ կերպով ներկայացնելու հարցում: Նրանք միևնույն ժամանակ վճռորոշ դեր են խաղում այն դեպքում, երբ թեկնածուներից մեկը կամ մի քանիսը հրաժարվում են ենթարկվել կանոններին: Ահա թե ինչու խիստ կարևոր է ունենալ փորձառություն կամ վերապատրաստում:

- Բանավեճ վարողները պետք է մասնագիտական վերապատրաստում անցած լինեն հետևյալ հարցերի շրջանակներում. ա/ կանոնների պահպանում, բ/ հարց ու պատասխանի կառավարում, գ/ տեխնիկայից և սարքավորումներից օգտվելու իմացություն, դ/ բանավեճի ձևի զարգացում, ե/ արտակարգ իրավիճակներում

կողմնորոշվելու և ծագող խնդիրները լուծելու ունակություն, զ/ այն հիմնական քաղաքական հարցերի իմացություն, որոնք կարող են դառնալ տվյալ բանավեճի քննարկման նյութ:

- Մասնագիտական կրթական ծրագրերը պետք է մշակվեն երկու տիպի բանավեճ վարողների համար՝ հեռարձակվող բանավեճեր և բանավեճեր, որոնք եթեր չեն տրվում: Եթերային հաղորդումների պրոֆեսիոնալ կազմակերպիչները, հեռարձակվող լրատվական ծրագրերի տնօրենները և լրագրողները պետք է իրենց ավանդն ունենան նման կարգի վերապատրաստման ծրագրեր պատրաստելու գործում:

- Խորհուրդ է տրվում յուրաքանչյուր բանավեճից առաջ կազմակերպել նախապատրաստական դասընթացներ առանց թեկնածուների կամ մասնակիցների: Այդպիսի «ուսումնական» բանավեճերը վարողներին հնարավորություն են տալիս մեծ փորձ ձեռք բերել կանոններին հետևելու և, անհրաժեշտության դեպքում, թեկնածուներին ընդհատելու հարցում:

Պրոֆեսիոնալ հարց տվողներ

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Պրոֆեսիոնալ հարց տվողները պետք է լինեն հնարավորինս անկեղծ և անաչառ: Միևնույն ժամանակ նրանք պետք է խորը գիտելիքներ ունենան այն հիմնական հարցերի շուրջ, որոնք կարող են ծագել բանավեճի ընթացքում: Լսարանի համար, որն ընտրազանգվածի մի մասն է, հարցերի միջոցով ստեղծվում է անհրաժեշտ տեղեկատվություն ստանալու մեծ հնարավորություն:

Պրոֆեսիոնալ հարց տվողները՝ լինեն լրագրողներ, ակադեմիկոսներ թե քաղաքական գործիչներ, պետք է այնպիսի հարցեր տան, որոնց շնորհիվ բանավեճին մասնակցող բոլոր թեկնածուների վերաբերյալ անաչառ և հավասարազոր պատկերացում ստեղծվի: Հարցերը պետք է լինեն պարզ, համառոտ և արտահայտեն քննարկվող առարկայի էությունը: Հարցերը որեէ՛ տեսակետի վերաբերյալ կողմնակալ կարծիք չպետք է պարունակեն և նախապատվություն չպետք է տան թեկնածուներից որևէ մեկին: Միևնույն ժամանակ, հարց տվողներն առանց անհրաժեշտության չպետք է թեկնածուների պատասխանները մեկնաբանեն:

- Հարցեր մշակելիս բանավեճի կազմակերպիչները պետք է ելնեն խորը ուսումնասիրություններից և հաշվի առնեն մասնակիցների բազմաբնույթ լինելը: Յուրաքանչյուր թեկնածուի վերաբերյալ պետք է կազմվի թղթապանակ՝ հետևյալ համառոտ տեղեկատվությամբ.

- կենսագրական տվյալներ
- ինֆորմացիոն հոլովակներ
- հասարակական ելույթներ և դիրքորոշումներ
- քվեարկության պաշտոնական տվյալներ
- նախորդ հարցազրույցների և բանավեճերի պատճեններ
- ընտրարշավին առնչվող գրականության ցանկը և այլն:

Թեկնածուների այս թղթապանակները պետք է կազմվեն փորձառու հետազոտողների կամ թղթակիցների կողմից: Դրանք պետք է բաժանվեն բանավեճը վարողներին և պրոֆեսիոնալ հարց տվողներին:

Խորհուրդ է տրվում, որ համառոտ թղթապանակը մշակողները բանավեճի նախապատրաստման ժամանակ մասնակցեն հարցերի մշակմանը: Դա կարևոր է համոզվելու համար, որ հարցերը.

ա/ առնչվում են ընտրությունների թեմաներին,

բ/ ինֆորմացիան լուսաբանելու առումով ընկալելի են,

դ/ բովանդակային առումով կարևոր նշանակություն ունեն,

ե/ թեկնածուների շրջանում արդարացիորեն են բաշխված,

ե/ հիմնականում օգտակար են բանավեճին հետևողների համար:

- Յուրաքանչյուր բանավեճից առաջ անհրաժեշտ է կազմակերպել հարցերի պրակտիկ դասընթացներ, որին կմասնակցեն վարողները, պրոֆեսիոնալ հարց տվողները և թղթապանակներն ուսումնասիրողները:

Նման դասընթացները հնարավորություն կտան գնահատելու, թե որքանով են հարցերն առչվում թեմային, սահմանելու դրանց հերթականությունը և որոշելու, թե երբ են հնչելու հարցերը: Թեմայի լավ իմացությունը վճռորոշ է հարցը տվողի համար՝ հարցը տեղին հնչեցնելու և վարողի համար՝ գործընթացը կառավարելու հարցում: Կանխատեսելով թեկնածուների պատասխանները և հնարավոր խորամանկությունները, կարելի կլինի խուսափել արտառոց դեպքերից:

Հնարավորություն դեպքում առաջարկվում է նաև դերերի բաշխում: Թղթապանակ կազմող հետազոտողները և գեկուցողները պետք է թեկնածուի փորձագիտությունը խորությամբ ներկայացնեն: Այնուհետև, հարցերի քննարկումների ժամանակ և՛ վարողների, և՛ պրոֆեսիոնալ հարց տվողների հետ զրուցելիս, նրանք պետք է կարողանան ամբողջությամբ օգտագործել հարց տալու իրենց առիթն ու հնարավորությունը:

- Հարց տվողները պետք է ջանան առաջադրել այնպիսի հարցեր, որոնք լսարանի համար օգտակար կլինեն: Հարց տվողները չպետք է առաջադրեն անհատական բնույթ ունեցող հարցեր, որոնցում առաջարկվող խնդիրները հետաքրքրություն չեն ներկայացնում լսարանի համար:

Լսարանի ներկայացուցիչներից հարց տվողներ

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Եթե լսարանին տրվում է հարցեր տալու իրավունք, ապա հարց տվողների ընտրության գործընթացը պետք է խիստ անաչառ ու անկեղծ լինի:

- Երբ լսարանի ներկայացուցիչներին հարցեր տալու իրավունք է տրվում, ապա խիստ կարևոր է.

ա/ Նախօրոք պարզել, թե ովքեր են հարց տվողները, համոզվելու համար, որ տվյալ անձնավորությունն ընդգրկված չէ հարցեր տալու իրավունք ունեցող մասնակիցների ցուցակում: Օրինակ.

- աշխատակազմի անդամներ և թեկնածուների ակտիվ աջակիցներ,
- անհատներ, ովքեր հարցեր առաջադրելիս լուրջ նպատակ չեն հետապնդում,
- անհատներ, ովքեր իրենց ցուցադրաբար ըմբոստ են պահում և չեն հարգում բանավեճի կանոնները:

բ/ Հարցերը նախօրոք պարզել, խուսափելու համար.

- կրկնություններից,
- հարց տվողների ավելորդ մեկնաբանություններից,
- փաստերի աղավաղումից,
- դիտավորյալ գրոհներից,
- ոչ հստակ, անուղղակի և երկարաշունչ հարցերից:

Բանավեճի կազմակերպիչներն ունեն երկու տարբերակ. կամ լսարանին հնարավորություն ընձեռել հարցերն ուղղել անմիջապես, կամ հարցերը գրավոր ներկայացնել վարողին, որը հերթով և ճշգրտորեն կընթերցի հարցը կամ բանավոր կներկայացնի այն: Բանավեճի կազմակերպիչները միևնույն ժամանակ կարող են պրոֆեսիոնալ լրագրողների միջոցով ձայնագրել կամ նկարահանել ընտրողների մի որոշակի զանգվածի՝ այսպես կոչված փողոցի անցորդների շրջանում անցկացված vox-pop կոչվող հարցազրույցների ժամանակ առաջադրվող հարցերը:

- Սովորաբար լսարանից հարց տվողներ ընտրելիս պետք է հիմք ընդունել թեկնածուների հանդեպ նրանց չեզոքության հանգամանքը: Այնուամենայնիվ, եթե այնպես է պատահում, որ հարց տալու իրավունք է տրվում լսարանի այն ներկայացուցչին, որն ունի նախընտրած թեկնածու, ապա հարց տվողները պետք է այնպես ընտրվեն, որ պահպանվի հավասարակշռությունը: Թեկնածուին ակտիվ աջակցող անձնավորությունը, որն իր դիրքորոշումը ներկայացնում է թեկնածուին առաջադրած կազմակերպություններում, հարց առաջադրելու ընթացքում կարող է ճանաչվել:

Փոխարինողներ

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանվեճերին թեկնածուի մասնակցությունն ակտիվորեն խրախուսվում է, իսկ նրանց փոխարինողների մասնակցությունը, ընդհակառակը, բոլորովին չի խրախուսվում: Բացառիկ դեպքերում, երբ փոխարինողներին իրավունք է տրվում ներկա գտնվել բանավեճին, նրանց մասնակցության ակտիվությունը սահմանափակվում է:

Քաղաքական ընտրարշավների ժամանակ, մասնավորապես համապետական ընտրություններում, որտեղ բանավեճի անցկացման վայրի հեռավորության հարցը դառնում է խնդիր, երբեմն թեկնածուների անունից բանավեճին մասնակցելու են գնում փոխարինողները: Ժամանակացույցի օբյեկտիվ անհամապատասխանությունը և ճանապարհի կրկնակի ծախսերը դժվարացնում են (իսկ հաճախ նույնիսկ անհնարին են դարձնում) թեկնածուի մասնակցությունը բանավեճին: Նման դեպքերում փոխարինողների մասնակցությունը մեծապես նվազեցնում է բանավեճի կարևորությունը և օգտակարությունը:

Փոխարինողների մասնակցությամբ բանավեճերի քննարկման դինամիկան փոխվում է: Որոշ դեպքերում փոխարինողները պատրաստ չեն լինում բոլոր հարցերին ինչպես

հարկն է պատասխանելու և, փաստորեն, քննարկումներին ամբողջական մասնակցություն չեն ունենում: Այլ դեպքերում փոխարինողներն ուղղակիորեն կրկնում են նախապես պատրաստված ելույթները և կարգախոսները՝ առանց մեկնաբանությունների:

Եթե փոխարինողներն իրենք հայտնի պաշտոնյաներ են լինում, նրանք հաճախ խոսում են իրենց սեփական անունից և միշտ չէ, որ պատրաստ կամ հոժարակամ են լինում՝ ամբողջովին և ճշգրիտ ներկայացնելու թեկնածուի տեսակետը:

Որոշ դեպքերում, այն թեկնածուները, որոնց ներկայացնում է փոխարինողը, անարդարացիորեն առավելություն են ունենում՝ այն առումով, որ նրանց լրացուցիչ հնարավորություն է տրվում պաշտպանվելու հնարավոր գրոհներից և սխալ քայլերից:

- Այն բանավեճերին և բազմաթիվ թեկնածուներով միջոցառումներին, որոնք հեռարձակվում են հեռուստատեսությամբ կամ ռադիոյով, լինի դա ծայնագրություն, թե ուղիղ եթեր, փոխարինողների մասնակցությունը չպետք է թույլատրվի: Նման կարգի բանավեճերին թեկնածուի չներկայանալը պետք է զնահատվի որպես բանավեճին մասնակցելու մերժում:

- Այն բանավեճերի ժամանակ, որոնք չեն հեռարձակվում և որոնց մասնակցում է նվազագույնը մեկ թեկնածու, և որոնք տեղի են ունենում մասնավոր կամ հասարակական հանդիպումների ընթացքում, փոխարինողներին պետք է հնարավորություն տրվի. ա/ բացման խոսք ասել, բ/ բանավեճին մասնակցող թեկնածուների պատասխանների և ելույթների վերաբերյալ մեկնաբանություններ անել և գ/ փակման խոսք ասել:

Հարցերը պետք է ուղղվեն միայն թեկնածուներին և հարցերին պետք է պատասխանեն միայն թեկնածուները: Փոխարինողներն իրավունք չունեն պատասխանել հարցերին և հարցեր տալ ներկա գտնվող թեկնածուներին:

Եթե բանավեճին որևէ թեկնածու չի մասնակցում, այլ մասնակցում են միայն փոխարինողներ, ապա կիրառվում է մեկ կամ երկու հարց տալու պրակտիկան և փոխարինողներին տրվում է հարցերին պատասխանելու իրավունք :

- Փոխարինողներին իրավունք է տրվում մասնակցելու կենդանի լսարան ունեցող և չհեռարձակվող բանավեճերին, եթե ա/ նրանք ներկայացնում են թեկնածուի գրավոր համաձայնությունը և բ/ բանավեճը սկսելուց առնվազն 48 ժամ առաջ միջոցառման կազմակերպիչներին/հովանավորողներին և հրավիրված մյուս թեկնածուներին տվյալ թեկնածուի նախընտրական շտաբը գրավոր ծանուցում է, որ ներկայանալու է թեկնածուի փոխարինողը՝ նշելով վերջինիս անունը: Միայն հրատապ և անխուսափելի դեպքերում կարելի է բացառության կարգով գրավոր ծանուցում չպահանջել:

- Բանավեճում ընտրարշավը պաշտոնապես ներկայացնելու համար թեկնածուն պետք է առաջադրի իր փոխարինողին, իսկ վերջինս պետք է ծանոթ լինի թեկնածուի տեսակետին և լիազորված լինի խոսել նրա անունից:

- Առանց թեկնածուների մասնակցության ցանկացած կարգի եթեր հեռարձակվող և կենդանի լսարան ունեցող բանավեճերի ժամանակ ընտրարշավի պաշտոնական շտաբները պետք է մատնանշեն բանավեճի մասնակիցներին: Եթեր հեռարձակվող բանավեճերի ժամանակ որևէ լրատվամիջոց չպետք է լիազորված ներկայացուցիչներից բացի որևէ մեկին հնարավորություն ընձեռի տվյալ թեմայի շուրջ հանդես գալ թեկնածուի անունից:

Կանոնների կիրառումը

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Կանոնների սահմանումից և դրանց մասին մասնակիցներին հանգամանորեն տեղեկացնելուց հետո, ենթադրվում է, որ առանց բացառության բոլոր մասնակիցները դրանք պետք է կիրառեն:

Բանավեճի կանոնների կիրառումը կարող է դժվար խնդիր լինել մի շարք պատճառներով:

Նախ, բավական քիչ են այն արդյունավետ պատժամիջոցները, որոնք կարելի է կիրառել կոպիտ խախտումների դեպքում: Երկրորդ, պատժամիջոցները կիրառելու կամ ոչ պատշաճ կարգով կիրառելու դեպքում կարող է այնպիսի իրադրություն ստեղծվել, որ վտանգի ենթարկվի անաչառության և անկեղծության մթնոլորտը: Կանոնների կիրառման ձախողումը կարող է անբարենպաստ պայմաններ ստեղծել այն մասնակիցների համար, ովքեր հետևում են կանոններին, ինչպես նաև կարող է խաթարվել ծրագրի անաչառությունը և պրոֆեսիոնալիզմը:

- Բանավեճի մասնակիցներից պետք է պահանջել, որպեսզի նրանք խստորեն պահպանեն բոլոր կանոնները, որոնց մասին նրանց նախապես տեղեկացվել է:

- Բանավեճը վարողներն անկողմնակալ կերպով պետք է ղեկավարվեն ընդունված կանոններով:

- Եթե բանավեճի կանոնները թույլ են տալիս կազմակերպել ձկուն և անկաշկանդ բանավեճ, ապա վարողը պատասխանատվություն է կրում բանավեճի անկեղծ և անաչառ մթնոլորտ ձևավորելու համար:

- Բանավեճի կանոնները պետք է ներառեն հատուկ պատժամիջոցներ, որոնք վարողը կարողանա կիրառել կոպիտ խախտումների դեպքում: Եթե թեկնածուն թերանում է բանավեճի կանոնների կիրառման հարցում (օր.՝ չընդհատել մյուս թեկնածուներին, չխախտել սահմանված ժամանակը և այլն), ապա վարողը պետք է ընդհատի ելույթ ունեցողին և մատնանշի կատարված խախտումը: Եթե թեկնածուն հրաժարվում է ենթարկվել կանոններին, վարողը կարող է անջատել ելույթ ունեցողի խոսափողը և նախազգուշացնել, որ խախտումը կրկնվելու դեպքում թեկնածուին կառաջարկվի լքել բանավեճը: Եթե խախտումը կրկնվելուց հետո վարողը զգում է, որ բանավեճը շարունակելու համար անհրաժեշտ է թեկնածուից պահանջել լքել բանավեճը, ապա նա պետք է օգտվի իր այդ իրավունքից: Եթե թեկնածուից պահանջվել է լքել բանավեճը, ապա վարողը թեկնածուին հետ վերադարձնելու իրավունք ունի՝ նրան տալով բանավեճը շարունակելու հնարավորություն:

- Սահմանված կանոնները փոփոխության և վերանայման ենթակա չեն, եթե հնարավոր փոփոխությունների մասին բոլոր թեկնածուներին մինչև բանավեճի սկսվելը չի տեղեկացվել, և նրանցից համաձայնություն չի ստացվել:

Հիմնարար կանոններ

Բանավեճի նախընտրելի ստանդարտ: Բանավեճերի կազմակերպման ընթացքում աջակցություն ապահովող բոլոր կազմակերպությունները պետք է ղեկավարվեն արդարացի, անաչառ ու բաց գործընթացի ապահովման սկզբունքով: Նախապես հարկ է նշակել ու բոլոր մասնակիցներին ժամանակին ներկայացնել բանավեճերի անցկացմանն առնչվող բոլոր կանոններն ու կատարման եղանակները:

▲ Ստորև ներկայացված է քաղաքական բանավեճերի համար նախատեսված հիմնարար կանոնների մուշտրինակային համակարգ: Այդ կանոնների գերակշիռ մասը կարող է կիրառվել բանավեճերի մեծ մասի դեպքում, անկախ նրանից՝ դրանք հեռահաղորդակցային են, թե ոչ:

Գոյություն ունեն նաև լրացուցիչ կանոններ, որոնք կիրառելի են հատկապես՝ ա) հեռահաղորդակցային բանավեճերին, բ) ամբիոնային բանավեճերին, գ) բազմանդամ թեկնածուական քննարկման տեսքով կազմակերպված բանավեճերին, դ) հանրահավաքի տեսքով կազմակերպված բանավեճերին, ե) հարցազրուցային ծրագրի շրջանակներում անցկացվող բանավեճերին և գ) կլոր սեղանի շուրջ անցկացվող բանավեճերին:

ԲԱՆԱՎԵՃԻ ՀԻՄՆԱՐԱՐ ՕՐԻՆԱԿԵԼԻ ԿԱՆՈՆՆԵՐ

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆ

Բանավեճի հրավերներ: Բանավեճի հրավիրվող բոլոր թեկնածուներին հարկ է միևնույն ոճով կազմված հրավիրատոմսեր ուղարկել, ընդ որում՝ միաժամանակ:

Բանավեճերի կազմակերպիչները պետք է հրավերները կազմեն, հավատարիմ մնալով արդարացիության և անկողմնակալության սկզբունքին. նշված հրավերներ կազմելու ժամանակն ու ոճը պետք է փաստաթղթավորված լինեն:

Բանավեճերի հրավերները պետք է կազմվեն բանավեճի նշանակված օրվանից *առնվազն մեկ ամիս առաջ*: Այդուհանդերձ, կրկնակի ընտրությունների դեպքում, երբ ընտրարշավի ժամանակահատվածն առնվազն չորս շաբաթ է, բայց ութ շաբաթից ոչ ավելի, կամ ընդհանուր ընտրությունների ընթացքում, երբ ընտրարշավի ժամանակահատվածը գրանցված թեկնածուների ընտրվելուց հետո նույնպես առնվազն չորս շաբաթ է, բայց ութ շաբաթից ոչ ավելի, բանավեճերի հրավերները պետք է թողարկվեն բանավեճի նշանակված օրվանից *առնվազն երկու շաբաթ առաջ*: Կրկնակի այն ընտրություններում, որոնց ընտրարշավային ժամանակահատվածը չորս շաբաթից կարճ է, կամ ընդհանուր ընտրություններում, որոնց ընտրարշավային ժամանակահատվածը գրանցված թեկնածուների ընտրվելուց հետո նույնպես չորս շաբաթից կարճ է, բանավեճերի հրավերները պետք է թողարկվեն բանավեճի նշանակված օրվանից *առնվազն մեկ շաբաթ առաջ*:

Բանավեճին մասնակցելու հրավերը պետք է տեղեկություններ պարունակի բանավեճի անցկացման ժամանակի և վայրի, ինչպես նաև էական նշանակություն ունեցող այլ մանրամասներ: Այն նաև պետք է ներառի բանավեճի առաջարկվող կառուցվածքի սպառիչ պարզաբանում. նրան պետք է կցված լինի առաջարկվող հիմնարար կանոնների պատճենը: Եթե հրավիրված թեկնածուներից մեկն անհամաձայնություն հայտնի առաջարկված գաղափարներից մեկի առնչությամբ, բոլոր մյուս հրավիրված թեկնածուները և նրանց ներկայացուցիչները պետք է անհապաղ տեղեկացվեն կանոնների և/կամ բանավեճի կառուցվածքի շուրջ առաջացած անհամաձայնության քննարկմանն ու հանգուցալուծմանն ուղղված բանակցային հանդիպման մասին: Նշված կարգի բանակցային հանդիպման ստույգ թեման, պայմանները, ժամանակն ու վայրը պետք է նշվեն հրավերի մեջ:

Բանավեճի հրավերի ընդունում: Հրավիրված յուրաքանչյուր թեկնածուին պետք է տրվի *առնվազն 72* ժամ հրավերն ստանալուց հետո՝ բանավեճին մասնակցելու հրավերն ընդունելու վերաբերյալ որոշում կայացնելու համար:

Բանավեճի հրավերի մերժում: Եթե թեկնածուն չի ընդունում բանավեճին մասնակցելու հրավերը, նա պարտավոր է ժամանակին տեղեկացնել բանավեճի կազմակերպչին և գրավոր պարզաբանում տալ այդ մասին:

Եթե հրավերն ուղարկվել է բանավեճից առնվազն 30 օր առաջ, ապա մերժման ծանուցագիրը պետք է ուղարկվի թեկնածուի կողմից այն ստանալուց հետո՝ հինգ օրվա ընթացքում: Եթե հրավերն ուղարկվել է ավելի ուշ, քան բանավեճից 30 օր առաջ, ապա մերժման ծանուցագիրը պետք է ուղարկվի թեկնածուի կողմից այն ստանալուց հետո՝ երեք օրվա ընթացքում:

Բանավեճի մասնակիցների անունները հրապարակելու նպատակով լրատվամիջոցներին մամլո հաղորդագրություններ տրամադրելիս բանավեճի անցկացմանն աջակցող կազմակերպությունը պետք է ներառի նաև բանավեճին մասնակցելուց հրաժարված թեկնածուի համապատասխան պարզաբանումն ամբողջությամբ:

Եթե որևէ թեկնածու մերժում է բանավեճին մասնակցելու հրավերը, սակայն հետո, մինչև բանավեճի կայացումը փոխում է իր որոշումը, նրա ներգրավման հարցը որոշվում է բանավեճի կազմակերպիչների հայեցողությամբ:

Եթե բանավեճին մասնակցելու են հրավիրվել բազմաթիվ թեկնածուներ, և բավարար թվով թեկնածուներ ընդունում են այդ հրավերը, բանավեճի կազմակերպիչը հրավերը մերժած թեկնածուներին պետք է հնարավորություն ընձեռի 50 բառի սահմաններում կազմված հակիրճ պարզաբանում ներկայացնելու մերժման պատճառների վերաբերյալ: Թեկնածուի կողմից բանավեճից առնվազն երեք օր առաջ նման պարզաբանում ստանալու դեպքում բանավեճի կազմակերպիչը վարողին հանձնարարում է բանավեճի ծրագիրն սկսելուց առաջ հրապարակել այդ ուղերձը:

Հաղորդակցություն: Եթե հրավերն ուղարկվել է բանավեճից առնվազն 30 օր առաջ, ապա մերժման ծանուցագիրը պետք է ուղարկվի թեկնածուի կողմից հրավերն ստանալուց հետո՝ հինգ օրվա ընթացքում: Բանավեճի մասին աջակցող կազմակերպության ցանկացած հայտարարություն, որն էական է հանրության, լրատվամիջոցների կամ թեկնածուների համար, պետք է տրամադրվի բոլոր թեկնածուներին միաժամանակ:

Բանակցություններ: Բանավեճի շուրջ անցկացվող բանակցությունները պետք է տեղի ունենան առանձին, և դրանց մասնակցող բոլոր թեկնածուները նախապես պետք է իրենց համաձայնությունը հայտնեն բանակցությունների ընթացքում քննարկված հարցերի գաղտնիությունը պահպանելու վերաբերյալ:

Հրավիրված բոլոր թեկնածուներին հարկ է հնարավորություն տալ մասնակցելու բանակցային գործընթացի բոլոր փուլերին: Յուրաքանչյուր թեկնածու կարող է անվանել մեկական անձ՝ բանակցությունների ընթացքում իր ընտրարշավային խմբի անունից վերջանական որոշումներ ընդունելու լիազորությամբ:

Նախնական և համահավասար ծանոթացում: Յուրաքանչյուր թեկնածու կամ նրա կողմից նշանակված ներկայացուցիչները բանավեճի սկսվելուց 1-ից 4 ժամ առաջ պետք է հնարավորություն ունենան զննելու բանավեճի անցկացման վայր մուտք գործելու ճանապարհն ու բեմի տարածքը:

Ընտրարշավային նյութեր: Բանավեճի սրահում կամ ստուդիայում չի թույլատրվում ընտրարշավային նյութերի, գրականության, գլխարկների, պաստառների, կարգախոսների կամ ցուցանշանների առկայությունը:

Թեկնածուների ուղեկիցներ: Եթե բանավեճն անցկացվում է հեռուստատեսային ստուդիայում, բանավեճի կազմակերպիչը պետք է ապահովի յուրաքանչյուր թեկնածուին ուղեկցող մինչև երկու անձի համար նախատեսված տեղեր՝ բեմից որոշ հեռավորության վրա:

Բանավեճի ժամանակ թեկնածուն չի կարող շփվել բանավեճը վարողից ու հարցադրողներից բացի որևէ այլ անձանց հետ. բացառիկ անհրաժեշտության պարագայում նա կարող է դիմել ստեղծագործական խմբի, կազմակերպիչների կամ անվտանգության ծառայության անդամին:

Լսարանի կազմը: Եթե դահլիճում բանավեճի աջակիցների, ստեղծագործական խմբի և ընտրարշավային խմբի անդամների ոչ մեծ խմբից բացի ներկա է նաև հանրության ներկայացուցիչներից համալրված լսարան, ապա բանավեճի կազմակերպիչները պետք է հոգան այն մասին, որ լսարանը տրամաբանորեն հավասարակշռված լինի: Պետք է յուրաքանչյուր թեկնածուի կողմից հրավիրված լինեն հավասար թվով ճանաչված աջակիցներ, կամ տվյալ կուսակցության անդամներ՝ ի լրումն ներկա գտնվող բանավեճի անցկացմանն աջակցող կազմակերպությունների անդամների:

Եթե բանավեճը կազմակերպվել է քաղաքական կուսակցության կամ քարոզչական խմբի կողմից, և կենդանի եթերում լսարան է ներգրավվելու այն կուսակցությունների կամ կոնկրետ հարցի քարոզչություն իրականացնող խմբի ներկայացուցիչների թվից, որոնց տեսակետները կարող են հակասության մեջ լինել որևէ թեկնածուի

տեսակետների հետ, նման իրավիճակի մասին գրավոր պետք է հայտնել բոլոր թեկնածուներին՝ վերջիններիս հղված իրավերների մեջ, ինչպես նաև բանավեճը լուսաբանող լրատվամիջոցներին տրամադրվող մամլո հաղորդագրություններում:

Լսարանի արձագանքը: Պետք է արգելել, որ բանավեճի ընթացքում հանդիսականները հանդես գան ծափահարություններով կամ աղմկեն և թեկնածուներից որևէ մեկին աջակցելու կամ նրան հակադրվելու նպատակով տեսանելի կամ լսելի նշաններ արձակեն:

Թեկնածուների ներկայացում: Թեկնածուներին ներկայացնում է բանավեճը վարող անձը: Ներածական մասում պետք է հրապարակվեն հետևյալ տեղեկությունները. ա) թեկնածուի անունն այնպես, ինչպես այն հայտնվելու է քվեաթերթիկի մեջ, բ) թեկնածուի ընթացիկ հանրային պաշտոնը (առկայության դեպքում), նախկինում զբաղեցրած հանրային պաշտոնը (եթե տվյալ պահին նման պաշտոն չի զբաղեցնում), նրա ներկայիս զբաղմունքի հնարավորինս ճշգրիտ ու հակիրճ նկարագիրը և գ) թեկնածուի առնչությունը որևէ քաղաքական կուսակցության հետ (եթե բանավեճում ներգրավված են ավելի քան մեկ կուսակցության կողմից ներկայացված թեկնածուներ): Թեկնածուներին հարկ է ներկայացնել ըստ նրանց ազգանունների այբբենական հաջորդականության:

Թեկնածուներին դիմելու ձևը: Ներկայացվելուց հետո թեկնածուներին հարկ է դիմել «պարոն» և «տիկին» բառերով: Հնարավոր է, որ չամուսնացած կանայք ցանկանան, որ իրենց դիմեն «օրիորդ» բառով:

Ելույթների հաջորդականությունը: Երկու թեկնածուների մասնակցության դեպքում նրանց ելույթների հաջորդականությունը սահմանվում է բանավեճից առաջ արված վիճակահանության միջոցով: Այն թեկնածուն, որին առաջնության իրավունք է տրվել վիճակահանության արդյունքով, կարող է որոշել, թե արդյո՞ք առաջինն է ցանկանում ելույթ ունենալ, թե՞ երկրորդը: Նույն արդյունքի համաձայն՝ պարտություն կրած թեկնածուին է տրվում եզրափակիչ խոսքով առաջինը կամ վերջինը լսարանին դիմելու ընտրությունը: Երեք և ավելի թեկնածուների դեպքում նրանց ելույթների հաջորդականությունը սահմանվում է վիճակահանությամբ (1, 2, 3 և այլն), որն անց է կացվում բանավեճից առաջ: Եզրափակիչ ելույթների հաջորդականությունն այդ դեպքում բացման ելույթներին հակառակ պետք է լինի, եթե նախապես, այսինքն՝ մինչև վիճակահանությունը, բոլոր թեկնածուները չեն համաձայնել, որ եզրափակիչ ելույթները տեղի են ունենալու. ա) բացման ելույթների համար սահմանված հաջորդականությամբ կամ բ) ըստ նոր վիճակահանությամբ սահմանված հաջորդականության:

Ժամանակային սահմանափակումներ: Ելույթների, պատասխանների, պարզաբանումների և մեկնաբանությունների համար սահմանված ժամակարգը ենթակա է ճշգրիտ կիրառման:

Կանոնակարգի կիրառումն ապահովող անձ: Կանոնակարգի (ժամակարգի) կիրառմանը հետևում է այլ անձ՝ բացի վարողից և հարցադրողից:

Կանոնների կիրառում: Երկու բոլոր և ավելի տևողությամբ ելույթների ու պատասխանների ընթացքում թեկնածուներին կտրվի երեք ազդանշան. առաջինը՝

ժամանակի սպառումից 30 վայրկյան առաջ, երկրորդը՝ 10 վայրկյան առաջ, և երրորդը (դադարի նշան)՝ ժամանակը սպառվելուն պես:

Երկու ընթացից *պակաս* տևողությամբ ելույթների ու պատասխանների ընթացքում թեկնածուներին կտրվի երկու ազդանշան. առաջինը՝ ժամանակի սպառումից 10 վայրկյան առաջ, և երկրորդը (դադարի նշան)՝ ժամանակը սպառվելուն պես:

Անհրաժեշտության դեպքում ժամակարգին հետևող անձը կարող է դադարի ազդանշանը տալուց հետո 2-3 վայրկյան տևողությամբ զանգ հնչեցնել, որից հետո բանավեճը վարողն իրավասու է ընդհատել թեկնածուին և դադարեցնել ելույթը կամ պատասխանը:

Խաթարող վարքագիծ: Եթե թեկնածուն անհարիր վարքագիծ է դրսևորում և կրկին ու կրկին խաթարում է սահմանված կանոնները, վարողն իրավունք ունի դադարեցնել ծրագիրը, անջատել թեկնածուի բարձրախոսը և առաջարկել նրան՝ հեռանալ բանավեճի սրահից: Եթե որևէ թեկնածուի առաջարկվում է հեռանալ բանավեճի սրահից, մյուս թեկնածուներին պետք է հնարավորություն տրվի շարունակելու ծրագրված բանավեճը: Եթե թեկնածուից պահանջվել է դուրս գալ բանավեճից, վարողին իրավունք պետք է վերապահվի նշված թեկնածուին կրկին վերադառնալու թույլտվություն տալ:

Եթե սրահում գտնվող լսարանի անդամներից մեկը կամ սրահում գտնվող որևէ այլ անձ, անկախ նրանից՝ հրավիրված է, թե ոչ, անհարիր, խաթարող վարքագիծ է դրսևորում, վարողն իրավունք ունի դադարեցնել ծրագրի ընթացքը և անվտանգության ներկայացուցիչներին խնդրել՝ տվյալ անձնավորությանը սրահից կամ ստուդիայից դուրս հրավիրելու մասին:

Խնդրո առարկայից չշեղվելը: Վարողն իրավունք ունի ընդհատելու ցանկացած թեկնածուի, եթե համոզված է, որ վերջինս շեղվում է բանավեճի նյութից:

Թեկնածուների փոխադարձ ընդհատումներ: Թեկնածուներին չի թույլատրվում միմյանց ընդհատել: Այս կանոնի կիրառման համար պատասխանատու է բանավեճի վարողը:

Հարցերի բովանդակությունը: Հարցերը պետք է վերաբերեն միայն կոնկրետ մեկ նյութի: Եթե տրված հարցը խախտում է այս կանոնը, վարողն իրավունք ունի պահանջելու, որ հարցը վերածնակերպվի:

Հարցերի պարզաբանում: Վարողը կարող է պահանջել ցանկացած հարցի պարզաբանում:

Հարցերի բացահայտում: Նախքան բանավեճն սկսելը հարցադրողները չպետք է բացահայտեն այն հարցի բովանդակությունը, որը նրանք պատրաստվում են բարձրացնել բանավեճի ընթացքում՝ որևէ թեկնածուի, կամ նրա ներկայացուցչի, կամ ցանկացած այլ անձի առջև, որը կարող է տվյալ ինֆորմացիան փոխանցել որևէ թեկնածուի, կամ նրա ներկայացուցչին, բացառությամբ այն դեպքի, երբ նշված

ինֆորմացիան հրապարակվում է բանավեճին մասնակցել պատրաստվող բոլոր թեկնածուների առջև միաժամանակ:

Եթե հարցերի բովանդակությունը նախապես հայտնվել է բանավեճի թեկնածուներին, վարողը պարտավոր է այդ մասին տեղեկացնել նաև լսարանին:

Բանավեճը վարողի և հարցադրողի մինչբանավիճային ելույթներ: Բանավեճի վարողներն ու հարցադրողները, այդ կարգավիճակում իրենց ընտրվելուց հետո, չպետք է որևէ հրապարակային հայտարարություն անեն՝ արտահայտելով տվյալ բանավեճին մասնակցելու հրավիրված որևէ թեկնածուի հանդեպ իրենց աջակցությունը կամ հակադրումը, նախապատվությունը կամ բացասական վերաբերմունքը:

Եզրափակիչ ելույթներ և մեկնաբանություններ: Թեկնածուների եզրափակիչ ելույթները չպետք է պարունակեն բացասական կարծիքներ կամ հարձակումներ մեկ այլ թեկնածուի հասցեին, որոնք նախապես քննարկման նյութ չեն դարձել բանավեճի ընթացքում: Այս կանոնի խախտման դեպքում, եթե նման հարձակման թիրախ դարձած թեկնածուն արդեն իսկ հանդես է եկել իր եզրափակիչ խոսքով, բանավեճի վարողը կարող է նրան կարճատև (մինչև 30 վայրկյան) մեկնաբանության իրավունք տալ եզրափակիչ ելույթների հատվածի ավարտին, եթե ժամանակը թույլ է տալիս:

Ֆիզիկական սահմանափակումներ: Բանավեճի կազմակերպչական լուծումները, ձևը և բեմի դասավորությունը պետք է տրամաբանության սահմաններում հարմարեցված լինեն մասնակցող թեկնածուների հնարավոր ֆիզիկական սահմանափակումների մեղմացմանը: Թեկնածուներն իրենք պետք է հայտնեն բոլոր այն հարցերի մասին, որոնք հարկ կլինի ի նկատի առնել՝ ելնելով բանավեճի պահին իրենց մոտ առկա ֆիզիկական այլևայլ սահմանափակումներից:

Նախապատվության դրսևորումների բացառում: Բանավեճի կազմակերպչական լուծումները, ձևը և բեմի դասավորությունը չի կարող որևէ կերպ նախապատվություն, հակադրվածություն կամ անհարգալից վերաբերմունք դրսևորել բանավեճին մասնակցող որևէ թեկնածուի հանդեպ:

Լուսա- և տեսախցիկներ: Բացի բանավեճի կազմակերպիչների ներգրաված պրոֆեսիոնալ լուսանկարիչներից և տեսագրող խմբի անդամներից, բանավեճի սրահում գտնվողներից և ոչ մեկն իրավունք չունի լուսարձակող կամ շարժիչային խցիկներ գործարկել ծրագրի ընթացքում:

Ուշադրության սևեռում: Բանավեճի կազմակերպիչները պետք է ջանք չխնայեն բանավեճին մասնակցող թեկնածուի ուշադրությունը շեղելու ունակ ցանկացած հանգամանք կանխելու ուղղությամբ: Դա վերաբերում է, ի թիվս այլոց, լուսավորման շտկումներին, բարձրախոսների կարգավորմանը, դռների բացմանն ու փակմանը, տեսախցիկի կամ կահույքի պարագաների տեղաշարժմանը և այլն:

Սենյակի ջերմաստիճանը: Բանավեճի կազմակերպիչները պետք է հոգ տանեն այն մասին, որ սրահի ջերմաստիճանը նպաստավոր լինի բոլոր թեկնածուների համար և ծրագրի ողջ ընթացքում ընդունելի տատանումներ ունենա: Լուսավորման արդյունքում

ջերմաստիճանի բարձրացումը հավասարակշռելու նպատակով իմաստ ունի ծրագրի երկրորդ մասում ավելի ցածր ջերմաստիճան սահմանել:

Լրատվամիջոցների ներկայությունը: Բանավեճի կազմակերպիչները պետք է ամեն կերպ ջանան թույլատրել լրատվամիջոցների մասնակցությունը բանավեճի ծրագրին, սակայն ամեն ինչ կազմակերպելով այնպես, որ խառնաշփոթ չստեղծվի, և ծրագրի ընթացքում չշեղվի թեկնածուների ուշադրությունը: Այս նպատակին հասնելու համար հարկ կլինի հատուկ տարածք առանձնացնել լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների մուտքի ու ելքի, թեկնածուների լուսանկարահանման, տեսագրման, ինչպես նաև հետբանավիճային հարցուպատասխանների համար:

Թեկնածուների հետ շփումները: Լսարանի անդամներին և լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներին չպետք է թույլատրվի մոտենալ թեկնածուներին, երբ վերջիններս մուտք են գործում կամ դուրս են գալիս սրահից կամ ստուդիայից, երբ բեմ են բարձրանում կամ մինչև բուն բանավեճն ընկած ժամանակահատվածում:

ՀԵՌԱՀԱՂՈՐԴԱԿՑԱՅԻՆ ԲԱՆԱՎԵՃ

Երկրորդական խոշոր պլաններ: Հեռուստատեսային բանավեճերի ժամանակ թույլատրելի են տվյալ պահին ելույթ չունեցող թեկնածուների խոշոր պլանով ցուցադրումը՝ մեկ ուրիշ թեկնածուի ընթացիկ ելույթի նկատմամբ նրա պատասխան ռեակցիան որսալու նպատակով, պայմանով, որ նման ցուցադրումները հավասարաչափ ու արադարացիորեն կազմակերպված լինեն քանակի և տևողության իմաստով: Նման խոշոր պլանների հեռարձակման ժամանակ համապատասխան ելույթով հանդես եկած թեկնածուն ևս պետք է ներգրավվի կադրի մեջ: (Ելույթ ունեցող թեկնածուին չներգրավելը կարող է անարդարացիորեն շեղել հեռուստադիտողի ուշադրությունը նրա ելույթի բովանդակությունից):

Բանավեճի ընթացքում անթույլատրելի պետք է համարվեն լսարանի առանձին ներկայացուցիչների խոշոր պլանով կադրերը: Հնարավոր են լսարանի կարճատև համայնապատկերային կադրեր միմիայն բանավեճի դադարի ժամանակ, և երբ խոսում է բանավեճը վարողը կամ հարցադրողը:

Բանավեճից առաջ բոլոր թեկնածուներին պետք է բացատրել խոշոր պլանով ցուցադրումների կարգը:

Գովազդային դադարներ: Բանավեճերի ընթացքում խորհուրդ չի տրվում գովազդային ընդմիջումներ տեղադրել: Այնուամենայնիվ, եթե առաջացել է նման անհրաժեշտություն, գովազդային ընդմիջումների քանակը և տևողությունը պետք է նվազագույնի հասցվի, ինչպես նաև, ըստ հնարավորության, համընկնի տրամաբանական դադարների, ասենք՝ հարցադրողի փոփոխման կամ հարցերի թեմատիկ խմբի փոփոխման հետ: Հեռահաղորդակցող ընկերությունները բանավեճի գովազդային ընդմիջումների միջոցով չպետք է իրացնեն կամ եթերում տեղ հատկացնեն որևէ քաղաքական, կուսակցական, գաղափարական կամ քարոզչական գովազդների:

Տրոհված կադրեր: Եթե պատկերը հեռարձակվում է միաժամանակ նկարահանվող երկու կամ ավելի թեկնածուների տրոհված կադրի տեսքով, ապա յուրաքանչյուր թեկնածուի էկրանային հատվածը պետք է հավասար լինի մյուսներին:

ԱՍԲԻՈՆԻՑ ՄԱՏՈՒՑՎՈՂ ԲԱՆԱՎԵՃ

Յուրաքանչյուր թեկնածու բանավեճի ողջ ընթացքում պետք է մնա իր ամբիոնի հետևում: Թեկնածուներին տրամադրվում են բարձր աթոռներ:

Ջուր. Ամեն մի ամբիոնի վրա հարկ է դնել ջրով լի բաժակ կամ շիշ:

Օժանդակ նյութեր և տեսանյութ: Թեկնածուներին չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Բանավեճի վարողներին և հարցադրողներին նույնպես չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Եթե որևէ թեկնածուի կողմից նշված կանոնը խախտվում է, նկարահանող խցիկը կանգ չպետք է առնի բերված օժանդակ նյութերի կամ տեսանյութի վրա և աշխատի դրանք չներառել կադրում:

Նոթեր: Բանավեճի ընթացքում օգտագործելու համար թեկնածուները կարող են գրառումներ բերել, որոնց կարող են անդրադարձնալ ծրագրի ժամանակ: Նշված ձեռագիր կամ տպագիր նոթերը պետք է դրվեն ամբիոնի վրա՝ թեկնածուի առջև: Այդ նոթերը կարող են գրված լինել ստանդարտ թղթի կամ քարտերի վրա, եթե դրանք տեղավորվում են ընդունված չափերի թղթապանակի մեջ (2" լայնությամբ, 8-1/2" x 11" չափի տարողությամբ): Թեկնածուները պետք է խուսափեն տեսախցիկի առջև իրենց նոթերը, թղթերը, թղթապանակները որպես օժանդակ նյութ կամ նմուշ ցուցադրելուց:

Թեկնածուների համար նախատեսված նյութեր: Յուրաքանչյուր թեկնածուին պետք է տրամադրել նոթերի տետր և սև միջուկով երկու փորձարկված գրիչ: Թեկնածուները կարող են նաև իրենց հետ բերել սեփական գրենական պիտույքները և բանավեճի ընթացքում գրառումներ անել:

ԲԱԶՄԱՆԴԱՄ ԹԵԿՆԱԾՈՒՎԿԱՆ ՔՆՆԱՐԿՄԱՆ ՏԵՍՔՈՎ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՎԱԾ ԲԱՆԱՎԵՃ

Թեկնածուների տեղերը: Յուրաքանչյուր թեկնածու պետք է մնա այն սեղանի մոտ, որտեղ նստել է:

Ջուր: Ջրով լի բաժակ կամ շիշ պետք է դրվի սեղանին կամ մոտակայքում:

Նոթեր: Բանավեճի ընթացքում օգտագործելու համար թեկնածուները կարող են հուշանոթեր բերել, որոնց կարող են անդրադարձնալ ծրագրի ժամանակ: Նշված

ձեռագիր կամ տպագիր նոթերը պետք է դրվեն ամբիոնի վրա՝ թեկնածուի առջև: Այդ նոթերը կարող են գրված լինել ստանդարտ թղթի կամ քարտերի վրա, եթե դրանք տեղավորվում են ընդունված չափերի թղթապանակի մեջ (2" լայնությամբ, 8-1/2" x 11" չափի տարողությամբ): Թեկնածուները պետք է խուսափեն տեսախցիկի առջև իրենց նոթերը, թղթերը, թղթապանակները որպես օժանդակ նյութ կամ նմուշ ցուցադրելուց:

Թեկնածուների համար նախատեսված նյութեր: Յուրաքանչյուր թեկնածուին պետք է տրամադրել նոթերի տետր և սև միջուկով երկու փորձարկված գրիչ: Թեկնածուները կարող են նաև իրենց հետ բերել սեփական գրենական պիտույքները և նոթագրել բանավեճի ընթացքը՝ հետագայում օգտագործելու նպատակով:

ՀԱՆՐԱՀԱՎԱՔԻ ՏԵՍՔՈՎ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՎԱԾ ԲԱՆԱՎԵՃ

Թեկնածուների տեղերը: Յուրաքանչյուր թեկնածուի հարկ է նստատեղ տրամադրել: Թեկնածուները կարող են նաև տեղաշարժվել ելույթի համար սահմանված հարթակում կամ բեմում:

Ջուր: Յուրաքանչյուր թեկնածուի համար ջրով լի բաժակ կամ շիշ պետք է դրվի նրա աթոռի կողքին գտնվող փոքր սեղանին:

Օժանդակ նյութեր և տեսանյութ: Թեկնածուներին չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ և այլն) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Բանավեճի վարողներին և հարցադրողներին նույնպես չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ և այլն) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Նոթեր: Բանավեճի ընթացքում օգտագործելու համար թեկնածուները կարող են հուշանոթեր բերել, որոնց կարող են անդրադառնալ ծրագրի ժամանակ: Թեկնածուները պետք է նշված ձեռագիր կամ տպագիր նյութերը պետք է իրենց մոտ, ձեռքում կամ հատուկ սեղանի վրա, որտեղ պետք է նաև ջրով լի շիշ կամ բաժակ դրված լինի: Չի թույլատրվում նոթերը որպես օժանդակ տեսանյութ օգտագործել:

ԿԼՈՐ ՍԵՂԱՆԻ ՇՈՒՐՋ ԱՆՑԿԱՑՎՈՂ ԲԱՆԱՎԵՃ

Թեկնածուների տեղերը: Թեկնածուները պետք է տեղավորվեն սեղանի շուրջ՝ ըստ ազգանունների այբբենական հաջորդականության: Բանավեճի ծրագրի ողջ ընթացքում թեկնածուներին չի թույլատրվում կանգնել կամ տեղաշարժվել հատկացված տարածքում:

Ջուր: Յուրաքանչյուր թեկնածուի համար ջրով լի բաժակ կամ շիշ պետք է դրվի նրա կողքին գտնվող փոքր սեղանին:

Օժանդակ նյութեր և տեսանյութ: Թեկնածուներին չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ և այլն) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Բանավեճի վարողներին և հարցադրողներին նույնպես չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ և այլն) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Նոթեր: Բանավեճի ընթացքում օգտագործելու համար թեկնածուները կարող են հուշանոթեր բերել, որոնց կարող են անդրադառնալ ծրագրի ժամանակ: Թեկնածուները պետք է նշված ձեռագիր կամ տպագիր նոթերը պահեն իրենց մոտ, ձեռքում կամ սեղանին՝ իրենց առջև: Նոթերը կարող են գրված կամ տպագրված լինել ստանդարտ չափի թղթի կամ հատուկ քարտերի վրա, որոնք տեղավորվում են ընդունված չափերի թղթապանակի մեջ (2" լայնությամբ, 8-1/2" x 11" չափի տարողությամբ): Թեկնածուները պետք է խուսափեն տեսախցիկի առջև իրենց նոթերը, թղթերը, թղթապանակները որպես օժանդակ նյութ կամ նմուշ ցուցադրելուց:

Թեկնածուների համար նախատեսված նյութեր: Թեկնածուները կարող են նաև իրենց հետ բերել սեփական գրենական պիտույքները և նոթագրել բանավեճի ընթացքը՝ հետագայում օգտագործելու նպատակով:

ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՑԱՅԻՆ ԾՐԱԳՐԻ ՇՐՋԱՆԱԿՆԵՐՈՒՄ ԱՆՑԿԱՑՎՈՂ ԲԱՆԱԿԵՃ

Թեկնածուների տեղերը: Ամեն թեկնածուին տրամադրվում է աթոռ: Թեկնածուներին չի թույլատրվում թողնել իրենց տեղերը:

Ջուր: Յուրաքանչյուր թեկնածուի համար ջրով լի բաժակ կամ շիշ է դրվում նրա կողքին գտնվող փոքր սեղանի վրա:

Օժանդակ նյութեր և տեսանյութ: Թեկնածուներին չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ և այլն) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Բանավեճի վարողներին և հարցադրողներին նույնպես չի թույլատրվում օժանդակ նյութեր և տեսանյութեր (աղյուսակներ, ցուցանակներ, նշաններ, ցուցապաստառներ և այլն) բերել բանավեճի ժամանակ օգտագործելու նպատակով:

Նոթեր: Թեկնածուներին չի թույլատրվում բանավեճի ժամանակ օգտվել նախապես բերված նոթերից, նրանք նաև չեն կարող բանավեճի ընթացքը նոթագրել:

Թիրախային խմբերի քննարկման արդյունքներ. ընտրողների կարծիքները բանավեճի մասին

Հեղ.՝ Մարկ Ուոթս

2002 թ. փետրվարին «Աբակուս Ըսոչիթթս»-ը կազմակերպել է երկու քննարկում՝ թիրախային խմբերի ներգրավմամբ: Խմբերը համալրվել են Նյու Ջերսի նահանգի Սիկոկուս քաղաքի և Վիրջինիա նահանգի Ռիչմոնդ քաղաքի հավանական ընտրողներից: Տվյալ ձեռնարկմանն իր աջակցությունն է ցուցաբերել լրատվամիջոցների վերլուծաբան Ալեն Չերչիլը: Թիրախային խմբերը թեկնածուների ընտրարշավային բանավեճի նկատմամբ հանրային կարծիքի գնահատման և դրանց բարելավման եղանակների որոշարկման նպատակն էին հետապնդում:

Արդյո՞ք նախընտրական բանավեճերը պարունակում են նշանակալից տեղեկատվություն

Երկու թիրախային խմբերի մասնակիցներն էլ միանգամայն համզված են, որ բանավեճերը թեկնածուներին առնչվող կարևոր տեղեկատվություն են ապահովում. տեղեկատվություն, որն անհրաժեշտ է այս կամ այն թեկնածուին ընտրելիս իրազեկ որոշումներ ընդունելու համար: Մասնակիցները նաև այն կարծիքին են, որ հենց բանավեճերն են վեր հանում որոշակի բնույթի այն տեղեկատվությունը, որն անհնար է ստանալ այլ աղբյուրներից: Ավելին. մինչդեռ մասնակիցներն այս կամ այն չափով հույս են դնում լրագրերի, ռադիոյով հեռարձակվող հաղորդումների և տուն առաքվող բրոշյուրների ու այլ նյութերի վրա, բոլոր մասնակիցները նշում են, որ որոշակի տեղեկատվություն ստանում են հենց բանավեճերից, և որ դրանք առանցքային դեր են խաղում նրանց որոշումների կայացման խնդրում:

Չնայած մասնակիցների արտահայտած այն կարծիքներին, թե բանավեճերը կարևոր տեղեկատվություն են ապահովում, նրանց միայն մի մասն է դիտում համանահանգային կամ տեղական ընտրությունների հետ կապված բանավեճերը: Ակնհայտ է, որ հարկ է համանահանգային կամ տեղական ընտրությունների շրջանակներում կազմակերպված բանավեճերն ավելի մատչելի և տեսանելի դարձնել ընտրողների համար: Տեղական հեռուստա- և ռադիոկայանները պետք է լրջորեն անդրադառնան նահանգային և տեղական բանավեճերին, իսկ լրատվամիջոցները, թեկնածուները, կուսակցություններն ու բանավեճերին աջակցող կազմակերպությունները պետք է բարելավեն բանավեճերի լուսաբանմանն ուղղված աշխատանքը:

Ինչպես Վիրջինիայի, այնպես էլ Նյու Ջերսիի ներկայացուցիչները համարում են, որ նախընտրական պայքարի ժամանակ թեկնածուները պետք է բանավիճեն իրենց ընդդիմադիրների հետ: Նման բանավեճերի բացակայության պայմաններում ընտրողներն իրավացիորեն կասկածի տակ են առնում ավելի բարձր պաշտոնների

հավակնող թեկնածուների կարողությունները: Նրանց կարծիքով, միակ պատճառը, ինչի բերումով թեկնածուն կարող է նախընտրել չմասնակցել բանավեճերին, որևէ նշանակալից թերություն թաքցնելու ցանկությունն է:

Ի՞նչն է բանավեճերում գրավում ընտրողներին

Մասնակիցների տեսակետներն այն մասին, թե ինչ կցանկանային տեսնել բանավեճերի ընթացքում, գարմանալիորեն նույնական էին՝ ինչպես առանձին խմբի մասնակիցների, այնպես էլ երկու խմբերի անդամների դեպքում: Թեև մասնակիցները միահամուռ համաձայնության չեկան ցանկալի և ոչ ցանկալի բանավիճային հատկանիշների վերաբերյալ, նրանց պատասխանների մեջ նկատվում էր արտասովոր միաձայնություն: Ըստ էության, այստեղ քննարկվող յուրաքանչյուր բանավիճային հատկանիշի առնչությամբ ընդամենը երկու մասնակիցներ էին ներկայացրել մեծամասնական տեսակետից տարբերվող կարծիքներ: Արդյունքում, թիրախային խմբերից ոչ մեկում չնկատվեց բանավեճի հատկանիշների աշխույժ քննարկում: Կարծիքների հակադրումն առաջացավ բանավեճերի որակի բարելավման եղանակները քննարկելու ժամանակ:

Մասնակիցները գնահատելի են համարում բանավեճերը, քանի որ վերջիններս նրանց հնարավորություն են ընձեռում տեսնելու և լսելու թեկնածուներին՝ առանց լրատվամիջոցների խմբագրման ու գտման, գովազդների ու պաշտոնական ելույթների նախապես «բեմականացված» ու վերահսկված ձևավորումից դուրս: Նրանք գնահատում են բանավեճերը, քանզի դրանք ինքնաբերական են, ոչ սցենարային և անկեղծ կամ, համենայն դեպս, կոչված են այդպիսին լինել՝ ըստ բանավեճի բուն գաղափարի:

...Ինձ դուր է գալիս, որ դրանք կենդանի են ... ոչ թե նախապես սերտած: Կամ ենթադրվում է, որ սերտած չեն ...: Բանավեճի ընթացքում ավելի է երևան գալիս թեկնածուների իսկական էությունը, քան գովազդային հոլովակներում, ուր նրանք ոչ պաշտոնական շապիկներ են կրում՝ «բնական» երևալու միտումով (կին, Վիրջինիա):

Նենց այդ մթնոլորտում ես ճանաչում թեկնածուին, երբ երկուսով կանգնած են դեմ առ դեմ և ուրիշ ելք չունեն, քան դրսևորել իրենց ինքնությունը, քանի որ գտնվում են կենդանի լսարանի առջև և գիտեն, որ բոլորը դիտում են իրենց... Խոսքը զուտ հեռուստատեսային խցիկի մասին չէ, որը նրանց տեսագրում է, իսկ հետագայում հնարավոր կլինի խմբագրումներ ու մոտնաժ անել: Նրանք այստեղ հենց այն են, ինչ որ կան: Կարծում եմ՝ սա որևէ մեկին ճանաչելու լավագույն ձևն է (կին, Նյու Ջերսի):

Երևան է գալիս թեկնածուների՝ սցենարի շրջանակներից դուրս գալու կարողությունը (տղամարդ, Նյու Ջերսի):

Ըստ մասնակիցների արտահայտած կարծիքների, բանավեճերն օգնում են ավելի խորքային վերլուծություններ անել զանազան խնդիրների առնչությամբ, ավելի պարզ են ցույց տալիս թեկնածուների գիտելիքները նշված խնդիրների մասին, ինչպես նաև լուսաբանում են հարցերի շատ ավելի լայն խումբ, քան արվում է ընտրարշավային այլ տարրերի կիրառման դեպքում: Քանի որ բանավեճերը սցենարային հիմքով չեն անցկացվում, մասնակիցների կարծիքով դրանք ավելի լավ են ներկայացնում թեկնածուի կողմից այս կամ այն խնդրի իմացության աստիճանը, քան ծանրաշունչ

Ճառերը կամ ընտրարշավային գովազդները: Նյու Ջերսի նահանգից մի համոզված դեմոկրատ և Գորի աջակից հետևյալ օրինակը բերեց. ինքը լրատվամիջոցներից կարծիք էր կազմել, որ Ջորջ Բուշը կարևորագույն խնդիրների ասպարեզում «թեթևքաշայինի» կարգավիճակում է, սակայն բանավեճերի ընթացքում իմացավ, որ իրականում Բուշը բավականին լավ պատկերացում ունի դրանց մասին:

Նրանք պետք է հրապարակավ բացատրեն, թե ինչպես են գործելու... Դու իսկապես պատկերացում ես կազմում այն մասին, թե ով է հասկանում իր անելիքներն ու ով է իր տնային աշխատանքը կատարել: Այնպես որ, իմանում ես, թե բոլորին հուզող խնդիրներից որ մեկն է գլուխ հանում (կին, Նյու Ջերսի):

Արդյո՞ք նրանք մեզ լիովին ներկայացնում են բոլոր այն դրդապատճառները, որոնց հիման վրա մտել են ընտրապայքարի մեջ: Գովազդային ձեռնարկումներում շատ բան ուղղակի մի կողմ են դնում, սակայն երբ հայտնվում են զանգվածային լրատվության կազմակերպած միջավայրում և գիտեն, որ լսարանն ու հեռուստախցիկներն ուղղված են դեպի իրենց, այդ դեպքում առավել հակված են լինում սպառիչ կամ ավելի պարզ պատասխաններ առաջարկելու (տղամարդ, Նյու Ջերսի):

Բանավեճի միջոցով հիմնախնդիրներն առաջին պլանում են հայտնվում... և այն օգնում է պարզաբանել բազմաթիվ հարցեր, որոնց մասին գուցե կարողանայինք կարդալ այս կամ այն լրագրում կամ լսելինք լուրերի թողարկման ժամանակ, սակայն այստեղ, կարծում եմ, խնդիրների մեծ մասն է քննարկման առարկա դառնում (տղամարդ, Վիրջինիա):

Մասնակիցները նաև այն կարծիքն են արտահայտում, որ բանավեճերն արտացոլում են թեկնածուների՝ արագ մտածելու և ճնշման տակ ձիշտ կողմնորոշվելու ունակությունը՝ հատկանիշներ, որոնք կարևոր են համարվում բազմաթիվ ընտրողների կողմից:

Նրանք բավականին մեծ ճնշման տակ են հայտնվում, և ինձ դուր է գալիս տեսնել, թե ինչպես են նրանք դիմագրավում այդ ճնշմանը. առիթ ենք ունենում տեսնելու նրանց ուժն ու բնավորությունը (կին, Նյու Ջերսի):

Ինչպե՞ս են պատասխանում հարցերին, հատկապես նախագահական ընտրությունների ժամանակ: Եթե տվյալ թեկնածուն չի կարողանում դիմակայել իրեն ուղղված հարցի ճնշմանը... ինչպե՞ս պետք է իրեն դրսևորի, ասենք, համազգային ձգնաժամի պայմաններում (տղամարդ, Վիրջինիա):

Բացի թեկնածուի՝ ճնշումներին դիմակայելու կարողությունը բացահայտելուց, բանավեճերը, մասնակիցների կարծիքով, թեկնածուին ներկայացնում են «որպես անձնավորության»: Այս ընտրողների համար բանավեճերը բացահայտում են թեկնածուների բնավորությունները, անձնական հատկանիշներն ու ոճը, այն գծերը, որոնք ավելի համակարգված միջավայրերում հազվադեպ են դրսևորվում: Մի շարք մասնակիցներ նաև հիշատակում են բանավեճերի ընթացքում տեղեկատվության կարևոր աղբյուր ծառայող «մարմնի լեզուն»՝ շարժումը:

Կարծում եմ, որ սա նաև նրանց բնավորության մասին դատողություններ անելու լավ միջավայր է: Որքանո՞վ ուղղամիտ են այս կամ այն հարցին պատասխանելիս, կամ չե՞ն փորձում արդյոք խուսափել ուղիղ պատասխանից՝ այս ու այն կողմ ընկնելով (կին, Վիրջինիա):

Ինձ դուր է գալիս դիտարկել բանավեճի ընթացքում թեկնածուների շարժումները, քանի որ այն շատ ավելին է ասում, քան նրանց արտաբերած բառերը. կարող են երկար ու բարակ խոսել, սակայն երբեմն մի փոքրիկ շարժումը բոլորովին այլ բան է ասում (կին, Նյու Ջերսի):

Կարելի է տեսնել դեմքի արտահայտությունը, ըմբռնել ժեստերը: Կարևոր է պարզել՝ կմկմո՞ւմ են, թե՞ տիրապետում են իրավիճակին, և այդ ընթացքում հնարավոր է լինում գաղափար կազմել լարվածության պայմաններում նրանց ինքնատիրապետման աստիճանի մասին: Եթե նրանց մարմինը սկսում է ձգվել՝ կարող ես վստահորեն ասել, որ ինչ-որ մեկն իսկապես նյարդայնանում է: Հետաքրքիր է դիտարկել, թե ինչպես է այս կամ այն թեկնածուն սկսում շեղվել նյութից կամ պատշաճ բառեր գտնելու առումով դժվար կացության մեջ հայտնվել (տղամարդ, Նյու Ջերսի):

Վերջապես, բանավեճերը գնահատվում են նաև արդարացիության համար, առաջին հերթին այն առումով, որ թեկնածուներին արտահայտվելու հավասար հնարավորություն են ընձեռում: Մասնակիցների մեծ մասը համոզված է, որ ոչ խոշոր կուսակցությունները առաջադրված թեկնածուները պետք է ընդգրկվեն բանավեճերում, և որ բանավեճ վարող անձինք պետք է հնարավորինս չեզոք դիրք պահպանեն. շատերն այն կարծիքն են հայտնում, որ լրագրողների գերակշռող մասը թերանում է այդ սկզբունքը լիովին կիրառելիս:

Կառուցվածքն ինքը միտված է հավասարության սկզբունքի պահպանմանը: Արվում է ամեն բան ... ապահովվելու համար, որ կազմակերպական առումով բացառվի որևէ մեկի նկատմամբ արտոնյալ վերաբերմունքի հնարավորությունը (տղամարդ, Նյու Ջերսի):

Ինձ դուր է գալիս հերքման հնարավորության ընձեռումը՝ մի բան, որ անհնար է տեսնել 30 վայրկյան տևողությամբ գովազդային հոլովակում, քանի որ այդ դեպքում հակառակ կողմն արտահայտվելու հնարավորություն չի ունենում: Կարծում եմ, որ հերքման հնարավորությունը կարևոր հատկանիշ է (տղամարդ, Վիրջինիա):

Մասնակիցներն ասում են, որ բանավեճերում գնահատելի են համարում ընտրարշավի մնացած ձեռնարկումների բացերի լրացումը: Շատերի կարծիքով, բանավեճերը կարևոր են, քանզի մեկն են, եթե ոչ միակն այն ձեռնարկումներից, որոնց շնորհիվ հնարավոր է «ճշմարիտ» տեղեկատվություն ստանալ: Ընտրարշավային գովազդներն ու լրատվամիջոցների ընտրարշավային լուսաբանումները թեկնածուներին ներկայացնում են ծայրաստիճան գտված, բեմականացված ու նախանշված ոճով: Ընտրողներն այն զգացողությունն ունեն, որ գովազդային հոլովակներն ու լրատվական թողարկումները հնարավորություններ չեն ընձեռում թեկնածուներին այնպիսի լույսով տեսնելու, ինչպիսին նրանք իրականում են. նրանք նաև բավարար տեղեկատվություն չեն տրամադրում բոլոր առանցքային խնդիրների նկատմամբ թեկնածուների դիրքորոշումները և իմացությունը գնահատելու համար: Մասնակիցները գնահատելի են

համարում բանավեճերը, քանի որ թեկնածուները վայր են դնում իրենց պաշտպանիչ շերտերը և գործում ու արտահայտվում են իրենց թելադրողների վերահսկողության շրջանակներից դուրս գտնվելով:

Ի՞նչն է բանավեճերում վանում ընտրողներին

Բանավեճերը քննադատելիս մասնակիցները հաճախ ելնում են այն նկատառումից, որ բանավեճերը լիովին չեն օգտագործում իրենց ներուժը: Մասնակիցների համար ընդունելի չէ, երբ թեկնածուները հանդես են գալիս նախապես սերտած և պարզունակ, կադապարային պատասխաններով, խուսափելով բարդ հարցերից կամ այն հարցերից, որոնք կարող են ոչ շահեկան լույսի ներքո ներկայացնել նրանց: Հատկապես անընդունելի են համարում բանավեճային այն կառուցվածքը, որում նախատեսված են պատասխանների կարճ ժամանակամիջոցներ, կամ որը հնարավորություն չի տալիս հաջորդական հարցերի համար: Մասնակիցների կարծիքով, այս կառուցվածքը թեկնածուներին թույլ է տալիս խուսափել հարցերին պատասխանելուց: Եվ վերջապես, մասնակիցները մերժելի են համարում բանավեճ վարողների «փափուկ» հարցադրումները, որոնք թեկնածուներին հնարավորություն են ընձեռում հանդես գալ նախապես պատրաստած պատասխաններով:

Շատ հաճախ հատկացված ժամանակը չափազանց կարճ է լինում: Մի կողմից, կարծես, պետք է դեկավարվեն սցենարով, բայց երբեմն քննարկումն այնպիսի ընթացք է ստանում, որ, թվում է, դժվար կլինի տեղավորվել նախատեսված մեկ և կես րոպեում՝ առանց արհեստական կրճատումների: Իսկ եթե մի հարցի շուրջ ասենք չորս րոպե կարողանային գրուցել, ... հնարավոր կդառնար ավելի խորը քննարկում ծավալել, ինչն իրականում տեղի չի ունենում: Առաջանում է կցկտուրության տպավորություն, ու սկսում ես խորհել այն մասին, որ այս ամենի համար առնվազն դերասան պետք է լինել... (տղամարդ, Նյու Ջերսի):

Այդ այսպես կոչված լրագրողների հանձնախումբը, որոնք «փափուկ» հարցեր են նետում թեկնածուների ուղղությամբ: Նրանցից նեխահոտ է փչում, ատում են նրանց... Կողքից դիտողի վրա այս ամենը նախապես բեմականացված սցենարի տպավորություն է թողնում (տղամարդ, Վիրջինիա):

Ինձ անհանգստացնում է այն միտքը, որ այս ամբողջը չափազանց նման է բեմադրության: Կարծում եմ, որ վերջին նախագահական բանավեճերի ժամանակ մենք ականատես դարձանք մի իրավիճակի, երբ Գորն իր վարքագիծը փոփոխում էր ամեն հաջորդ բանավեճի ընթացքում, այնպես որ, ես այն տպավորությունը ստացա, որ նրան չափից ավելի շատ էին խորհուրդներ տվել ... այն մարդիկ, ովքեր նրա խորհրդատուների դերն էին ստանձնել: ... Այդ իսկ պատճառով այդպես էլ չպարզեցինք, թե ով է իրականում Գորը, մենք ընդամենը իմացանք, թե ինչպիսին նա չի կարող լինել (կին, Նյու Ջերսի):

Բացառությամբ պատասխանների համար հատկացված ժամանակահատվածի տևողության. հաջորդական հարցերի հնարավորություն ընձեռելու, Նյու Ջերսիի մասնակիցները բանավեճերի քննադատության շրջանակներում հազվադեպ են նշում այլ տեսակի կառուցվածքային առանձնահատկություններ: Այդուհանդերձ, Վիրջինիայից

մի քանի մասնակիցներ նշել են իրենց բացասական վերաբերմունքն այն բանավեճերի նկատմամբ, որոնցում ներկայացվել են հիմնական երկու կուսակցությունները: Ըստ իրենց, փոքր կուսակցությունների ներկայացուցիչներին դուրս թողնելով, կազմակերպիչները խախտում են արդարության սկզբունքը, ինչպես որ այն պատկերացնում են մասնակիցները և ինչը գնահատում են բանավեճերում:

...Ընդամենը երկու քաղաքական թեկնածու կարող է մասնակցել բանավեճին, համենայն դեպս՝ նախագահական ընտրարշավում, իսկ ես կուզենայի տեսնել նաև այլ խմբերին, անգամ այն դեպքում, եթե դրանք շատ մեծ թվով մարդկանց չեն ներկայացնում: Իսկապես կցանկանայի տեսնել այդ մյուս խմբերի մասնակցությունը: Գուցե և չհամաձայնեմ նրանց կարծիքների հետ (կին, Վիրջինիա):

Իմ կարծիքով, սկսած կոնգրեսական, տեղական ընտրություններից մինչև նախագահականը, բոլոր թեկնածուները, անկախ նրանից, թե ով են, պետք է հնարավորություն ունենան արտահայտելու իրենց դիրքորոշումները (տղամարդ, Վիրջինիա):

Երկու նահանգների մասնակիցներն էլ համաձայնել են, որ թեև բանավեճերին բազմաթիվ թեկնածուների ներգրավելու հետևանքով դրանք ավելի կբարդանան, այնուամենայնիվ, փոքր կուսակցություններից առաջադրված թեկնածուները պետք է ներգրավված լինեն ինչպես նախագահական, այնպես էլ ավելի ցածր մակարդակներում անցկացվող ընտրություններին՝ ելնելով արդարացիության սկզբունքից: Սակայն այս հարցի հետագա քննարկման ընթացքում մասնակիցները համաձայնեցին, որ թեկնածուների թիվը պետք է սահմանափակ լինի, որպեսզի բանավեճի աշխատանքային արդյունավետությունը չտուժի: Մասնակիցների մեծ մասը որպես պատշաճ սահմանաքանակ չորս թեկնածուների տարբերակն են ընտրել: Դրա հետ մեկտեղ, մասնակիցներին չհաջողվեց լուծում գտնել այն հարցի առնչությամբ, թե ով պետք է ներառվի կամ դուրս մնա բանավեճից:

Վիրջինիայի թիրախային խմբից մի շարք մասնակիցներ իրենց առարկությունն են արտահայտել թեկնածուների կողմից սահմանված կանոնների խախտման և նրանց հատկացված ժամանակից ավելին օգտագործելու կամ հարցերին պատշաճ կարգով չպատասխանելու կապակցությամբ: Մեծ մասն այն կարծիքին են, որ ռեզլամենտի խախտումը պետք է պատժվի, ասենք՝ խախտում թույլ տված անձի ընդդիմադիր թեկնածուին լրացուցիչ ժամանակ հատկացնելու միջոցով: Ինչ վերաբերում է հարցերին չպատասխանելուն, մասնակիցների մեծ մասն առարկել է պատժի սահմանման գաղափարին: Նրանք կարծում են, որ բանավեճի վարողը, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ հարցին պատասխան չի տրվել, պետք է այն նորից բարձրացնի: Պատժի դեմ իրենց առարկությունը մասնակիցները պատճառաբանում են այն համոզմամբ, որ հարցի պատասխանից խուսափելու հետևանքով թեկնածուի իմիջին հասցված վնասն ինքնին բավականին լուրջ պատիժ կարելի է համարել:

Երկու նահանգների դեպքում էլ (թեև նշվելիք տեսակետն ավելի ուժգին էր արտահայտվում Նյու Ջերսիի ներկայացուցիչների կողմից) մասնակիցները մերժելի են համարում թեկնածուների «բացասական դիրքորոշման» դրսևորումը: Ժխտողական ընտրարշավների մասին հնչող գանգատներն իհարկե ժամանակակից

քաղաքականության կապակցությամբ հանրային արձագանքի մշտական պարագիծ են դարձել, անկախ նրանից, թե ըննդիմադիրներին ուղղված հարձակումները հայտնվում են լրատվամիջոցների հրապարակումներում, գովազդներում թե բանավեճերում: Մեր մասնակիցները բացասական լիցք պարունակող հարձակումները դիտում են որպես բանավեճերում հաճախակի հանդիպող և միանգամայն տհաճ երևույթ:

Ինձ բնավ դուր չեկավ այն, ինչ տեղի ունեցավ. նման էր թիկունքից հասցված հարվածի... Այս կարգի ձեռնարկումներում թեկնածուի մասին բացասական մեջբերումներ անելը ճիշտ չէ: Խոսքը բանավեճի մասին է: Ես կարող եմ պնդել այն, ինչին հավատում եմ, դուք կարող եք պնդել ձեր կարծիքը: Ես չպետք է օգտագործեմ այս հնարավորությունն ու տեղը՝ ձեզ նսեմացնելու համար: Փոխարենը, ես պետք է փորձեմ իմ անելիքը ներկայացնել դրական մթնոլորտում, ոչ թե բացասական արտահայտություններ թույլ տամ ձեր մասին (Կին, Նյու Ջերսի):

... Նրանք անցնում են մարդկանց անցյալը փորփրելուն և գործին որևէ կարգի չառնչվող բաներ քննարկելուն... Այստեղ մարդիկ պետք է խնդիրներ քննեն ու անեն այն, ինչ պարտավոր են... վայել չէ միմյանց փնտվել ու նսեմացնել. կարելի է մի քիչ ազնիվ գտնվել ու ընդունել, որ բոլորն այստեղ չափահաս մարդիկ են (տղամարդ, Նյու Ջերսի):

Թեև մասնակիցները կտրականապես առարկում էին բացասական հարձակումների դեմ, նրանցից ոչ մեկը չնշեց բանավեճերի ժամանակ նման երևույթները վերացնելու ուղին կամ միջոցը: Նրանք չկարողացան մատնանշել բանավեճերի այն առանձին կառուցվածքն ու կանոնները, որոնք հանգեցնում են ավելի մեծ թվով բացասական ելույթների: Որոշ մասնակիցներ, սակայն, նշեցին, որ ավելի քաղաքակիրթ եղանակ է կլոր սեղանի շուրջ անցկացվող բանավեճը: Այնուամենայնիվ, նրանք այս նախընտրությունը հիշատակել են միայն 2000-ի Չենի-Լիբերմանի փոխնախագահական բանավեճի հատվածը դիտելուց հետո, որն ընդգծված քաղաքակիրթ մթնոլորտում էր անցնում՝ կլոր սեղանի շուրջ ծավալված զրույցի ձևով: Մասնակիցների պատասխանը թերևս միայնգամայն այլ լիներ, եթե նրանք տեսած լինեին Գոր-Պերո բանավեճը, որը կազմակերպվել էր հեռուստատեսային թոք-շոուի ընթացքում, սակայն անհամեմատ պակաս քաղաքակիրթ էր: Ակնհայտ է, որ բանավեճի մթնոլորտն առավել մեծ չափով պայմանավորված է մասնակից թեկնածուներով, քան նրա կառուցվածքային տեսակով: Այդուհանդերձ, բանավեճի վարողը նույնպես կարող է որոշ չափով ազդել մթնոլորտի ձևավորման վրա:

Մասնակիցները նաև նշում են, թե իրենց դուր չեն գալիս չափից ավելի զգացմունքային բանավեճերը, որոնցում պակասում են զուսպ վարվելակերպն ու քաղաքակիրթ չափավորությունը: Չնայած նշված հատկանիշները կարող են բանավեճերն ավելի հետաքրքրաշարժ դարձնել և ստեղծել «հեռուստատեսային լավ հաղորդման» տպավորություն, ընդ որում հաճախ արժանանալով համապատասխան մասնագետների և լրագրողների քննախույզ ուշադրությանը, մասնակիցներին, սակավ բացառությամբ, նման բանավեճերը դուր չեն գալիս: Նրանք հատկապես մերժելի են համարում այն բանավեճերը, որոնք վեր են ածվում անհիմաստ վիճաբանության:

Մի բան, որ ինձ դուր չի գալիս, դրամատիզմի առկայությունն է: ... [որոշ թեկնածուներ] հարցն ավելի շատ որպես ընտրարշավային գովազդի միջոց են օգտագործում, ոչ թե անդրադարձնում խնդիրների լուծման ուղիներին (տղամարդ, Վիրջինիա):

... Առարկության ընթացքում երբեմն այնպիսի տպավորություն է ստեղծվում, թե ընդամենը մի վիճաբանություն է սկսվում, և ոչ ոք այդպես էլ իր միտքն ավարտին չի կարողանում հասցնել, քանի որ երկու կողմն էլ անընդմեջ բղավում են: Երբեմն նրանք ուղղակի չեն կարողանում անգամ իրենց մտքերը շարադրել (Կին, Վիրջինիա):

Որոշ թեկնածուներ բանավեճերի կապակցությամբ քննադատություն են արտահայտում, նկատի ունենալով, որ դրանց ընթացքում չի հաջողվում հանդիսատեսին ցույց տալ, թե թեկնածուներից որն ունի լավագույն առաջնորդի հատկանիշներ: Նրանց կարծիքով, մեծ առաջնորդներ դառնալու ներուժ ունեցող թեկնածուները ոչ միշտ կարող են մեծ տպավորություն գործել բանավիճողի կարգավիճակում, և հակառակը:

Երբեմն ավելի փորձառու բանավիճողը կամ ավելի գրավիչ արտաքին ունեցողն է հաղթանակ տանում բովանդակության նկատմամբ (Կին, Նյու Ջերսի):

... Բանավեճերն ըստ իրենց բնույթի կարող են հետին պլան մղել թեկնածուների որոշ տեսակներին: Օրինակ՝ ոչ այնքան ֆոտոգենիկ մարդկանց կամ նրանց, ովքեր աչքի չեն ընկնում մեծ արագաշարժությամբ... Մշտապես խորհում եմ այն մասին, թե ինչպես կարելի է բանավեճերի ժամանակ սահմանափակել սեփական ընտրությունը (տղամարդ, Վիրջինիա):

Այս կարգի քննադատությունը հակասում է այն փաստարկմանը, ըստ որի բանավեճերը զնահատելի են, քանի որ բացահայտում են թեկնածուների դիրքորոշումը և էական հիմնախնդիրների իմացությունը, թեկնածուների ինքնությունը, ինչպես նաև լարվածությանն ընդդիմանալու նրանց ունակությունը, այն դեպքում, երբ այս բոլոր հատկանիշներն ընկալվում են որպես առաջնորդության կարևոր չափորոշիչներ, որոնք բանավիճային կառուցվածքից դուրս այնքան էլ տեսանելի չեն ընտրողների համար: Ինչպես և բանավեճերի բեմականացված լինելուն և չափազանց բացասական բնույթին վերաբերող քննադատության դեպքում, այս նկատառումները ևս վերաբերում են ոչ միայն բուն բանավեճերին, այլև այն ամբողջ տեղեկատվությանը, որն ընտրողները ստանում են ընտրարշավների ընթացքում: Ընդսմին, ընտրողները մշտապես նշում են այն իրողությունը, որ լավ թեկնածու լինելը ոչ միշտ է բավարար լավ առաջնորդ դառնալու համար:

Բանավեճի կառուցվածքային ձևի ընտրություն

Բանավեճերի ցանկալի և անցանկալի հատկանիշների վերաբերյալ հարաբերականորեն մեծ կոնսենսուսը խախտվում է, երբ մասնակիցներին հարց է առաջադրվում բանավեճի առանձին կառուցվածքային ձևերի մասին: Քանի որ, որպես կանոն, մասնակիցները բանավեճի կառուցվածքը նրա լավ կամ վատ որակի համար վճռական նշանակություն ունեցող գործոն չեն դիտում, նրանք հազվադեպ են այնպիսի պատճառափոխանքային կապ տեսնում: Թեև նրանք հստակորեն գիտեն, թե ինչն են զնահատում բանավեճերում, կառուցվածքային ձևերի վերաբերյալ նրանց մեկնաբանություններն առավելապես հիմնված են անմիջական, «ինչ տեսնում, այն էլ համարում եմ» կարգի արձագանքման, այլ ոչ խորը վերլուծությունների վրա:

Այնուամենայնիվ, բանավեճերի կառուցվածքի շուրջ մասնակիցների տարակարծության գլխավոր պատճառն այն է, որ որոշ կառուցվածքների դեպքում երևան են գալիս ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական բանավիճային հատկանիշներ: Այսպես, բանավեճի այն կառուցվածքը, որը խթանում է նրա ինքնաբուխությունն ու անկեղծությունը, կարող է խրախուսել նաև փոխադարձ բացասական հարձակումներն ու անկարգությունը: Նմանապես, կարգուկանոնի առումով վերահսկվող կառուցվածքը, որի պայմաններում փոխադարձ շփումը (հետևաբար՝ նաև հարձակումները) նվազագույնի է հասցված, կարող է լսարանի աչքերում լիովին վերահսկելի ու նախապես սերտած բանավեճի տպավորություն թողնել՝ զերծ որևէ ինքնաբուխությունից և ճշմարտացիությունից, որոնք բանավեճերը դարձնում են տեղեկատվության կարևորագույն ու որոշակի աղբյուրներ: Թեկնածուների բնավորության գծերն ու անհատականությունը կարող են առավել հստակ բացահայտվել անկաշկանդ, ցանկացած, այդ թվում՝ բացասական կարծիք արտահայտելու հնարավորություն ընձեռող բանավեճերում, և պակաս չափով տեսանելի լինեն ավելի կանոնակարգված, պաշտոնական միջավայրում: Ավելին. երբ վարողները հաջորդաբար «կոշտ» հարցեր են ուղղում թեկնածուներին, որոնք վերջիններս հարկադրում են ավելի լիարժեք լուծումներ առաջադրել դրանց կապակցությամբ, բացասական հարձակումների կանխումը, կարգուկանոնի պահպանումն ու արդարացիության սկզբունքի ապահովումն ավելի է դժվարանում:

Վիրջինիայի թիրախային խմբի անդամների միջև տեղի ունեցած հետևյալ քննարկումը կարող է որոշակի բանավեճերում թե՛ դրական, թե՛ բացասական հատկանիշների միահյուսման լավ օրինակ ծառայել:

Կին. Ինչ վերաբերում է միմյանց ուղղված հարցերին, ապա միակ բանը, որն ինձ դուր չի գալիս, այն է, որ նրանք խորասուզվում են վիճաբանության մեջ և հակվում միմյանց նկատմամբ քննադատական վերաբերմունք դրսևորելու: ... Հարցը կրկին հանգեցվում է դիմացինին ոչ շահեկան լույսի ներքո ներկայացնելուն: ... Հենց այդ հանգամանքն է, որ ինձ բնավ դուր չի գալիս:

Տղամարդ. Պիտես, բայց դա նաև շատ կարևոր է, քանի որ լսում ես ճնշման տակ հայտնված երկու անձանց ու տեսնում, թե դժվար իրադրության պայմաններում ո՞ր թեկնածուն է սառնասրտություն և պրոֆեսիոնալիզմ ցուցաբերում: Դա պարզ երևում է:

Այս մասնակիցները քննարկում են բանավեճերի դասական համարվող կառուցվածքը, ուր բանավիճողներն իրար հարցեր են առաջադրում: Հաղորդակցության ու քաղաքագիտության մասնագետների կողմից այս կառուցվածքը հաճախ գնահատվում է որպես բանավեճի տեսակներից ամենալավն ու ճշմարիտը: Սա նաև այն կառուցվածքն է, որն, ըստ մասնակիցների, երբևէ չի օգտագործվում ամերիկյան ընտրարշավների ժամանակ:

Մասնակիցների կարծիքները մեծապես տարանջատվում են այս կառուցվածքը գնահատելիս: Ինչպես ցույց է տալիս վերոհիշյալ երկխոսությունը, մասնակիցներին հուզում է այն հանգամանքը, որ նշված կառուցվածքի դեպքում վտանգվում է արդարացիությունը և խթանվում են փոխադարձ մեղադրանքներն ու հարձակումները:

Այդուհանդերձ, մասնակիցներից մեկը դրական գնահատական է տալիս այս կառուցվածքին, համարելով, որ այն ավելի մեծ հնարավորություններ է ընձեռում թեկնածուների՝ ճնշման գործադրման պայմաններում լուծումներ գտնելու կարողությունը պարզելու համար: Մասնակիցներն ավելի հակված են չհամաձայնելու բանավեճերի կառուցվածքի հետ կապված հարցերում, քանի որ տեսնում են, թե ինչպես այս կամ այն ձևը կարող է վտանգել բանավեճերի այն ասպեկտը, որն առավել գնահատելի են համարում: Հարկ է նշել, որ այս անհամաձայնությունն առկա է՝ անկախ այն փաստից, որ մասնակիցների գերակշռող մասը բանավեճերի միևնույն հատկանիշներն են գնահատում:

Բանավեճերի կառուցվածքային ձևերի առնչությամբ համաձայնության չգալով՝ մասնակիցները, սակայն, արտահայտվել են հոգուտ մի քանի ընդհանուր չափանիշների: Նրանք կուզենային բանավեճին մասնակցող թեկնածուներից երկուսին էլ միաժամանակ տեսնել հեռուստացույցի էկրանին, նրանց հատկապես դուր է գալիս այն տարբերակը, երբ երկու թեկնածուն էլ նստած կամ կանգնած են կողք-կողքի: Մասնակիցները նաև համարում են, որ լսարանի անդամներին չպետք է թույլատրել արձագանքել թեկնածուների ելույթներին. անընդունելի պետք է համարել ծափողջույնները, խրախուսական ծայնարկությունները կամ որևէ թեկնածուին աջակցելու այլ դրսևորումները: Բանավեճերի լսարանները պետք է պահպանեն իրենց չեզոքությունը, անկանխակալությունն ու ապակուսակցականությունը՝ խստորեն կիրառելով լռության պահպանման կանոնները:

Մասնակիցների մեծ մասը նախընտրում բանավեճի ժամանակ տեսնել մեկ վարողի, այլ ոչ՝ վարողների խմբի: Վարողները պատք է չեզոք ու արդարամիտ լինեն և կարողանան վերահսկել բանավեճի ընթացքը: Նրանք պետք է «կոշտ» հարցեր տան, ճնշում գործադրեն թեկնածուների նկատմամբ, երբ վերջիններս խուսափողական դիրքորոշումներ են ցուցաբերում կամ հարցերին փորձում են պարզունակ պատասխաններ տալ: Տվյալ դեպքերում վարողները պատք է կրկնեն տրված հարցերը և թույլ չտան, որ թեկնածուները խախտեն սահմանված ժամկարգը (ռեզյամենտը): Վարողները պետք է գերծ մնան ընտրարշավի ընթացքում թեկնածուների կողմից միմյանց հասցեին թույլ տրված անձնական մեղադրանքների ու հարձակումների հետ կապված հարցեր տալուց: Առավելագույնը պետք է արվի՝ բոլոր թեկնածուներին նույն հարցերն առաջադրելու համար: Թեկնածուներին չպետք է թույլատրվի սահմանափակել հարցերը, նրանք նաև հարցերին նախապես ծանոթանալու իրավունք չունեն:

Բանավեճերն ընտրողների համար օգտակար դարձնելը

Մասնակիցների կարծիքով, բանավեճերը պետք է տեղեկատվություն, այլ ոչ թե զվարճանք ապահովեն: Այդուհանդերձ, թեև մասնակիցները նշում են, որ իրենց համար գնահատելի են տեղեկատվությունն ու բազմաթիվ թեկնածուների ներգրավվածությունը բանավեճերում, սակայն նրանք չեն ձգտում տեղեկատվություն ստանալ պաշտոնների բազմազանության վերաբերյալ: Նրանք հակված են դիտելու լոկ նախագահական և փոխնախագահական բանավեճերը և հազվադեպ են հետևում նահանգային և տեղական կառավարման պաշտոնների համար առաջադրված թեկնածուների բանավեճերին, չնայած այն տեղեկատվությանը, որ նշված բանավեճերից հնարավոր է

քաղել: Դրանց պահանջարկը կմեծանա, եթե բանավեճերն ավելի մատչելի դարձվեն ընտրողների համար և լինեն առավել հրապարակային: Նույն նպատակին կծառայի բանավեճերի այնպիսի կազմակերպումը, որն ընտրողներին կմատուցի լուրջ տեղեկատվություն ապահովող, ինքնաբուխ, քաղաքակիրթ, հստակ թեմատիկ ուղղվածություն ունեցող քննարկում: Այդ քննարկումն իր հերթին պետք է հանդիսատեսին մատուցի թեկնածուների դիրքորոշումների, գիտելիքների, վարքագծի ու անհատականության մասին անկեղծ, անաչառ գաղափարներ:

Թեև միմյանց հասցեին բարձրագույն մեղադրանքներ արձակող գաղափարախոսների ու քաղաքագետների մասնակցությամբ քաղաքական «բանավեճի» ժանրում կազմակերպվող հեռուստաշոուները կլանող ու զվարճալի են համարվում և ըստ էության ավելի մեծ լսարան կարող են ապահովել, քան քաղաքակիրթ ու տեղեկատվական հարուստ բովանդակություն ունեցող բանավեճերը, սակայն նման շոուներն ավելի շուտ նախատեսված են քաղաքական դուրսաբծուկների և նեղ կուսակցական շահեր հետապնդող գործիչների համար: Նրանք ի գորու չեն բավարարելու ապակուսակցական, քաղաքականապես պակաս զարգացած կամ դեռևս չկողմնորոշված ընտրողին:

Այս սահմանմանը համապատասխանող ընտրողները չեն ցանկանում, որ բանավեճերը նմանվեն զվարճալի գոռում-գոջունի մրցույթների: Նրանց անհրաժեշտ է հստակ, ազնիվ տեղեկատվություն, որը կօգնի ճիշտ որոշում կայացնել: Նշված թիրախային խմբերի մասնակիցների մեկնաբանությունների հիման վրա կարելի է եզրակացնել, որ բանավեճերը պետք է լինեն իրազեկող, չնախապատրաստված, արդարացի և հնարավորին չափ նպատակային, իսկ թեկնածուները պարտավոր պիտի լինեն անկեղծ, ուղղամիտ պատասխաններ տալ: Առավել կարևոր է, որ բանավեճերի ընթացքում (ինչպես և թեկնածուների շփման) պահպանվի քաղաքակիրթ մթնոլորտը: Այս սկզբունքներին բավարարող բանավեճերն ավելի մեծ լսարաններ կգրավեն, քանի որ կապահովեն ընտրողներին հենց այն կարգի տեղեկատվություն, որը նրանց անհրաժեշտ է իրենց թեկնածուին ընտրելու համար:

Փորձառության տեսանկյուններ. նախընտրական բանավեճերի կազմակերպիչների փորձից

Հեղ.՝ Դեյվիդ Բեյլեր

Տարբեր տեսանկյուններ. կազմակերպչական և կառուցվածքային խորհուրդներ

- *Տևողություն:* «Անկախ նրանից, թե քանի թեկնածու է մասնակցում բանավեճին, մարդիկ 90 րոպեից ավելի չեն մնա», - նախագգուշացնում է նախկինում Նյու Հեմփշիր նահանգի Դեմոկրատական կուսակցության և «Միասին ենք զորեղ» խմբավորման անդամ Ռաս Վերնին: «Հնարավոր չէ լսարանի ուշադրությունը սևեռած պահել դրանից ավելի»: Եթե միջոցառումը կազմակերպել է ուղիղ եթերում հեռարձակող հեռուստակայանը, ապա հավանաբար ջանալու է, որ այն 55 րոպեից չանցնի:
- *Հեռուստատեսային լուսաբանում:* Հարկ է փորձել բանավեճը կազմակերպել ռադիոյով կամ հեռուստատեսությամբ, նախընտրաբար՝ հեռարձակող կայանի օգտագործմամբ: Վերջինիս կարելի է առաջարկություն անել համատեղ աջակցության վերաբերյալ և, ըստ անհրաժեշտության, նրանց հիմնական հաղորդավարին առաջարկել բանավեճը վարողի դերը: Սակայն պետք չէ նաև նվազեցնել սեփական դերն ու նշանակությունը: «Մենք համանահանգային պաշտոնների համար կազմակերպված ընտրարշավի շրջանակներում հեռուստակայանների ներգրավման խնդիրներ չենք ունենում», - հաղորդում է Օլլահոմա նահանգի կին-ընտրողների լիգայի ներկայացուցիչ Քերոլ Սկոտը:
- *Լրացուցիչ աջակիցներ:* Եթե հեռուստակայանը չի համաձայնում իր մասնակցությունը բերել տվյալ գործընթացին, հարկ է գտնել այլ խմբեր, որոնք կարող են օգնել բանավեճի կազմակերպման ու այն հրապարակային դարձնելու հարցում և նրանց նույնպես ներգրավել որպես լրացուցիչ աջակիցների: «Սա ևս հանրության տարբեր խմբերի հետ համագործակցություն հաստատելու լավ եղանակ է, որը հետագայում էլ կարող է օգտակար լինել այլ պարագաներում», - նշում է Իլինոյսի լիգայի անդամ Սթեյսի Փատրիկոսկին: Եթե կա մտավախություն, որ բանավեճի խնդրո առարկան կարող է սահմանված նպատակներից շեղվել, ապա պետք է ներգրավել համանման մտածելակերպ ունեցող խմբերի:
- *Ժամանակացույցի կազմում:* Բանավեճերի անցկացման օրը հարկ է նշանակել ընտրություններից 1-ից 3 շաբաթ առաջ ընկած ժամանակահատվածում, բացառությամբ այն դեպքի, երբ դրա կազմակերպման առաջնահերթ նպատակը սատարող հարցազրույցն է: «Թեկնածուների մեծ մասը կցանկանա դրանք մի քանի շաբաթ կամ նույնիսկ ամիս հետ մղել», - նշում է Վենին: «Կազմակերպիչները պետք է ջանան պահպանել դրանց համար նախատեսված ժամանակային սահմանները ... դրանք անցկացնելով այն ժամանակատվածում, երբ ընտրարշավը հանրության ուշադրության կենտրոնում է գտնվում, այսինքն՝

մինչև ընտրություններն ընկած վերջին մի քանի շաբաթվա ընթացքում»: Հարկ է պատրաստ լինել որոշակի ձկունություն ցուցաբերելուն, որպեսզի բանավեճի անցկացման օրը հարմարեցվի թեկնածուների մեծ մասի անհատական ժամանակացույցերին:

- *Անցկացման վայրը:* Բանավեճը պետք է անցկացնել ընդարձակ դահլիճում, եթե միայն այն նկարահանող միակ հեռուստակայանը չի պնդում, որ բանավեճն արվի իր ստուդիայում: Եթե ակնկալվում է լսարանի չափազանց մեծ ներհոս, կարելի է տոմսակներ բաժանել: Այս դեպքում անհրաժեշտ կլինի ընտրարշավի ամեն անդամի համար հավասար թվով տոմսակներ ապահովել, բայց և որոշ քանակություն պահել աջակիցների և հանրության ներկայացուցիչների համար: «Միջոցներ ձեռնարկեք բանավեճի անցկացման վայրը մատչելի դարձնելու համար», - խորհուրդ է տալիս NACCP-ի (Քաղաքացիական մասնակցության ազգային խորհրդակցական հանձնախումբ) ներկայացուցիչ Թերի Փեյնը, - «որպեսզի այն ծանոթ լինի մարդկանց, և վերջիններիս համար հեշտ լինի այնտեղ գալ»:
- *Մասնակիցների ծանուցում:* Ընտրարշավների կազմակերպիչներին հարկ է ձեռնարկման մասին տեղեկացնել վաղաժամ: «Անհրաժեշտ է նրանց հետ կապվել նախապես, չսպասելով, որ նրանց ամենօրյա ժամանակացույցն սկսի ծանրաբեռնվել», - նախազգուշացնում է Վերնին: Հենց որ նրանք տալիս են իրենց համաձայնությունը կամ հետաքրքրություն են դրսևորում բանավեճին մասնակցելու նկատմամբ, անհրաժեշտ է հրավերի նամակ ուղարկել, որին կցված պետք է լինի կազմակերպվող բանավեճի կանոնների և ուղենիշների մի պատճենը: Մասնավորապես, եթե բանավեճը հեռարձակվելու է հեռուստատեսությամբ, հարկ կլինի պահանջել, որ բանավեճի կանոնների և ուղենիշների մի պատճենը թեկնածուի կամ ընտրարշավի ղեկավարի կողմից ստորագրվի և հետ վերադարձվի:
- *Բանակցությունների վարում:* Եթե այնպես է ստացվում, որ պետք է փոփոխվեն բանավեճի անցկացման վայրը, կառուցվածքը կամ կանոնները, որպեսզի հնարավոր լինի մեկ կամ ավելի նոր թեկնածուների ներգրավել, յուրաքանչյուր ընտրարշավի ներկայացուցիչ պետք է դառնա համապատասխան բանակցությունների մասնակից: Բանակցություններն անհրաժեշտ կլինի սահմանափակել բանավեճի անցկացման օրվա, ֆիզիկական կառուցվածքի, բեմի կազմակերպման մանրամասների, ինչպես նաև ելույթների ու պատասխանների տևողության քննարկմամբ: Մի կարևոր հանգամանք ևս՝ հարկ է ապահովել, որ բանակցություններին ներգրավվի խմբի ղեկավարը: «Մենք նրանց խնդրում ենք ուղարկել ընտրարշավի հարցերով որոշումներ ընդունելու իրավասություն ունեցող անձի», - հայտնում է Փատրիկոսկին: «Սենյակից դուրս չենք գալիս, մինչև բոլոր կանոնները վերջնականապես չսահմանվեն»: Առձակատումները նվազագույնին հասցնելու նպատակով թեկնածուները վաղաժամ պետք է իրազեկված լինեն: «Անհրաժեշտ է աշխատանքներն այնպես ծրագրել, որ թեկնածուներից և ոչ մեկն ընկճված չզգա», - նշում է «Մանուկների ընտրարշավի» ներկայացուցիչ Ռոյ Միլերը: «Հարկ է, որ նրանցից յուրաքանչյուրին բավարար ժամանակ տրվի բոլոր նյութերին, բանավեճի

կառուցվածքին, կանոններին և այլ մանրամասներին ծանոթանալու համար»: Ընտրարշավային ժամանակաշրջանի վաղ փուլերում այսպես կոչված «բանավիճային համաձայնության» գալը հնարավոր բանակցությունների կանխման լավագույն միջոցն է:

- *Լրատվամիջոցների ներգրավում:* Որքան բանավեճի անցկացումն ավելի մոտ է նշանակվում ընտրությունների օրվան, այնքան ավելի է մեծանում նրա հետաքրքրությունը լրատվամիջոցների համար: «Մամլո հաղորդագրությունները վաղաժամ ուղարկեք, ապա, ընտրությունների օրվա մոտենալուն զուգընթաց, հետևողական կապ պաշտպանեք համապատասխան լրատվամիջոցների հետ», - խորհուրդ է տալիս «Քաղաքացիական նախագծի» ներկայացուցիչ Գրեգ Բորումը՝ կրկնելով շատ ու շատ այլ մասնագետների կարծիքը: «Զանազեք ստանալ ՋԼՄ-ի գործադիր խմբագրի կամ լրատվության բաժնի տնօրենի հավաստումն այն մասին, որ նրանց ներկայացուիչներից մեկն անպայմանորեն ներկա է լինելու բանավեճին: Աչքաթող մի արեք նշված պայմանավորվածությունը՝ մինչև բուն մասնակցության հասնելը: Խոսքն, իհարկե, մշտապես անհանգստություն պատճառելու մասին չէ, այլ՝ կայուն վերահսկման»:
Անհրաժեշտ է նաև դիմել ընտրարշավների ներկայացուցիչներին, որպեսզի վերջիններս ապահովեն լրատվական աջակցություն տրամադրող անձանց ներկայությունը: Եթե բանավեճերի հաջողված կազմակերպման օրինակ կա, ապա հարկ կլինի այն աշխուժացնել տեսագրված կամ լրագրային հատվածներով և տարածել գովազդային բրոշյուրների ու տեսագրությունների տեսքով:
- *Հանրության ներգրավում:* Նշված իրադարձության հրապարակայնությունն ապահովելու նպատակով անհրաժեշտ է առավելագույնս օգտագործել ազատ լրատվամիջոցների ներուժը: «Մենք [բանավեճի մասին] հայտարարությունները տպագրում էինք թերթերում՝ դրանց *հանրային օրակարգ* բաժնում», - հայտնում է Փեյնը: «Փորձում էինք ապահովել, որ նմանատիպ հայտարարություններ փակցվեն նաև հանրային տեղեկատվական ցուցատախտակներին: Բանավեճերի անցկացման մասին հայտարարվում էր եկեղեցիներում: Մեզ հաջողվեց անվճար ելույթներ ունենալ տեղական հեռուստակայանով»: Ի թիվս այլ միջոցների, կարելի է ընտրել այնպիսի լրացուցիչ աջակիցների, ովքեր նման միջոցառումների գովազդման իսկապես լավ փորձ ունեն: Կարելի է նաև խնդրել, որ բոլոր աջակիցներն իրենց անդամներին համապատասխան բովանդակությամբ ծանուցումներ ուղարկեն: Լրատվամիջոցների կողմից տվյալ միջոցառման մասին նախնական հղումները խթանելու նպատակով հանձնարարելի է մամլո հաղորդագրությունների մեջ նշել ընթացիկ ընտրարշավի շրջանակներում տեղ գտած ընդդիմադիր մոտեցումների մասին, դրանով իսկ ակնարկելով բանավեճի հետաքրքրաշարժությունը:
- *Բանավեճը վարող անձի ընտրություն:* Պետք է ընտրել ապակուսակցական վարողի, որը վստահելի է, քաջածանոթ առկա հիմնախնդիրներին և տիրապետում է նման միջոցառումների կազմակերպման ու վարման մեթոդներին: Վարողներին, և միայն նրանց, հարկ է օժտել հարցերի լրամշակման իրավասությամբ, միաժամանակ սահմանափակելով այդ լիազորության

գործածումը: «Լրացուցիչ հարցերի ... որոշակի ձկունության առկայությունը մեծ բան է», նշում է Փատրիկոսկին, - «սակայն, սովորաբար, խստորեն ժամանակագրված հեռուստատեսային բանավեճի պայմաններում նման ձկունության հնարավորություն չի լինում»:

- *Հարցադրողների հանձնախմբի ընտրություն:* Խորհուրդ է տրվում բանիմաց, իրենց մտքերը հստակ ձևակերպող ու հաղորդակցման արդյունավետ մեթոդներին տիրապետող անհատներից բաղկացած խումբ կազմավորել: Անդամներից առնվազն մեկը պետք է լրատվամիջոցի ներկայացուցիչ լինի, նախընտրաբար՝ հեռուստալրագրող: «Ռադիոյի աշխատակիցներն այնքան շատ են խոսում», - նշում է Սկոտը, «թերթերի լրագրողները հաճախ չգիտեն, թե ինչպես պետք է խոսել, հատկապես հեռուստատեսությամբ»: Մյուս անդամ(ներ)ը կամ երկուսն էլ չպետք է պատկանեն որևէ կուսակցության, կամ ներկայացնեն ընդդիմադիր կուսակցություններ:
- *Լսարանից ստացվող հարցերի ստուգում:* Հարցերի քարտերը լսարանի տարբեր հատվածներում բաժանելուց հետո կազմակերպչի կամ, ասենք, Կին-ընտրողների լիգայի երկու անդամների միջոցով անհրաժեշտ է ստացված հարցերը նախնական ստուգման ենթարկել: Ստուգողներին պետք է առաջարկել խմբավորել նմանատիպ հարցերը և հրապարակելու նպատակով վարողին փոխանցելուց առաջ դրանք ավելի հակիրճ ու պարզ դարձնել: Խորհուրդ է տրվում երբեք ուղղակիորեն չհրապարակել լսարանի անդամներից ստացված հարցերը: «Շատ հաճախ նրանք թանկարժեք ժամանակը ծախսում են սեփական մտքերը կազմակերպելու վրա», - գանգատվում է Սկոտը:
- *Թեկնածուների ելույթները:* Յուրաքանչյուր թեկնածուին պետք է բացման և եզրափակիչ խոսքի հնարավորություն տրվի, այն սահմանափակելով 2 րոպեի սահմաններում: «Բացման խոսքն օգնում է նյարդային մթնոլորտի կարգավորմանը», - մեկնաբանում է Վերնին: «Եզրափակիչ ելույթն ամփոփում է բանավեճը և մասնակիցների դիրքորոշումները և հիմք է ստեղծում ձեր քվեարկության համար»:
- *Հարցադրումներ հանձնախմբից կամ լսարանի անդամներից:* Ամեն թեկնածու պետք է հնարավորություն ունենա պատասխանելու հարցադրող հանձնախմբի կամ լսարանի յուրաքանչյուր հարցին, ըստ այն հաջորդականության, որը հաստատված է պատասխանների համար: Հարկ է նշված պատասխանների տևողությունը տրամաբանական սահմանների մեջ դնել: Վարողին պետք է թույլ տալ հակիրճ լրացուցիչ հարց տալ, եթե այն առնչվում է սկզբնական հարցադրման հետ: Այդ դեպքում պատասխանի համար պետք է տրամադրել կեսն այն ժամանակի, որը նախատեսված էր հիմնական հարցի համար: «Եթե թեկնածուի պատասխանից անհրաժեշտաբար բխում է մեկ այլ հարց, ապա անհիմաստ կլինի այն չտալ», - նշում է «Սիերա Քլաբ»-ի անդամ Քերոլին Չեյզը: «Կամ գուցե նրանք հարցին չեն պատասխանել»: Եթե երկուսից ավելի թեկնածուներ են մասնակցում բանավեճին, ապա հարցին առաջինը պատասխանած թեկնածուին հարկ է կարճ մեկնաբանության հնարավորություն ընձեռել մյուսների պատասխանների վերջում: «Այդ դեպքում նա կարող է

արծագանքել՝ ի պատասխան հնարավոր հարձակումների», - բացատրում է Փատրիկոսկին:

- *Միջթեկնածուական հարցադրումներ:* Յուրաքանչյուր թեկնածուին հարկ է մեկ այլ թեկնածուին 1-2 հարց ուղղելու հնարավորություն տալ: «Թեկնածուներն ամենից լավ գիտեն, թե որոնք են իրենց միջև եղած տարբերությունները», - նշում է Փատրիկոսկին: Այն, թե կարո՞ղ է արդյոք հարց տվող թեկնածուն մեկնաբանել ստացված պատասխանը, ենթակա է սահմանման՝ բանակցային եղանակով:
- *Խնդրո առարկա:* Խորհուրդ չի տրվում հարցադրողներին սահմանափակել որոշակի նյութի շրջանակներում: «Այդ պարագայում բանավեճի ընթացքը նպաստավոր է դառնում այն թեկնածուի համար, որը տվյալ հարցի առնչությամբ համամիտ է աջակից կազմակերպության հետ», - դիտարկում է Փատրիկոսկին:
- *Վիրտուալ բանավեճողներ:* Կարելի է քննել այն տարբերակը, երբ թեկնածուներին թույլ է տրվում բանավեճին մասնակցել հեռահաղորդակցման տեսագրման միջոցով, եթե նրանք բացակայության համար լուրջ հիմքեր ունեն, և տվյալ տարբերակը տեխնիկապես իրագործելի է: Սակայն կարևոր է քայլեր ձեռնարկել բուն թեկնածուների փոխարեն այլ անձանց հանդես գալը կանխելու ուղղությամբ: Եթե այս կամ այն թեկնածուն բանավեճին չի ներկայանում առանց որևէ լուրջ հիմնավորման, նրա բացակայությունը հարկ է նշավակել բեմի վրա դրված թափուր աթոռով կամ ամբիոնով: «Նրանց մեծ մասը բավականաչափ ազնիվ չեն գտնվում ուղղակիորեն ասելու, որ չեն ցանկանում բանավեճին մասնակցել», - զգուշացնում է Չեյզը: «Նման դեպքերում սովորաբար ասում են, թե *այլ պայմանավորվածություն* ունեն»: Ի՞նչ անել՝ ուղղակի պարզել այդ *պայմանավորվածության* առկայությունը և աթոռին դնել թեկնածուի փոխարեն»:
- *Արծագանքման խոշոր պլաններ:* Հեռուստատեսային նկարահանող խմբերին հարկ է թույլատրել մի թեկնածուի մեկնաբանություններին ի պատասխան արված մյուսի արծագանքի խոշոր պլանով ցուցադրումը, պայմանով, սակայն, որ երկու թեկնածուներն էլ միաժամանակ երևան էկրանին: «Մարմնի լեզուն նույնքան խոսուն է, որքան բառերը», - փաստում է Վիրջինիա Նահանգի Ֆեյրֆաքս վարչատարածքի առևտրի պալատի ներկայացուցիչ Նենսի Ռիդը:
- *Սահմանված կարգը խախտողներ:* Բանավեճի կանոնները ոտնահարող թեկնածուն անմիջապես պետք է անվանվի վարողի կողմից: Եթե նույն թեկնածուն շարունակում է նույն վարքագիծը, նրան հարկ է նախազգուշացնել դուրս հրավիրվելու տարբերակի կիրառման մասին, որից հետո նա կարող է դուրս հրավիրվել, եթե նախորդ միջոցները պատշաճ ազդեցություն չեն ունեցել: «Երբ անընդհատ ստիպված ես լինում նրանց հիշեցնել կանոնների մասին, բանավեճը խորտակվում է քո հեղինակության հետ միասին», - նախազգուշացնում է Բորումը:
- *Սահմանափակումների կիրառում լսարանի նկատմամբ:* Լսարանի անդամները պետք է ընտրարշավային բոլոր նյութերն ու միջոցները դահլիճից դուրս թողնեն և

ձեռնպահ մնան բանավեճի ողջ ընթացքում որևէ կերպ արձագանքելուց: «Չպետք է լինեն ծիծաղ, ողջույններ, ազդանշաններ կամ այլևայլ ձայնարկություններ»,- պատվիրում է Փատրիկոսկին՝ կարծես արձագանքելով եկեղեցիներում հաճախ հնչող կրկնողական աղոթքներին: Եթե այս կամ այն թեկնածուի օգտին որևէ նշանակալի ձեռնարկում է իրականացվում, ապա տվյալ թեկնածուին հատկացված ժամանակը նույն այդ ժամանակով կրճատման է ենթակա՝ այդ մասին համապատասխան հայտարարության առկայությամբ:

Ինտերնետի օգտագործումը որպես նախընտրական բանավեճերի կազմակերպմանն օժանդակող միջոց

Հեղ.՝ Մայքլ Քորնֆիլդ

Այս գլխում նկարագրվում է ինտերնետի օգտագործման՝ յոթ քայլից բաղկացած գործընթացը, որն անհրաժեշտ է թեկնածուների հանրային բանավեճերի ազդեցությունն ուժեղացնելու համար: Նաև առաջարկվում են ինտերնետի օգտագործման այլ հնարավոր ձևեր, որոնք կարող են կիրառվել ամերիկացիների ամենասիրելի ժողովրդավարական արարողության ընթացքում:

Բանավեճերն ամերիկյան նախընտրական քարոզարշավների ընթացքում առանձնահատուկ տեղ են գրավում՝ երեք առումներով: Թեկնածուները հանդես են գալիս միասին, բանավեճի ձևաչափը՝ ֆորմատը, թույլ չի տալիս, որ նրանցից որևէ մեկը դեկն իր ձեռքը վերցնի, իսկ արդյունքները քիչ թե շատ մատչելի են լինում հետաքրքրվողների համար: Ինտերնետի միջոցով բանավեճերը կարող են ավելի արժեքավոր դառնալ, և դրա համար մեծ ծախս չի պահանջվի: Մասնակից թեկնածուների թիվը կարող է ավելանալ: Հաղորդակցությունը կարող է ավելի երկարատև ու պերճախոս լինել: Բացի այդ, հնարավոր է ավելի շատ ինֆորմացիա տարածել՝ ավելի շատ մարդկանց միջև: Այսպիսով, պարզ է դառնում, որ ինտերնետը պետք է կազմի լրատվամիջոցների մի մասը, որոնց միջոցով բանավեճերը ներկայացվում են հանրությանը, բեմականացվում, քննարկվում և պահպանվում:

Բայց ինչպե՞ս կարելի է ինտերնետի միջոցով առավելագույնս հասնել նախընտրական բանավեճերի հակասական նպատակներին: Մի կողմից, ենթադրվում է, որ բանավեճերը պետք է լրջորեն ներկայացնեն թեկնածուների քաղաքական ձիրքերը և դիրքորոշումները:

Ապագա ընտրողները բանավեճից հետո պետք է ավելի լավ պատկերացում ունենան, թե ո՞ր թեկնածուն է ավելի պատրաստ վճռական որոշումներ կայացնել, և ո՞ր թեկնածուների կայացրած որոշումներն են, որ, ամենայն հավանականությամբ, կհամապատասխանեն ընտրողների անհատական հայացքներին: (Իհարկե, ընտրողների այս երկու չափանիշները կարող են միմյանց հակասել: Այն անձը, որը, թվում է, ամենահարմարն է աշխատանքի համար, կարող է ընտրողի տեսակետին հակասող հայացքներ ունենալ: Իսկ ո՞վ է ասել, որ քաղաքացի լինելը հեշտ գործ է:)

Մյուս կողմից, բանավեճերը պետք է բավականաչափ աշխույժ լինեն, որպեսզի գրավեն ու իրենց վրա պահեն հանրության ուշադրությունը: Այլապես, տեղեկացված, ընտրությունների օրը քվեարկած ու բանավեճերի տպավորության տակ քվեարկած մարդկանց թիվը բավարար չի լինի: Եթե այդ երեք թվերը բավարար չլինեն, կստացվի, որ բանավեճերը, անկախ իրենց կարևորությունից, ընտրության արդյունքների համար

նշանակալից չեն եղել: Նշանակալից, հիմնավոր բանավեճը, որը փոքր լսարան է ունեցել, քաղաքականապես հավասարազոր է մեծ դաշտում ընկած մենավոր ծառի:

Հետևաբար, բանավեճերի հովանավորները պետք է մտածեն, թե ինչպես կարելի է նախընտրական ծրագրերի քննարկումները մասսաների համար գրավիչ դարձնել: Կոմերցիոն հեռուստաընկերությունները փորձում են այդ խնդիրը լուծել՝ բանավիճողների ու վարողների դերերը տրամադրելով հանրահայտ ու էքսիբիթիվոնիստ (ինքն իրեն ի ցույց դնող) անձանց, ինչպես վերջին *Politically Incorrect* («Քաղաքականապես ոչ կոռեկտ»), *Crossfire* («Խաչածև կրակ»), *Hardball* («Կատակ բան չէ») հաղորդումները, կիրակնօրյա առավոտյան հասարակական հաղորդումները և այլն: Սակայն բանավեճերի կազմակերպիչները, հատկապես նախագահական մակարդակից ներքև գտնվողները, այդ հնարավորությունից զրկված են: Եթե նույնիսկ պետական ու տեղական ինքնակառավարման պաշտոնների թեկնածուները փոքր-ինչ նշանավոր մարդու գրավչություն ու համբավ են ունենում, ապա ընտրական դաշինքների առանձին թևերի հանդեպ ունեցած պարտավորությունները սահմանափակում են նրանց գործողությունները: Եթե հեռուստատեսային մեկնաբանները կարող են ձգտել հանուն իրենց հեղինակության՝ որևէ խմբի կամ կուսակցության վարկաբեկել, թեկնածուները պետք է մման բաներից խուսափեն: Բացի այդ, ժամանցային արժեքներն անհարիր են թվում այնտեղ, որտեղ բախտախաղի է դրված այլ մարդկանց կյանքին վերաբերող կարևոր որոշումներ կայացնելու կարողությունը:

Ինչպես նշել են Բանավեճերի խորհրդակցական ստանդարտների ծրագրի թիրախային խմբերը (տես՝ Գլուխ 6), հանդիսատեսները «հատկապես չեն սիրում այն բանավեճերը, որոնք փոխակերպվում են անկարգ վեճերի»: Եթե նախընտրական բանավեճում ժամանցի տարր կա, այն պետք է հանդես գա որպես բարեկիրթ և լուրջ մոտեցումից բխող արդյունք: Թեթևություն բերող զավեշտական պահերը հրաշալի են, ծիծաղ առաջացնելու համար դերասանություն անելը՝ ոչ:

Այսպիսով, հաջող բանավեճի բեմականացումը, ըստ քարոզարշավների ու ընտրությունների նկատմամբ մեր քաղաքական համակարգի պահանջների, բարձրագույն արվեստ է: Իսկ ինտերնետը բավականին բարձր մակարդակ է ենթադրում:

Երեք սկզբունք

Ինտերնետը 1990-ականների սկզբից ամերիկյան քաղաքականության մի մասն է կազմել: Ղա օն-լայն քաղաքականության մեջ իրականացվող հազվադեպ, բայց խիստ տեսանելի ու բազմիցս քննարկվող փորձարկումների շրջան էր:

Ինտերնետային քաղաքականության փորձերից կարելի է երկու դաս առանձնացնել: Նախ և առաջ, ինտերնետը ժամանակակից քաղաքականության մեջ լավագույնս գործածվում է ոչ թե «ոչ համակարգչային» լրատվամիջոցներին փոխարինելու կամ պատճենելու միջոցով, այլ նրանց հետ համակցվելով. դեմ առ դեմ հանդիպումներ, գրաֆիկական ցուցադրումներ, փոստային ուղիղ առաքումներ, հեռախոս, ռադիո, հեռուստատեսություն և տպագիր մամուլ (վերջին երեքը՝ և՛ վճարովի գովազդի, և՛

լրատվական լուսաբանումների միջոցով, որոնք կարելի է «վաստակել» մամուլի հետ լավ հարաբերություններ պահպանելով):

Ինտերնետը կարող է ավանդական լրատվամիջոցների քաղաքական թեմաներով հաղորդակցությունն ընդօրինակել և վերարտադրել: Այդ բազմակողմանիությունը ոմանց ստիպել է հավատալ, որ բոլոր լրատվամիջոցները կարող են վերջիվերջո հանգել ինտերնետին: Սակայն ինտերնետում ցանկացած պահի գոյություն ունեցող հաղորդագրությունների ահռելի քանակը (նկատի ունենալով նաև այն կարևոր փաստը, որ ստացողը, այլ ոչ թե ուղարկողն է որոշում, թե ինչ նայի, երբ և ինչքան ժամանակ) ցույց է տալիս, որ ինտերնետային լավագույն հաղորդակցությունն էլ կարող է մարդկանց մեծամասնության կողմից չնկատվել, եթե հրապարակումից առաջ և հետո այդ մասին չազդարարեն ավանդական լրատվամիջոցները: Նախօրոք ազդարարելը կարևոր է իրական ժամանակում առավելագույն լսարան ունենալու համար, հետագա ազդարարումն անհրաժեշտ է, որպեսզի բուն իրադարձությունը բաց թողած մարդիկ կարողանան հետևել դրան՝ արխիվացված ինֆորմացիայի միջոցով:

Ինտերնետային բանավեճը, ինչպես ցանկացած ինտերնետային գործառույթ, ընտանեկան դիտման համար նախատեսված ֆիլմ չէ: Մարդիկ բանավեճին կից տեսնում են միայն այն դեպքում, եթե ինչ-որ մեկը համապարփակ ու համակարգված ձիգեր գործադրի այդ ուղղությամբ: Ինտերնետային քաղաքականության հիմնական «դասը» ինտեգրացիան է: Ինտերնետային և ավանդական հաղորդակցությունը պետք է համակարգվի, որպեսզի արդյունավետ լինի:

Բանավեճի հովանավորների երկրորդ «դասն» այն է, որ ինտերնետային բանավեճին հետևող մարդիկ (տվյալ պահին կամ հետո, ամբողջությամբ կամ մասնակիորեն) տեխնիկական և քաղաքացիական տարբեր հնարավորություններ ունեն: Քաղաքացիական գիծն ուղիղ անկյան տակ հատվում է թվային գծի հետ՝ ստեղծելով մարդկանց չորս դասակարգ, որոնց համար էլ բանավեճը պետք է պարզ ու հասկանալի լինի: Միայն այդ պարագայում լսարանը, բանավեճի ազդեցությունը և հավասարապես բաշխվածությունը կհասնեն առավելագույնի:

Առավել հայտնի դասակարգային գույզը հետևյալն է՝ ա/ երկու «այոները» կամ «ինտերնետի բնակիչ/քաղաքացիները», ինչպես ժամանակին նրանց պիտակավորել է մի խանդավառ դիտորդ. մարդիկ, որոնք ունեն լայնաշերտ միացման հնարավորություն և նորությունների ու ընտրությունների նկատմամբ հետաքրքրություն, և բ/ երկու «ոչերը». մարդիկ, որոնք դեռ պատրաստվում են միանալ ինտերնետին և որոնք իրենց հեռու են պահում առօրյա քաղաքականությունից: Բայց կան նաև հետևյալ դասակարգերը. գ/ ինտերնետ ցանցի մշտական և փորձառու օգտագործողները, որոնք բավականաչափ դրդապատճառներ չունեն ինտերնետի միջոցով հանրային խնդիրներին ծանոթանալու համար, և դ/ փորձառու քաղաքական ակտիվիստները, որոնք այս կամ այն պատճառով խուսափում են ինտերնետից և էլեկտրոնային փոստից, ու կմեռնեն, բայց նամակ չեն գրի:

Ընդարձակ հնարավորությունների սոցիալական փաստն օն-լայն քաղաքական հաղորդակցության տարբերակումները պարտադիր պայման է դարձնում: Օրինակ, եթե ինտեգրացված հանրային քարոզարշավը մարդկանց գրավելու փորձեր է անում

առաջարկելով դիտել բանավեճի օն-լայն ինտերֆեյսը (սովորաբար՝ ինտերնետային էջը), լավ կլինի, որ նրանք հաջորդ քայլն անելու ու իրենց հետաքրքրող ինֆորմացիային հասնելու մի քանի հնարավորություն ունենան:

Ա խմբի մարդիկ կկարողանան ու կցանկանան բանավեճի տեսադարանում որոնումներ կատարել՝ առանցքային բառերի միջոցով:

Գ խմբի մարդիկ կարող են օգուտ քաղել աչքի գարնող, հիմնական հարցերն ընդգրկող փաթեթից, որը եզրափակվում է մատնագրակային ցուցիչով, որը տանում է դեպի դրամատիկ առերեսումների ետևում կանգնած խնդիրները:

Բանավեճի կազմակերպիչները պետք է ապահովեն բազմուղի նավիգացիոն համակարգ, որը կօգնի փորձառուներին և նորեկներին (բառերի և՛ տեխնիկական, և՛ քաղաքացիական իմաստներով) հայտնաբերել իրենց հետաքրքրող բանավեճային նյութերը:

Ինտեգրացիան ու տարբերակումը անհրաժեշտ են ինտերնետն ի շահ հանրային գործերի կիրառելու դեպքում: Դրանց բացակայության դեպքում բանավեճին հետևող մարդկանց թիվը և նրանց տրամադրած ժամանակը բավարար չի լինի, և գործադրած ջանքերն ապարդյուն կլինեն: Մինչ օրս տեղի ունեցած օն-լայն բանավեճերի համառոտ պատմությունը ցույց է տվել, որ կարելի է քաղել երրորդ՝ ավելի առանձնահատուկ ու բարդ դասը, որը կիրառվում է նաև ավանդական բանավեճերի դեպքում. կազմակերպիչները պետք է կառուցեն միավորող դրդապատճառների համակարգ, որը զրավի լրագրողներին, թեկնածուներին, ինչպես նաև քաղաքացիներին:

Օն-լայն բանավեճերի մասնակից պետք է դառնան ոչ միայն հովանավորները, այլև լրագրողները՝ հավաստիացնելով իրենց անկողմնակալությունը և զրավելով մի լսարան, որն ավելի լայն կլինի, քան մեկ թեկնածուի աջակիցների բանակը: Բանավեճին պետք է մասնակցեն ոչ միայն քարոզարշավի ընթացքում թեկնածուներին փոխարինողները, այլև հենց թեկնածուները՝ հավաստելով բանավեճի իսկությունը և ոգևորելով լսարանին: Քաղաքացիներն էլ կմասնակցեն այն չափով, որ չափով որ, իրենց կարծիքով, մասնակցում են լրագրողներն ու թեկնածուները: Այսպիսով, հարկավոր է զարգացնել բանավեճ, որը միաժամանակ երեք խմբերին էլ կզրավի ու, նրանց աճող պարտավորությունները հրապարակայնացնելով, իրադարձության համար շարժիչ ուժ կստեղծի:

Ինչպե՞ս կարելի է դա անել: *Վեբ, Ուայթ էնդ Բլու* քաղաքացիական սայթի՝ 2000 թ. յոթ նախագահական թեկնածուների միջև ընթացող «Ռոլլինգ Սայթեր-Դիբեյթ» բանավեճի կազմակերպիչ Մարքլ Ֆաունդեյշնի անցկացրած հետազոտությունը հաստատել է, որ

- Լրագրողներին պետք են բանավեճային այնպիսի հատվածներ, որոնք ընթանում են հիմնական թեկնածուների միջև, առանց նախնական փորձերի:
- Թեկնածուներին պետք են «չմաքրագտված» հատվածներ», որոնց միջոցով կարող են իրենց ուղերձները քարոզարշավի շրջանակներում ուղղակիորեն փոխանցել ընտրողներին:

- Քաղաքացիները ցանկանում են ստանալ նախնական, ինչպես նաև հրատապ ինֆորմացիա, որը կարող են գտնել իրենց ցանկացած տեղում, ցանկացած ժամանակ:

«Ռուլինգ Սայբեր-Դիբեյթը» գործելու 37 օրվա ընթացքում բավարարեց երեք խմբերից երկուսի պահանջները: Թեկնածուներին տրամադրվեց տարածք, որտեղ իրենք կարող էին հրապարակել օրվա ուղերձը՝ իրենց ցանկացած թեմայով և մուլտիմեդիա ֆորմատով: Քաղաքացիները կարող էին հետևել ամբողջ բանավեճին կամ նրա ցանկացած հատվածներին, ինչպես նաև ուսումնասիրել քաղաքացիական իրազեկմանն ու ընտրողների գրանցմանը վերաբերող սայթերը: Ավելին, քանի որ բանավեճն իրականացվում էր սինդիկատային ցանցի 17 խոշոր ինտերնետային սայթերի միջոցով, ամերիկացիների գրեթե 90 տոկոսը ինտերնետին միանալիս կարող էր գոնե պատահաբար տեսնել իրադարձության հղումը, և թեկնածուները գիտեին, որ բանավեճը հասանելիության հսկայական պոտենցիալ ունի:

Բացի այդ, ցանցի խոշոր լրատվական սայթերը լրագրողներին դրդում էին ուշադրություն դարձնել բանավեճին: Այնուամենայնիվ, «Ռուլինգ Սայբեր-Դիբեյթում» բացակայում էր աշխույժ ինտերակտիվ հատվածը, որի պատճառով նրա լրատվական արժեքն ընկավ և ընդամին՝ նվազեց նրա գրավչությունը թեկնածուների և քաղաքացիների համար:

Յոթ քայլից բաղկացած գործընթաց

Այս բաժնում նկարագրված բանավիճային գործընթացն այս սկզբունքներն ու դասերը ներմուծելու փորձ է: Այդ գործընթացն ինտերնետը միավորում է հրապարակայնության ավանդական ձևերի և հանպատրաստից, ուղիղ հեռարձակման հետ: Այդ գործընթացում դեր ունեն տեխնոլոգիայների և քաղաքականության մասնագետները և պարզապես հետաքրքրվողները: Այն թույլ է տալիս, որ մասնակից թեկնածուները չխմբագրված նյութեր ներկայացնեն: Լրատվական սայթերն էլ մշտական ու բազմակողմանի դեր ունեն. խրախուսել, որ լրագրողները հանդիսանան գործընթացի խորհրդատուներ, լուսաբանողներ ու ոչ պաշտոնական «դատավորներ»: Բացի այդ, նրանք իրավունք ունեն բանավեճերի որոշ հատվածներ հրապարակել բացառապես իրենց սայթերում՝ նպատակ ունենալով ավելացնել քաղաքական բաժինների ինֆորմացիոն ծանրաբեռնվածությունը:

Բանավեճից առաջ.

1. Տեղի ունենալիք ընտրությունների տարածքի բնակիչները բանավեճի համար հարցեր են ներկայացնում էլեկտրոնային փոստով, ինտերնետով և ավանդական («օֆֆ-լայն») ճանապարհներով: Գործնականում, կողմնակի անձինք էլ կարող են հարցեր տալ: Հնարավոր է, որ հարցերն ինչ-որ կերպ «մաղվեն». ասենք, հարցեր ներկայացնողներին խնդրվի հայտնել իրենց հասցեն: Սակայն ամենակարևորը ոչ թե «զուտ» հարցերն են, այլ գործընթացից առաջացած ոգևորությունը և հարցերի բազմազանությունը:

2. Բանավեճի հովանավորները «մաղում» են հարցերը, դասավորում ըստ թեմաների և հրապարակում ինտերնետում ու հանրային այլ լրատվամիջոցներում: Ղա կօգնի գատել մակերեսային, անվայել, կրկնվող, «ծանրաբեռնված», ոչ հստակ կամ ինչ-որ իմաստով անցանկալի հարցերը: Նաև նախօրոք հայտնի կդառնա, թե քարոզարշավի ընթացքում, ամենայն հավանականությամբ, որ թեմաներն են քննարկվելու, և թեկնածուները հնարավորություն կստանան ամբողջական, լավ կազմակերպված պատասխաններ ներկայացնել: Ցանկալի է, որ արդյունքում առաջանան հարց-թեմաներ. լավ ձևակերպված հարցեր, որոնք երևան կհանեն թեկնածուի դիրքորոշումը՝ ընտրողներին վերաբերող թեմաների նկատմամբ:
3. Բանավեճի ինտերնետային սայթի այցելուները «մաղված» հարցերը դասակարգման են ենթարկում, և շարժվող աղյուսակը ցույց է տալիս բանավեճի 10 լավագույն հարցերը: Այս քվեարկությունը կարող է ունենալ խորհրդատվական բնույթ, բացարձակ հրապարակայնության նպատակներով, կամ էլ կարող է երևան հանել մի շարք հարց-թեմաներ, որոնք կշոշափվեն բուն բանավեճի ընթացքում: Այս պարագայում նույնպես այնքան էլ կարևոր չէ, որ դասակարգողներն ընտրողների տիպիկ ներկայացուցիչները չեն. կարևորը լավագույն հարցերի անընդհատ հրապարակման առաջացրած հետաքրքրությունն է: Բեյսբոլի բարձրագույն լիգան նմանատիպ քայլ էր կատարել 2002 թ.-ին տեղի ունեցած «Բոլոր Աստղերի Խաղի» համար. յուրաքանչյուր լիգայի ցուցակի վերջին՝ 30-րդ տողը լրացնում էին բեյսբոլասերները՝ ինտերնետի միջոցով իրենց ձայնը տալով իրենց ընտրած հինգ խաղացողներին:

1992 թ. նախագահական բանավեճերի խոշոր բացահայտումներից մեկն այն էր, թե որքան լավ ու հրատապ հարցեր կարող են տալ քաղաքացիները: Նպատակ ունենալով ավելացնել մասնակցությունն ու հրապարակայնությունը՝ ինտերնետը պետք է լինի այն հիմնական (բայց ոչ միակ) միջոցը, որտեղ կարող են ի մի բերվել բանավեճի ընթացքում թեկնածուներին առաջադրվող հարցերը: Հաղորդակցության մասնագետները պետք է ներկայացված հարցերը «մաղեն» ու ձևակերպեն, իսկ համապատասխան ընտրատարածքներում բնակվող քաղաքացիները «մաղված հարցերը» դասակարգման ենթարկեն (դա իրագործելի է միայն ինտերնետի միջոցով):

«Մինեսոտա Ի-Ղիմոքրասին» ներկայացնող Սթիվեն Քլիֆտը, որն ինտերնետային բանավեճերի ամենափորձառու մասնագետն է, խորհուրդ է տալիս, որ նախապատրաստական շրջանը հնարավորին չափ երկար լինի: Քաղաքացիներին անհրաժեշտ է ներգրավել, իսկ նախօրոք առաջադրված հիմնական թեմաները, «տանջալից» հարցերը, դասակարգման արդյունքները կօգնեն գործընթացին:

Նկատի ունենալով, որ «հաղթած» հարցերը կազմվել ու հաստատվել են ընտրողների կողմից, թեկնածուների համար խիստ դժվար կլինի այդ հարցերից խուսափել: Բանավեճերի խորհրդակցական ստանդարտների ծրագրի անցակացրած համազգային հետազոտությունը ցույց է տվել, որ գործընթացի այս փուլը դժվար չի լինի «վաճառել» հասարակությանը: Ըստ Ռոն Ֆոշեյի՝ «ընտրողների վաթսուներեք տոկոսն այս կամ այն կերպ պատրաստակամություն է հայտնել

ինտերնետի միջոցով արտահայտել իր կարծիքն այն մասին, թե հեռուստաբանավեճի ժամանակ ո՞ր հարցերն են տրվելու», իսկ «23 տոկոսն ասել է, որ հավանաբար կարտահայտի իր կարծիքը»:

Բանավեճի ընթացքում.

4. Այն մարդիկ, ովքեր առաջադրել են լավագույն հարցերը, բուն բանավեճի ընթացքում դրանք վերաձևակերպում են և ուղղում իրենց նախընտրած թեկնածուին կամ թեկնածուներին, իսկ բանավեճը կանոնակարգողը հետևում է, որ նրանք թեմայից չշեղվեն: Քանի որ նախօրոք հրապարակված հարցի արդյունքում կարող է ստացվել նախապատրաստված, ոչ մեկին անհանգստություն չպատճառող պատասխան, հարց տվողին պետք է վերաձևակերպման ազատություն տալ՝ առանց թեկնածուներին զգուշացնելու: Կատարյալ տարբերակն այն է, որ հարցը տա հենց ինքը՝ հեղինակը, սակայն ավելի խոհեմ կլինի դա վստահել լրատվության բնագավառի մասնագետներին:
5. Թեկնածուի/թեկնածուների պատասխանների, հակահարվածների ու մեկնաբանությունների ծավալը կախված է ժամանակից ու բանավեճը կանոնակարգողից:

Թեև քաղաքացիների ու թեկնածուների միջև չմիջնորդված հանրային հաղորդակցության գաղափարն արտաքուստ գրավիչ է թվում, բայց իրականում այն աղետի կիսնագեցնի. բանավեճը կլինի չափազանց արհեստական, շեղվող, ծաղրական, կամ էլ դրանց համադրությունը: Քաղաքացիական խմբերի ու թեկնածուների միջև ուղղակի հաղորդակցությունը պետք է կազմակերպել ու իրականացնել անհատական քարոզարշավների ժամանակ: Իսկ բանավեճերը պետք են ունենան կանոնակարգողներ և ժամանակային սահմանափակումներ:

Բանավեճի ընթացքում հեռուստադիտողները պետք է էկրանին տեսնեն բանավեճի ինտերնետային սայթի հասցեն:

Բանավեճից հետո.

Բանավեճը հնարավորություն է տալիս ստուգել, թե պաշտոնների հավակնորդներն ինչ վերաբերմունք ունեն մարդկանց ու գաղափարների նկատմամբ: Սակայն միայն այդ հատկությունները չէ, որ պետք է փորձության ենթարկվեն: Հեռուստատեսային բանավեճերի պատմության մեջ եղել են թեկնածուներ, որոնց համբավի վերաբերյալ կա ոչ ճիշտ, կաղապարված վերաբերմունք, որը ձևավորվել է նրանց ելույթների արդյունքում: Ինտերնետի օգնությամբ բանավիճային ելույթները կարող են ներկայանալ ավելի ամբողջական համատեքստով: Քաղաքացիներն այդ ամբողջականությունից ավելի շատ օգուտ կքաղեն, ինչպես նաև լրագրողները, որոնք կարող են բանավեճի վերաբերյալ ծանոթագրություններ կազմել: Իսկ թեկնածուներին պետք է դրանք վերանայելու համար ժամանակ տրամադրել. մեկ օրից մինչև մեկ շաբաթ:

Հետբանավիճային այս շրջանում սկսում են գործել ինտերնետային քարոզչության երկու լավագույն հմտությունները՝ ներկայացված Քաղաքականության,

Ժողովրդավարության և Ինտերնետի Ինստիտուտի կողմից /www.ipdi.org/:
Թեկնածուները, զարգացնելով բանավիճային ելույթները, պետք է փաստաթղթերով վավերագրեն իրենց դիրքորոշումները և փորձեն աջակցություն ստանալ՝ շեշտելով հակառակորդների հետ ունեցած հակադրությունները: Ամերիկացիների համար մակերեսայնությունը հաճախ զուգորդվում է հարցազրույցից վերցված առանձին հատվածների հետ, իսկ անարդարացի հարձակումները «բացասական գովազդի» ազդեցություն են թողնում: Սակայն քարոզչության այս վնասաբեր ասպեկտները միայն հեռուստատեսությանը չէ, որ հատուկ են: Բանավեճի կազմակերպիչները կարող են «օն-լայն» հսկողություն սահմանել այդ ասպեկտների նկատմամբ և ինտերնետային բանավեճերի համար բարձր չափանիշներ առաջադրել:

6. Մասնակից թեկնածուները կարող են քարոզարշավների ընթացքում պատասխաններն ու մեկնաբանությունները մանրամասնել, ինչպես հարմար են գտնում, սակայն չվերանայել: Ինտերնետում կարելի է հրապարակել բանավեճի ընթացքում թեկնածուների արած դիտողությունները, լրացուցիչ հայտարարություններ, որոնք ավելի են ընդգծում այդ դիտողությունները, ինչպես նաև հակահարվածային արտահայտությունները: Ամենալավը ուղղանկյունային ֆորմատն է, երբ մի առանցքի երկայնքով թեկնածուներն են, մյուս առանցքի երկայնքով՝ հարց-թեմաները: Դրա շնորհիվ սայթի այցելուները միանգամից կարող են տեսնել մեկնաբանությունների ողջ շարքը, ապա ընտրել իրենց հետաքրքրած հատվածը: Որպես նմուշ, կարող եք դիտել «Դի Նեթ» դինամիկ հարցաթերթիկը՝ պատրաստված Կին ընտրողների լիգայի կողմից, www.dnet.org սայթում:
7. Սինդիկատային լրատվամիջոցները բանավեճը մեկնաբանում են այնպես, ինչպես հարմար են գտնում: Իհարկե, կարելի է «օն-լայն» դասակարգումներ անել, սակայն գիտական հարցմանը ոչինչ չի փոխարինի: Հետբանավիճային լուսաբանումներն ու տեղեկատվությունը կտարածվեն լայն շրջանակներում, ու ինչքան շատ, այնքան լավ, որովհետև դա ցույց կտա, որ հանրությունը ոգևորված է: Լրատվամիջոցները պետք է ստեղծեն ֆորմատներ՝ ձևաչափեր, որոնք ընդգրկեն ե՛ւ մեկնաբանություններ, ե՛ւ հղումներ բանավեճի արձանագրություններին ու լրացուցիչ հայտարարություններին: Այդ կերպ ինտերնետից օգտվողները հեշտությամբ կկարողանան հետևել պաշտոնական բանավեճին՝ ստանդարտ ներկայացմամբ:

Լրատվամիջոցները կարող են իրականացնել ինտերնետային ակնթարթային հարցումներ՝ նպատակ ունենալով պարզել հանրության վերաբերմունքը բանավեճերի նկատմամբ, այդ թվում՝ խնդրելով, որ ընտրեն հաղթողին: Իսկ հարցման թանկարժեք ու աչքի զարնող տարբերակը բանավեճը դիտողներին թույլ կտա իրենց վերաբերմունքն արտահայտել հենց բանավեճի ժամանակ, հեռախոսազանգերը հաշվարկող չափիչի «օն-լայն» համարժեքի միջոցով:

Կարևորն այն է, որ երկու մեխանիզմներն էլ հստակորեն «պիտակավորվեն» որպես ինքնուրույն ընտրություն, որը չի արտահայտում ընտրողների ներկայացուցիչների համընդհանուր կարծիքը:

Լրացուցիչ հինգ խորհուրդ

Ընդամին կցվում են խորհուրդներ՝ բանավեճերի դեպքում ինտերնետի օգտագործման այլ ասպեկտների վերաբերյալ: Կապված լինելով վերոհիշյալ գործընթացի հետ՝ նրանք կարող են նաև դիտվել որպես առանձին խորհուրդներ:

- Բանավեճի բովանդակությունը, հնարավորին չափ, թարգմանեք տեղի ունենալիք ընտրությունների տարածքում բնակվող փոքրամասնությունների լեզուներով: Ինքներդ մտածեք. եթե ընտրական քվեաթերթերը, օրենքից ելնելով, թարգմանվել են, ապա բանավեճն էլ պետք է թարգմանվի:
- Եթե կան ընտրվելու իրավունք ունեցող բազմաթիվ թեկնածուներ, ստեղծեք այնպիսի համակարգ, որտեղ նրանք կարող են շարքերով դասավորվել: Ոչ մի օրինական թեկնածուի չպետք է զրկել «օն-լայն» բանավեճից: Սակայն բանավեճի հովանավորները պետք է իրավասություն ունենան, ըստ իրենց հայեցողության, հեռուստատեսային բանավեճը սահմանափակել հիմնական թեկնածուներով, իսկ «միջին» և «ցածր» մակարդակի թեկնածուներին տրամադրել պակաս աչքի ընկնող տարածքներ՝ «օն-լայն» բաժիններում:

«Վեբ, Ուայթ էնդ Բլու 2000» սայթին դա հաջողվեց: Եթե մի քանի բանավեճ է նախատեսված, թեկնածուներին կարելի է տեղափոխել վերևի կամ ներքևի շարքը, սակայն հիմնվելով միայն օբյեկտիվ չափանիշների վրա (ասենք՝ հարցման արդյունքների), որոնք որոշվում են նախօրոք՝ առաջին բանավեճի ընթացքում:

- Ստեղծաշարի մոտ նստած թեկնածուները հեռուստացույցով անիրական են երևում: Բանավեճի իսկությունն ապացուցելու ավելի լավ ձև կա. կոնկրետ նշել, թե որ մեկնաբանություններն են արել թեկնածուները (ներկայացնելով բանավեճի ընթացքում արված դիտողությունների արձանագրությունները), և որ մեկնաբանություններն են արվել քարոզարշավի ընթացքում (այսինքն, նախաբանավիճային և հետբանավիճային հայտարարությունները):
- Այսօր ինտերնետային հեռարձակումները հեռուստատեսային հեռարձակումներին չեն փոխարինում: Դրանք չափազանց թանկ արժեն, և չափազանց քիչ մարդ հնարավորություն ունի դրանց հետևելու: Հիմնական կետերը շեշտող վիդեոփաթեթները ավելի հաջող տարբերակ են:
- Բյուջեով նախատեսեք նաև տեխնիկական անձնակազմին հատկացվելիք գումարը: Ստեղծեք «Հաճախակի տրվող հարցերի» ինտերնետային էջ, ինչպես նաև ունեցեք էլեկտրոնային փոստի հարցերն ու հեռախոսազանգերն ընդունող տեխնիկական անձնակազմ:

Հաջողության չափանիշը

Եթե ինտերնետային քարոզչությունն արդեն ինչ-որ չափով կայացել է, ապա նախընտրական ինտերնետային բանավեճերը դեռևս իրենց «վաղ մանկական» հասակում են գտնվում: Դա վերաբերում է ընտրական համակարգի բոլոր մակարդակներին: 2000 թ. հոկտեմբերին, երբ տեղի ունեցավ նախագահական մակարդակի «Ռոլլինգ Սայբեր-Դիրեյթը», 44 քաղաքացիներ հետևում էին *Բիսմարկ Թրիբյունի* ինտերնետային սայթի բանավեճին, որն ընթանում էր

Պետական ծառայության հարցերի հանձնաժողովի երկու թեկնածուների միջև: (Ցավոք, ինտերնետում եղած տեղեկություններն այդ մասին մանրամասներ չեն պարունակում):

2000 թ. Մինեսոտայում սենատի՝ երկրորդ կարգի թեկնածուները մասնակցեցին ինտերնետային բանավեճերի, իսկ Սենթ Փոլի քաղաքապետի թեկնածուները 2001 թ. մասնակցեցին ինտերնետային ֆորումի: 2002 թ. սկզբին «*Դինոքրասի Օն-լայն Փրոջեքթից*» Քրիստին Մակքոնվիլի կողմից անցկացրած հետազոտությունը երևան հանեց սակավաքանակ ինտերնետային վկայակոչումներ (մի կողմ թողնենք առանձին հատվածները)՝ այն բանավեճերի վերաբերյալ, որոնք տեղի են ունեցել Կալիֆոռնիայի, Այովայի, Մասաչուսեթսի և նույնիսկ Մինեսոտայի նահանգապետի թեկնածուների միջև:

Սա մի սանդղակով իջեցնում է հաջողության չափանիշը. ինտերնետը դառնում է լոկ նախընտրական բանավեճի ասպեկտներից մեկը: Սակայն հեռուստատեսության պատմությունը փոքր-ինչ սփոփանք է բերում: Եթե համեմատենք լրատվամիջոցների քաղաքական հասունացումը, կտեսնենք, որ 2002-ը ինտերնետի համար նույնն է, ինչ որ 1954-ը հեռուստատեսության համար. այսինքն, ութ տարի է, ինչ շուկայում է գտնվում: Եթե նկատի ունենաք ժամանակային այդ ասպեկտը (և այն փաստը, որ այդ լրատվամիջոցները մոտավորապես նույն արագությամբ են մուտք գործում ամերիկյան հասարակություն), կարող ենք հաշվարկել, որ Քենեդու և Նիքսոնի բանավեճերի ինտերնետային անալոզը 2008 թ. շուտ չի կարող տեղի ունենալ, իսկ նախագահական քարոզչական բանավեճերի ինստիտուտը կհիմնվի 22 տարի հետո, 2024-ին: Պետք չէ հավատալ գովազդային այն աղմուկին, ըստ որի «ինտերնետային ժամանակն» ավելի արագ է շարժվում, քան սովորական ժամանակը՝ հույս ունենալով, որ «օն-լայն» բանավեճերն ավելի արագ կգարգանան, քան հեռուստատեսությունը:

Կարևոր է, որ այս «վաղ մանկական հասակում» ինտերնետային ծանրաբեռնվածությունն արտահայտող թվերը չտանեն սխալ ճանապարհով՝ դեպի լավատեսություն կամ վատատեսություն: Նախ և առաջ, ինտերնետային ծանրաբեռնվածությունը չափելը ակնհայտորեն կասկածելի նախաձեռնություն է: Առանձին այցելուների, ուսումնասիրված էջերի, բանավեճի կազմակերպիչներին ուղղված էլեկտրոնային նամակների հաշվարկը կարող է ավտոմատ կերպով արվել. դժվարն այդ տեղեկություններից ընդունելի ցուցանիշներ դուրս բերելն է: Իսկ որ ավելի կարևոր է, ինտերնետի միջոցով թեկնածուին տրված թեկուզ մեկ լավ հարցը կարող է հաջողության երաշխիք լինել:

Վերջնական վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ նախընտրական բանավեճի որակը կախված է նրանից, թե այն ինչ աստիճանի հաջողություն է ունեցել երեք հիմնական խմբերի շրջանում:

- Նախ և առաջ, բանավեճի ընթացքում թեկնածուները պետք է փորձություն անցնեն, քանի որ այն պաշտոնը, որ նրանք ձգտելու են ստանալ (կամ պահպանել), որոշակի փորձառություն է ենթադրում:

- Երկրորդ, քաղաքացիների ուշադրությունը պետք է հրավիրել ընտրության այն հնարավորությունների վրա, որ նրանք ունենալու են առաջիկա ընտրությունների ժամանակ:
- Երրորդ, լրագրողները, իրավապաշտպանները, կուսակցական պաշտոնյաներն ու մնացած միջնորդներն ու կազմակերպիչները պետք է իրենց պարզևատրված զգան այն բանի համար, որ բանավեճի ընթացքում հատուկ նշանակություն են տվել առաջին ու երկրորդ չափանիշներին:

Ինչպես ցույց են տալիս այս ծրագրի համար անցկացված հարցումները, այս նպատակները հաշվի առնելու դեպքում ամերիկյան հասարակության երազանքներն առաջիկա ամիսների ու տարիների ընթացքում իրականանալու ավելի շատ հնարավորություն կունենան:

Բանավեճերի հովանավորումը. հարցազրույց Ջանեթ Բրաունի հետ

Հեղ.՝ Ռոնալդ Ֆոշե

Այս հարցազրույցն անցկացվել է Նախագահական բանավեճերի հանձնաժողովի տնօրեն Ջանեթ Բրաունի հետ, վերջինիս վաշինգտոնյան գրասենյակում: Հարցազրույցի թեման նահանգային, մարզային ու տեղական նախընտրական բանավեճերի հովանավորությունն է:

Հարց. Բանավեճի արդյունավետ ձև մշակելիս ի՞նչ կարևոր որոշումներ պետք է կայացնի լրատվական կամ հովանավորչական կազմակերպությունը:

ԲՐԱՈՒՆ. Հովանավորող կազմակերպությունն առաջին հերթին պետք է որոշի, թե որ ինֆորմացիան հեռուստադիտողներին ու ռադիոլսողներին կօգնի քվեարկման վերաբերյալ որոշում կայացնել: Կազմակերպությունը պետք է հաշվի առնի, թե ով է լսարանը, երբ է տեղի ունենալու բանավեճը և, հետևաբար, որ ձևն է, որ առավելագույնս օգտակար կլինի ընտրողների համար: Բանավեճերը պետք է քաղաքացիներին տրամադրեն այնպիսի ինֆորմացիա, որը նրանց կօգնի որոշում կայացնել:

Հարց. Բանավեճերի ուսումնասիրությունը ցույց է տվել, որ նահանգային, մարզային ու տեղական քարոզարշավների ընթացքում օգտագործվում է վեց հիմնական ֆորմատ: Որո՞նք են յուրաքանչյուր ձևաչափի առավելություններն ու թերությունները: Օրինակ, հարթակային ոճի դեպքում (երբ թեկնածուները կանգնում են հարթակի վրա, ամբիոնի հետևում):

ԲՐԱՈՒՆ. Հարթակային ոճն ամենաավանդականն է: Ամենից շատ դա է օգտագործվել նախագահական քարոզարշավների ընթացքում: Կան մարդիկ, որոնք կարծում են, որ այս ոճի պաշտոնականությունը թույլ չի տալիս անբռնազբոս զրույց վարել: Թերևս իմաստ ունի անցկացնել հարթակային մեկ բանավեճ՝ օգտագործելով մնացած ոճերը ևս:

Հարց. Իսկ քաղաքային վարչության ժողովների ո՞ճը (երբ թեկնածուները նստած են բեմի վրա, աթոռներին, լսարանի առջև կամ լսարանով շրջապատված):

ԲՐԱՈՒՆ. Սրա ակնհայտ առավելությունն այն է, որ քաղաքացիները կարող են թեկնածուներին հարցեր տալ: Հասարակությունը սիրում է այդպիսի ժողովներ: Մարդկանց դուր է գալիս լսել այնպիսի հարցեր, որ իրենք էլ կտային: Թերություններից մեկն այն է, որ նախօրոք հնարավոր չէ իմանալ, թե ինչ հարց է տրվելու, և հարցերը կարող են կրկնվել: Հնարավոր է, որ տրվեն խիստ նեղ հարցեր, որոնք հետաքրքրում են սահմանափակ թվով մարդկանց, բայց չեն ներկայացնում մնացածների շահերը:

Հարց. Ի՞նչ կատեք կլոր սեղանի ոճի մասին (երբ թեկնածուները նստած են կողք-կողքի, բանավեճը վարողի և հարց տվողների հետ միասին, կլոր, ձվաձև կամ ուղղանկյուն սեղանի շուրջ):

ԲՐԱՈՒՆ. Կլոր սեղանի շուրջ ընթացող բանավեճը շատ լավ տարբերակ է, որովհետև նպաստում է զրույցի ընթացքին: Թվում է, թեկնածուներն ավելի անկաշկանդ են լինում: Այս ոճը մեծ հաջողությամբ օգտագործվեց 2000 թ. նախագահական քարոզարշավի ընթացքում:

Հարց. Իսկ «բազմաթեկնածուկան» ո՞ճը (երբ մի քանի թեկնածուներ նստած են երկար, ուղղանկյուն սեղանի շուրջ, իսկ վարողն ու հարց տվողները նստած են դիմացի սեղանի շուրջ կամ կանգնած՝ հարթակին):

ԲՐԱՈՒՆ. Այդ ոճը, հավանաբար, լավագույն տարբերակն է այն դեպքում, երբ բազմաթիվ թեկնածուներ կան: Սակայն փորձեք կիսաշրջանով կամ պայտածև տեղավորել նրանց: Զրույցն ավելի անկաշկանդ կանցնի, եթե նրանք կարողանան միմյանց տեսնել:

Հարց. Հարցազրույցային ոճի մասին ի՞նչ կատեք (երբ թեկնածուները նստած են աթոռներին կամ բազմոցին, իսկ հաղորդավարը՝ աթոռին կամ փոքր սեղանի մոտ):

ԲՐԱՈՒՆ. Այժմ թոք-շուրներն այնքան սովորական են դարձել հեռուստադիտողների ու ռադիոլսողների համար, որ նրանք խիստ հարմարավետության զգացում են ունենում դրանք դիտելիս ու լսելիս: Դրանք դիտվում են որպես ժամանցային ծրագրեր: Բացի այդ, կարծում եմ, որ 2000 թ. իմացանք, որ թոք-շուրները հասարակության կողմից չեն ընկալվում որպես բանավեճի լրջությունն ունեցող հաղորդումներ: Նրանց հանդեպ վերաբերմունքը չի կարող համեմատվել բանավեճերի արժեքի հետ:

Հարց. Իսկ հեռակա հեռուստատեսային հարցազրույցի ո՞ճը (երբ թեկնածուները ստուդիայում նստած նայում են կամերաներին, հեռուստալսարանը սովորաբար տեսնում է յուրաքանչյուր մասնակցի՝ խոշոր պլանով կամ ողջ էկրանով մեկ, կամ էկրանի կիսով չափ, ինչպես էյ-Բի-Սի հեռուստակայանի Nightline ծրագրում):

ԲՐԱՈՒՆ. Այդ ծրագրերն ինֆորմացիա տրամադրելու առումով կարող են օգտակար լինել, սակայն թեկնածուները հաճախ իրենց այնքան էլ անկաշկանդ չեն զգում, և լսարանը դա հասկանում է: Դա այնքան էլ չի նպաստում սահուն զրույցին, չէ՞ որ հարցազրույց վարողը և թեկնածուները կարող են խոսելիս ակամա խանգարել միմյանց:

Հարց. Երբ նախընտրական բանավեճը տեղի է ունենում ոչ թե հեռուստաստուդիայում, այլ ինչ-որ ուրիշ սենյակում, ի՞նչ գործոնների վրա պետք ուշադրություն դարձնել, ի՞նչ հարմարություններ են անհրաժեշտ:

ԲՐԱՈՒՆ. Ամենակարևոր խնդիրն այն է, արդյո՞ք առկա է այն տեխնիկական ներուժը, որն անհրաժեշտ է միջոցառումն իրականացնելու համար: Արդյոք կա՞ն հեռուստատեսային արտադրության համար անհրաժեշտ սարքավորումներ: Եթե ոչ, ինչպե՞ս եք ստեղծելու առաջնակարգ արտադրական հարմարություններ, և ի՞նչ

կարծենա այդ ամենը: Հովանավորը պետք է բավականաչափ շուտ մշակի բյուջեն, որպեսզի հետագայում անակնկալներ չլինեն: Ծախսերը վերահսկելու ձևերից մեկն այն է, որ տարածքն ու ծառայություններն անվճար տրամադրվեն: Մատչելիությունն էլ է կարևոր հարց: Կարող են մարդիկ հեշտությամբ հասնել բանավեճի վայր նույնիսկ տրանսպորտի գերբեռնված ժամերին: Ոստիկանությունը համոզված է, որ բանավեճն այլ իրադարձությունների չի խանգարի, և հակառակը: Տարածքն ապահով է թեկնածուների և լրագրողների համար: Այս հարցերի շուրջ պետք է մտածել նախքան տարածքի վերաբերյալ վերջնական որոշում կայացնելը:

Հարց. Ի՞նչ կատեք տեխնիկական պահանջների մասին: Այդ մասին ի՞նչ պետք է իմանան բանավեճի հովանավորները: Իսկ եթե չգիտեն, ապա որտեղի՞ց կարող են ինֆորմացիա ստանալ:

ԲՐԱՈՒՆ. Ամենակարևորը ռադիոհեռուստատեսային հեռարձակման կարիքները հաշվի առնելն է, ինչպես նաև այլ հարցեր, որոնք վերաբերում են բանավեճի լուսաբանմանը: Եթե հովանավորները հարցեր ունեն, նրանք պետք է խորհրդակցեն փորձառու մարդկանց հետ, որոնք առնչվել են նման խնդիրների: Հետաքրքրվեք, միգուցե տեղական հեռուստակայանում աշխատում են ինչ-որ ուսանողներ, որոնք ձեզ կօգնեն:

Հարց. Հնարավո՞ր է ծախսերը պակասեցնել՝ առանց հաղորդման որակի վրա ազդելու:

ԲՐԱՈՒՆ. Ամենակարևորը դրամական գումարները ճիշտ բաշխելն է: Ի՞նչն է ամենաանհրաժեշտը բանավեճի կայացման համար: Ապա, ի՞նչ կցանկանայիք անել, եթե ավելի շատ միջոցներ ունենակիք: Բյուջեն այնպես մշակեք, որ այն պատճառաբանված կերպով արտահայտի այն ամենը, ինչը կարող է ձեզ պետք գալ: Փորձեք հասկանալ, թե ինչպես կարող եք ֆինանսներ գտնել, կամ դոնորներն ինչ ծառայություններ կարող են իրենց վրա վերցնել:

Հարց. Եկեք գրուցենք լսարանը կառավարելու մասին: Եթե հանրությունն ուղիղ եթերում բանավեճի է հրավիրվելու, ինչպե՞ս կարելի է թեկնածուների աջակիցների միջև հավասարակշռություն ապահովել: Ինչպե՞ս կարելի է խուսափել լսարանի անկազմակերպ վարմունքից, ավելորդ ծախսահարություններից, ծիծաղից, ծաղրուծանակից և աղմուկից: Գուցե մասնակիցները պետք է մուտքի տո՞մս ունենան: Եթե այո, որտեղի՞ց պետք է ձեռք բերեն: Տոմսերը պետք է անվճա՞ր լինեն: Ինչպե՞ս պետք է բաշխվեն:

ԲՐԱՈՒՆ. Լսարանի հարցն ամենաբարդ խնդիրներից է: Ի հարկե, եթե բանավեճ է անցկացվում, համայնքի շատ անդամներ կցանկանան մասնակցել: Սակայն խիստ կարևոր է խուսափել մեծ լսարանին հատուկ դժվարություններից՝ աղմուկից ու անվտանգության խնդիրներից: Նախագահական բանավեճերի ընթացքում տոմսերը բաշխվում են մասնակցող թեկնածուների և հանձնաժողովի միջև: Հանձնաժողովի տոմսերը տրվում են բացառապես այն մարդկանց, որոնք նպաստել են միջոցառման կազմակերպմանը, դոնորներին, ինտերնետային սայթը ներկայացնող պաշտոնյաներին ու համայնքը ներկայացնող կամավորներին:

Թեկնածուի աջակիցներն անպայման կուզենան արտահայտել իրենց զգացմունքները: Հովանավոր կազմակերպությունը և կանոնակարգողը հենց սկզբից պետք է բացատրեն, որ լսարանի աղմուկը կարող է խանգարել բանավեճի մասնակիցներին, որովհետև հեռարձակման ժամանակ հեռուստադիտողներն ու ռադիոլսողները չեն հասկանա, թե աղմուկը որտեղից է գալիս: Չէ՞ որ տեսախցիկները սովորաբար ուղղված են լինում միայն բեմում նստած մասնակիցների վրա:

Ստիպված կլինեք լսարանին հորդորել, որ իրենց միջամտություններով ժամանակը չզբաղեցնեն: Այլապես, օրվա վերջում կհասկանան, որ անկազմակերպ վարմունքով ու աղմուկով հենց իրենց թեկնածուի ժամանակն են խլել:

Մենք երբեք նախագահական բանավեճերի համար տոմսեր չենք վաճառել: ՆԲՀ-ն շահույթ չհետապնդող, ոչ կուսակցական կազմակերպություն է, և մենք հարմար չենք գտել տոմսեր վաճառել: Հովանավորի համար ամենակարևորը տոմսերն արդարացի կերպով բաշխելն է, բաժանելը և հետևելը, որ այդ բաշխումը բուն միջոցառման կազմակերպմանը չխանգարի:

Հարց. Մեծ մասամբ, բանավեճերի ընթացքում ժամակարգը խիստ կարևոր տեղ է գրավում: Ձեր կարծիքով, որո՞նք են ամենահաջող մեթոդները: Ո՞ր մեթոդներից պետք է խուսափել: Ազդանշանային ի՞նչ միջոցներ պետք է օգտագործել:

ԲՐԱՈՒՆ. Ժամակարգի պահպանումը խիստ կարևոր է: Անհրաժեշտ է, որ մի հոգի զուտ ժամանակը պահի: Դա մի՛ հանձնարարեք կանոնակարգողին: Ժամակարգին հետևելու տարբեր ձևեր կան: Մեզ մոտ միշտ ինչ-որ մեկը նստած ժամացույցին է հետևում:

Թեկնածուներին ազդանշան տալու մեր մեթոդը շատ պարզ է: Թեկնածուների տեսադաշտում կան «երթևեկության» լույսեր՝ կանաչ, դեղին և կարմիր: Ժամանակ պահողը կարող է դրանք միացնել, և թեկնածուն կիմանա, թե որքան ժամանակ ունի: Կանոնակարգողը պետք է հաշի առնի ժամանակային սահմանափակումը և պատրաստ լինի թեկնածուներին հիշեցնել այդ մասին:

Հարց. Ո՞ր պահին պետք է ազդանշան տալ:

ԲՐԱՈՒՆ. Նախագահական բանավեճերի ընթացքում կանաչ լույսը վառվում է ելույթ ունեցողի առաջին բառի հետ: Երբ խոսողին մնում է 15 վայրկյան, վառվում է դեղին լույսը: Երբ ժամանակն ավարտվում է, կարմիրն է վառվում:

Հարց. Փաստորեն, էլեկտրական սա՞րք եք օգտագործում:

ԲՐԱՈՒՆ. Դա շատ պարզ ու էժանագին սարք է: Դրա փոխարեն կարելի է օգտագործել ստվարաթղթի մեծ կտորներ: Սակայն պետք է հետևել, որ ժամանակ պահողը թեկնածուների ուշադրությունը չշեղի:

Հարց. Երբ թեկնածուներն ու իրենց ներկայացուցիչները բանակցում են բանավեճի կանոնների ու ֆորմատի շուրջ, ո՞ր հարցերի վերաբերյալ է պետք որոշում կայացնել:

ԲՐԱՈՒՆ. Հովանավորող կազմակերպությունը պետք է հանձնարարականներ տա կարևոր հարցեր արժարժող բանավեճի շուրջ: Այլ կերպ ասած, որոշումներ պետք է կայացվեն հետևյալ հարցերի վերաբերյալ. բանավեճերի թիվը, տևողությունը, թեմաները, և թե քանի կանոնակարգող է լինելու՝ մե՞կ, թե՞ մի քանի:

Երբ քննարկում եք ֆորմատային հարցեր, հրատապ թեմաները հենց սկզբից ներկայացրեք թեկնածուներին: Անշուշտ, թեկնածուները կցանկանան կարծիք հայտնել, սակայն պետք է հիշեք, որ հովանավորի պարտավորությունը հանրության շահերը ներկայացնելն է:

Որքան պարզ, այնքան լավ: Թող քննարկվեն այնպիսի թեմաներ, որոնք նպաստում են բանավեճի օգտավետությանն ու որակին:

Հարց. Ֆորմատի ու հիմնական կանոնների վերաբերյալ որոշում կայացնելուց հետո ի՞նչ դեր պետք է ունենան թեկնածուներն ու նրանց ներկայացուցիչները:

ԲՐԱՈՒՆ. Թեկնածուներն ու նրանց ներկայացուցիչները բանավիճային բանակցություններում ունեն իրենց նպատակները: Ամեն դեպքում, բանավեճի հովանավորը չպետք է մոռանա հասարակության շահերի մասին: Եթե թեկնածուներն ու նրանց ներկայացուցիչները որոշ հարցերի վերաբերյալ խիստ վճռական դիրքորոշում ունեն, քննարկեք այդ հարցերը և փորձեք արդարացի լուծում գտնել: Այդ հարցերը կարող են վերաբերել բավական կոնկրետ մանրամասների. ինչպես են թեկնածուները բեմ բարձրանալու, ինչ հերթականությամբ են խոսելու և ինչպես են ներկայացվելու: Քննարկվելիք հարցերը կարող են անվերջանալի լինել:

Հարց. Իսկ եթե թեկնածուները ցանկանան բանակցել այնպիսի հարցերի շուրջ, որոնց վերաբերյալ արդեն որոշում է կայացվել:

ԲՐԱՈՒՆ. Հասարակությունը պետք է հասկանա, թե ինչ է առաջարկում հովանավորը, և ինչու է այդ առաջարկն առավելագույնս ծառայում իր շահերին: Եթե քարոզարշավի ռազմավարությունը պահանջում է, որ որոշ հարցերի վերաբերյալ կրկին բանակցություններ ընթանան, սակայն դրանք չեն ծառայում հանրության շահերին, հովանավորը պետք է մատնանշի դա:

Ես հովանավորին խորհուրդ կտայի որոշում կայացնելուց հետո ոչինչ չփոխել: Կարելի է անվերջ վերաբանակցել, սակայն եթե ստիպված լինեք այդ բանակցություններից հետո փոխոխություններ անել, դա կազդի ձեր ծախսերի վրա: Այնինչ, ձեզ բյուջետային կամ այլ անակնկալներ պետք չեն:

Հարց. Ինչպե՞ս և ե՞րբ պետք է հովանավորները թեկնածուներին բանավեճի հրավիրեն:

ԲՐԱՈՒՆ. Որքան վաղ դիմեք նախընտրական շտաբ, այնքան քիչ հավանականություն կա, որ ձեզ կմերժեն՝ պնդելով, որ տեղյակ չեին կամ էլ ուրիշ պլաններ ունեն: Որքան շատ ինֆորմացիա տրամադրեք թեկնածուների ներկայացուցիչներին, այնքան ավելի շատ հնարավորություններ կունենաք բոլորին մի տեղ հավաքելու:

Հարց. Ի՞նչ կատեք բուն հրավերի մասին: Նամակ գրելը բավական է: Իսկ հեռախոսագա՞նգը: Անհրաժե՞շտ է ունենալ որևէ փաստաթուղթ այն մասին, որ բոլորը միևնույն օրն են հրավիրվել, և որ ընթացքում որևէ խտրականություն չի եղել:

ԲՐԱՈՒՆ. Հովանավորները պետք գործնական և բացարձակապես արդարամիտ վերաբերմունք ունենան, որպեսզի ցույց տան, որ ոչ մի թեկնածուի նախապատվություն չեն տվել ու ոչ մեկին չեն մոռացել: Ամենալավ տարբերակը հրավեր - նամակն է կամ էլ հովանավորի պլանները ներկայացնող նամակը: Չէ՞ որ հովանավորը պետք է կարողանա հանրությանը տեղեկացնել, որ, ահա, այսպիսի քայլեր է ձեռնարկել և այսպիսի արձագանքներ է ստացել:

Հարց. Ի՞նչ եք կարծում, թեկնածուները կարող են դիդակտիկ ու տեսողական նյութեր օգտագործել:

ԲՐԱՈՒՆ. Եթե թույլատրեք դրանց օգտագործումը, դժվար կլինի սահմանափակումներ դնել: Եթե որևէ մեկն իր հետ հսկայական աղյուսակներ ու ցուցափայտեր բերի, ի՞նչ դուրս կգա դրանից:

Եթե դիդակտիկ ու տեսողական նյութերի օգտագործումը թույլատրեք, պետք է ապահովեք, որ պայմանները բոլոր թեկնածուների համար հավասար լինեն: Սա նաև առնչություն ունի հաղորդում պատրաստելու հետ: Եթե աղյուսակներ կան, պետք է օպերատորներին հուշեք, թե երբ են խոշոր պլանով ցուցադրելու, որպեսզի տանը նստած մարդկանց համար ընթեռնելի լինի:
Ամեն դեպքում, հիմնական կանոնները հենց սկզբից որոշեք:

Հարց. զրառումների մասին ի՞նչ կատեք: Կարող են թեկնածուներն իրենց հետ բերել թղթեր, ցուցակներ ու այլ փաստաթղթեր: Ի՞նչ սահմանափակումներ կան:

ԲՐԱՈՒՆ. Հովանավորը կարող է կարծել, որ գրառումներ բերելու մեջ ոչ մի վատ բան չկա: Բայց ուզու՞մ եք, որ թեկնածուները սկսեն բեմի վրա իրենց թղթերը քրքրել ու փաստաթղթեր փնտրել: Թեկնածուն կարող է կարծել, որ գրառումներն իրեն կօգնեն: Սակայն լսարանի համար դա այնքան էլ արդյունավետ չի լինի: Մարդիկ կնախընտրեն լսել թեկնածուի ասածները, ոչ թե նայել, թե նա ինչպես է իր թղթերում մեջբերումներ փնտրում:

Որոշեք, թե լսարանի համար ինչը օգտակար կլինի, և հիմնավորված առաջարկ արեք թեկնածուներին:

Հարց. Ի՞նչ եք կարծում, որքա՞ն պետք է լինի այն ծրագրի նվազագույն տևողությունը, որին մասնակցում են, ասենք, նահանգապետի ու Միացյալ Նահանգների սենատի թեկնածուները: Իսկ առավելագույն տևողությունը:

ԲՐԱՈՒՆ. Եթե թեկնածուի պատասխանի համար նախատեսված ժամանակը սահմանափակ է, բանավեճի տևողությունը բաժանեք այդ ժամանակի վրա և կիմանաք, թե քանի հարց կարող եք տալ և, հետևաբար, քանի թեմա կարող եք քննարկել: Չեմ կարծում, թե մեծ պաշտոնյաների միջև ընթացող բանավեճն արդյունավետ կլինի, եթե

60 րոպեից պակաս տևողություն ունենա: Եթե հաշվի առնենք թեկնածուներին ներկայացնելը, հաղորդման սկիզբն ու վերջը, կտեսնենք, որ այնքան էլ շատ ժամանակ չի մնում: Իսկ եթե բանավեճի տևողությունն անցնի 90 րոպեից, լսարանի մի մասը կարող էք կորցնել: Իհարկե, բանավեճերի ընդհանուր թիվն էլ նշանակություն ունի:

Հարց. Երբեմն հեռուստատեսային պրոդյուսերները փորձում են բանավեճն անցկացնել արդեն գոյություն ունեցող հեռուստահաղորդման շրջանակներում: Դա հաջող տարբերակ է: Միգուցե դա կարող է վերաբերել միայն մի՞ թեմայի:

ԲՐԱՈՒՆ. 30 րոպեանոց հաղորդման շրջանակներում կազմակերպված բանավեճը կարող է հաջող անցնել, եթե այն նվիրված լինի մեկ թեմայի, իսկ հաղորդավարը փորձառու լինի և կարողանա հարցազրույցը կենտրոնացնել այդ թեմայի վրա: Սակայն եթե այդ կես ժամանոց հաղորդումը կոմերցիոն ալիքով է հեռարձակվում և ընդմիջվում է գովազդներով, բուն քննարկման համար դուք քիչ ժամանակ կունենաք:

Հարց. Ի՞նչ կասեք Ներկայացուցիչների Պալատի, օրենսդրական մարմինների ու տեղական ընտրությունների մասին:

ԲՐԱՈՒՆ. Ամեն դեպքում, բանավեճ անցկացնելն ավելի լավ է, քան չանցկացնելը: Եթե միայն 30-45 րոպեանոց քննարկման հնարավորություն կա, անպայման անցկացրեք այդ քննարկումը: Ժամանակի սահմանափակումը չպետք է խոչընդոտ հանդիսանա: Բայց եթե զրույցը հստակ չկառուցեք, 30-45 րոպեն շատ արագ կանցնի, հատկապես եթե քննարկվող թեմաները բազմազան լինեն:

Հարց. Իսկ սկզբնական ու վերջնական հայտարարությունների տևողությունը որքա՞ն պետք է լինի:

ԲՐԱՈՒՆ. Հանրությունը կասկածներ ունի, որ սկզբնական ու վերջնական հայտարարությունները նախօրոք պլանավորած ելույթներ են: Եթե վերջնական հայտարարություն կա, սկզբնական հայտարարությունը պարտադիր չէ, հատկապես եթե քարոզարշավը երկարատև է: Շատ հաճախ վերջնական հայտարարություններն արտահայտում են ինչ-որ բան, որը նախորդել է բանավեճին: Ամեն դեպքում, երկու րոպեն բավական է: Ավելի երկար հայտարարությունները նշանակալից ժամանակ կիսլեն բանավեճից:

Հարց. Իսկ պատասխանների մասին ի՞նչ կասեք: Որքա՞ն պետք է լինի դրանց տևողությունը:

ԲՐԱՈՒՆ. Մեր դեպքում դրանց տևողությունը միշտ 2 րոպե է եղել: Ինչպես գիտեք, մենք փորձեցինք մեղմացնել բանավիճային կանոնները, որպեսզի կանոնակարգողը ճնշված չլինի ժամանակային խիստ սահմանափակումներով ու գործի որպես «ճանապարհային ուստիկան», որը հեշտացնում է հարցուպատասխանների ընթացքը: Սակայն մինչ այժմ ժամանակային սահմանափակումներից հրաժարվելն իրեն չի արդարացրել: Թեկնածուներն ընտելացել են ժամանակային սահմանափակումներին ու դեմ չեն դրանց:

Հարց. Ի՞նչ կատեք հակահարվածների ու ռեպլիկների մասին:

ԲՐԱՈՒՆ. Հակահարվածները 1 թույլից չպետք է անցնեն: Իսկ ռեպլիկներ չենք թույլատրում, որպեսզի տեմպը չկորցնենք, և թեկնածուներն էլ հասցնեն ավելի շատ թեմաներ քննարկել:

Հարց. Բանավեճի կանոնակարգող ընտրելու ամենալավ, անաչառ ձևը ո՞րն է:

ԲՐԱՈՒՆ. Մեզ երեք հատկություն է հետաքրքրում. 1) այդ անձնավորությունը պետք է թեկնածուներին ճանաչի ու տեղյալ լինի քարոզարշավի կարևոր թեմաների մասին, 2) նա պետք է հեռուստատեսությունում աշխատելու մեծ փորձ ունենա և կարողանա տեխնիկայի հետ վարվել, և 3) նա պետք է հիշի, որ ի՞ր անունը չէ քվեաթերթիկի վրա, և ի՞նքը չի մրցում թեկնածուների հետ, այլ միայն նպաստում է զրույցի կայացմանը: Խիստ կարևոր է, որ կանոնակարգողն ընտրվի շրջահայաց, անաչառ և արդյունավետ մեթոդով: Անունները չպետք է պարզապես հրապարակավ քննարկվեն: Ընտրությունը պետք է այնպես կատարվի, որ կանոնակարգողը նախապատրաստվելու համար միանգամայն բավարար ժամանակ ունենա:

Հարց. Ի՞նչ կատեք բանավեճի ընթացքում հարց տվողների մասին, եթե, իհարկե, բացի կանոնակարգողից՝ այլ մարդիկ էլ են հարցեր տալու:

ԲՐԱՈՒՆ. Այն երեք հատկությունները, որոնք նկատի են առնվում կանոնակարգողի ընտրության ընթացքում, հավասարապես կարևոր են նաև բանավեճի ընթացքում հարցեր տվողների համար: Պետք է խուսափել «ռիթմը խախտող» հարցերից, որոնք, միգուցե, ցուցադրում են հարց տվողի փորձվածությունը որևէ բնագավառում, սակայն առանձնապես ինֆորմատիվ պատասխան չեն առաջացնում: Իհարկե, եթե հարց տվողները մի քանիսն են լինելու, պետք է մտածեք ներկայացուցչականության մասին: Եթե լրագրողներ են լինելու, այնպես արեք, որ և՛ տպագիր, և՛ հեռարձակող լրատվամիջոցներից լինեն՝ ներկայացնելով շուկայի տարբեր հատվածները: Ամենակարևորն այն է, որ նրանք իրենց պարտականություններին լուրջ վերաբերվեն. փորձեն թեկնածուներից ստանալ այնպիսի ինֆորմացիա, որն օգտակար լինի հեռուստադիտողների և ռադիոլսողների համար:

Հարց. Թեկնածուներն ի՞նչ ձևով պետք է մասնակցեն հարց տվողների ընտրությանը:

ԲՐԱՈՒՆ. Ցանկացած աղբյուրի մասնակցությունը, եթե հարգալից ու շրջահայաց ձևով է արվում, կարող է օգտակար լինել: Բանավեճի հովանավորին անհրաժեշտ են հարգված ու պատասխանատու մարդիկ, որոնք շատ լուրջ վերաբերվեն իրենց պարտականությանը: Հարց տվողների ընտրությունը չպետք է երկարաձգված հանրային գործընթաց լինի:

Հարց. Բանավեճ կանոնակարգողներն ինչպե՞ս պետք է նախապատրաստվեն:

ԲՐԱՈՒՆ. Առաջին հերթին պետք է ծանոթանալ հանրությանն ամենից շատ հետաքրքրող թեմաներին: Կանոնակարգողները նաև պետք է մտածեն, թե ինչպես են ձևակերպելու հարցերը, որպեսզի ստանան նոր ինֆորմացիա՝ բանավեճը դիտող, լսող

և բանավեճի մասին կարդացող մարդկանց համար: Նրանք նաև պետք է բանավեճի տեխնիկական ասպեկտների հետ կապված փորձառություն ունենան:

Հարց. Կանոնակարգողները որչափ խիստ պետք է լինեն կանոնները կիրառելիս: Ե՞րբ և ո՞րտեղ կարելի է զիջել:

ԲՐԱՈՒՆ. Որքան էլ որ մեծ «խաղազումարներ» դրված լինեն բանավեճի ընթացքում, կանոնակարգողը պետք է իրեն հանգիստ զգա և, անհրաժեշտության դեպքում, կարողանա ընդհատել, որը բավականին դժվար է: Դա կարող է վախ հարուցել, սակայն կանոնակարգողը պետք է բանավեճի մակարդակը պահի և անաչառ լինի: Բացի այդ, ենթադրենք, որ բանավեճն այնքան լավ է անցնում, որ վերածվել է լուրջ, հիմնավոր քննարկման: Իմ կարծիքով, այդ դեպքում կանոնակարգողը պետք է թեկնածուներին մի քիչ ավելի շատ ժամանակ տրամադրի և թույլ տա, որ նրանք շարունակեն: Ընդամին, կանոնակարգողը պետք է խիստ շրջահայաց և ինքնավստահ լինի:

Հարց. Իսկ եթե թեկնածուն անընդհատ խախտու՞մ է կանոնները: Ասենք, ընդհատում է հակառակորդին կամ հրաժարվում է հետևել ժամանակի սահմանափակումներին: Ինչպե՞ս պետք է վարվի կանոնակարգողը:

ԲՐԱՈՒՆ. Նախագահական բանավեճերի ընթացքում կանոնակարգողները կարող են ասել. «Ներեցեք, բայց եթե չպահպանեք ընդունված կանոնները, ծրագիրը կդադարեցնենք և նորից կբանակցենք»: Նրանք կարող են հիշեցնել, որ հովանավորող կազմակերպությունն է առաջարկել ֆորմատը և ասել. «Դուք համաձայնել եք կանոնակարգին, սակայն չեք պահպանում այն: Եթե ուզում եք, հետագայում կարող եմք կանոնները փոխել, բայց ընթացքում ոչինչ չենք հորինելու»: Հնարավոր է, որ դրանից մի քիչ լարվածություն առաջանա, բայց դա անհրաժեշտ է ասել: Այլ թեկնածուների նկատմամբ արդարացի չի լինի, եթե թեկնածուներից մեկը տեղում կանոնները փոխի: Կանոնակարգողը պետք է նախօրոք մտածի, թե ինչպես է վերահսկելու իրավիճակը:

Հարց. Հնարավոր է, որ նահանգային ու տեղական ընտրությունների ընթացքում «երկրորդական» թեկնածուները գնան ռիսկային այնպիսի քայլերի, որոնց նախագահական թեկնածուները չեն գնա: Իրեն անկարգ պահող թեկնածուի համար ո՞րը կարող է լինել ծայրահեղ պատժամիջոցը: Բանավեճը դադարեցնե՞լ: Թեկնածուին խնդրել, որ հեռանա՞: Թեկնածուի միկրոֆոնն անջատե՞լ:

ԲՐԱՈՒՆ. Անհրաժեշտության դեպքում ցանկացած քայլի կարելի է գնալ: Հովանավորն ու կանոնակարգողը հենց սկզբից պետք է որոշեն, թե անհնազանդության դեպքում ինչ են անելու: Դա վերաբերում է նաև այն դեպքին, երբ լսարանից ինչ-որ մեկն է անհնազանդություն ցուցաբերում: Պետք է որոշեք, թե ինչպես եք վարվելու, եթե իրավիճակը պլանավորածից տարբեր լինի: Այդ դեպքում դուք կանոնակարգողին դժվար վիճակի մեջ չեք զցի:

Հարց. Ինչպե՞ս պետք է ընտրել այն մարդկանց, որոնք լսարանից հարցեր են տալու: Պե՞տք է արդյոք «մաղել» հարցերը: Ո՞րն է ամենալավ մեթոդը:

ԲՐԱՈՒՆ. Երբ քաղաքային վարչության ժողովների ոճով բանավեճեր էինք անցկացնում, մասնակիցներին ընտրում էր «Գելլախ» կազմակերպությունը: Մասնակիցներին հեռախոսային հարցազրույցների միջոցով ընտրելիս նրանց հարցնում էին, արդյոք իրենք որոշե՞լ են, թե ում օգտին են քվեարկելու: Մեզ տատանվող ընտրողներ էին պետք: Պետք է խուսափել մի թեկնածուի կամ մի կուսակցության վրա շեղված լսարանից: Հակակշիռը պահպանելու բազմաթիվ ձևեր կան, պարզապես հավաստիացեք, որ փորձել եք պահպանել:

2000 թ. անցկացված բանավեճից մի քանի ժամ առաջ լսարանին խնդրել էինք երկու-երեք հարց ներկայացնել՝ նպատակ ունենալով ապահովել թեմաների բազմազանությունը: Կանոնակարգողը կարող է ընտրել, թե ո՞ր հարցն է տրվելու, և հետո հարցը ներկայացնողին խնդրել, որ բուն բանավեճի ընթացքում թեկնածուներին տա այդ հարցը:

Հարց. Թեկնածուները բանավեճի ընթացքում կարո՞ղ են շփվել կազմակերպիչների հետ:

ԲՐԱՈՒՆ. Դա լավ գաղափար չէ: Բանավեճի ժամանակ լսարանը փորձում է կենտրոնանալ թեկնածուների վրա, իսկ եթե այլ մարդիկ հայտնվեն բեմի վրա, դա միայն կխանգարի: Իհարկե, բացի այն դեպքերից, երբ ինչ-որ շտապ առողջական խնդիր կամ արտադրական պրոբլեմ է առաջանում:

Հարց. Ինչպե՞ս կարող ենք ապահովել, որ նկարահանող խումբը մասնակցող թեկնածուների նկատմամբ անաչառ վերաբերմունք ցուցաբերի: Դա վերաբերում է այնպիսի հարցերին, ինչպիսիք են թեկնածուների «արձագանքող» կադրերը, կադրերի ձևը, ձայնի որակը և լուսավորությունը:

ԲՐԱՈՒՆ. Շատ կարևոր է, որ նկարահանող խումբը հասկանա, որ հովանավորը միջոցառման համար պատասխանատու է և պետք է բացարձակապես անաչառ լինի: Լսարանին լավ ծառայություն չեք մատուցի, եթե բանավեճն ինչ-որ հարցում օպտիմալ չլինի, և դա վերաբերում է լուսավորությանը, ձայնին, դեկորացիաներին կամ ցանկացած այլ հարցի:

Ինչ վերաբերում է «արձագանքող» կադրերին, կադրերի ձևերին կամ նմանատիպ այլ հարցերին, մենք հենց սկզբից որոշում ենք, թե ինչն է թույլատրելի, ինչը՝ ոչ: Որոշեք, թե ինչ տեսախցիկներ են օգտագործվելու, որտեղ են տեղադրվելու և ինչ են նկարելու: Այդ կերպ թեկնածուները չեն կարողանա ասել. «Ես չգիտեի, որ դա կարելի է անել, դա անարդարացի է»:

Հարց. Ի՞նչ կասեք թեկնածուների գրիմի մասին: Իսկ միկրոֆոնների՞: Ֆիզիկական թերությունները նկատի ունենալու մասի՞ն:

ԲՐԱՈՒՆ. Գրիմի համար պետք է պատասխանատու լինեն իրենք՝ թեկնածուները: Իսկ բանավեճի հովանավորները պետք է պատասխանատու լինեն միկրոֆոնների և ձայնի համար: Մենք օգտագործում ենք ոչ թե ձեռքի, այլ ամրացված միկրոֆոններ: Մեր բոլոր միկրոֆոններն օժտված են պահեստային համակարգերով:

Իհարկե, հովանավորը պետք է այնպես կազմակերպի հաղորդումը, որ թեկնածուի ֆիզիկական թերություններն արդարացի ու արժանապատիվ կերպով հարթված լինեն:

Հարց. Իսկ ստուդիայի դիզայնի մասին ի՞նչ կասեք: Կահույքի՞: Տրիբունաների՞: Դեկորատիվ ֆոնի՞: Աթոռի և նստարանների՞:

ԲՐԱՈՒՆ. Որքան պարզ, այնքան լավ: Դիզայնը պետք է լինի գեղեցիկ, բայց պարզ: Նախագահական բանավեճերի ժամանակ օգտագործված վեհապանձ, մուգ կապույտ դեկորատիվ ֆոնը շատ հաջող էր: Կահույքը պետք է լինի աննկատ ու հարմարավետ: Խուսափեք խճողված ու խառնաշփոթ ոճից:

Նախագահական բանավեճերի համար դեկորացիաներ նախագծող և կառուցող խումբը նաև ողջ երկրի հեռուստակայանների համար է աշխատում: Այդպիսի մասնագետների կարելի է գտնել Նախագահական Բանավեճերի Հանձնաժողովի միջոցով: Նրանք տեղական հովանավորներին կօգնեն ողջամիտ գներով դիզայն ընտրել:

Հարց. Հասարակական վայրում բանավեճ անցկացնելու համար ի՞նչ աշխատակազմ է անհրաժեշտ:

ԲՐԱՈՒՆ. Շատ մարդկանց կարիք չկա, բայց թող նրանք փորձառու լինեն, որպեսզի ամեն ինչ հարթ ընթանա: Ինչ-որ մեկը պետք է պատասխանատու լինի մեր քննարկած տարբեր ասպեկտների համար. որտե՞ղ են լինելու լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները և հետո ինչպես են հաղորդակցվելու թեկնածուների հետ: Կամավորների համար շատ գործ կլինի: Սակայն պետք չէ կամավորին հանձնարարել մի գործ, որում նա փորձված չէ: Ձեր համայնքում փնտրեք մարդկանց, ովքեր քաղաքական ու լրատվական միջոցառումների փորձ ունեն, ու խնդրեք, որ իրենց ժամանակն ու փորձը ձեզ տրամադրեն:

Հարց. Կա՞ն իրավական հարցեր, որոնց մասին բանավեճի հովանավորը պետք է տեղյակ լինի: Միգուցե Հեռահաղորդակցության դաշնային հանձնաժողովի և Ընտրական դաշնային խորհրդի կանոններ՞ը: Կամ պետք է ծանոթ լինի հեղինակային իրավունքի և վերահեռարձակման իրավունքի հարցերի՞ն:

ԲՐԱՈՒՆ. Դա իսկապես կարևոր հարց է, ուրախ եմ, որ բարձրացրիք: Բանավեճի յուրաքանչյուր հովանավոր պետք է մանրամասն ուսումնասիրի այն բոլոր դաշնային, նահանգային կամ տեղական կանոնները, որոնք կարող են առնչվել հեռարձակմանը, բուն բանավեճին, վերահեռարձակմանը, բանավեճի տեքստին և հրավիրված մասնակիցներին: Այդ թեմաները նախօրոք ուսումնասիրեք: Անհրաժեշտության դեպքում հարցը շոշափեք հեռարձակման կամ ընտրական օրենքներով զբաղվող փաստաբանի հետ:

Եթե ինֆորմացիային հենց սկզբից տիրապետեք, վերջում պրոբլեմներ չեք ունենա:

Հարց. Ի՞նչ կարող են անել լրատվական կազմակերպությունները բանավեճերի մասին ինֆորմացիա տալու և մեծ լսարան ապահովելու համար:

ԲՐԱՈՒՆ. Բանավեճերն առնչվում են քաղաքացիական կրթությանը: Փորձը ցույց է տալիս, որ ինչքան շատ է ուշադրությունը բևեռված լինում բանավեճերի վրա, այնքան շատ է հանրությունը բանավեճերից ինչ-որ բան սովորում: Լրատվական կազմակերպությունները ոչ միայն պետք է ազդարարեն բուն բանավեճի մասին, այլև պետք է, առիթից օգտվելով, հրապարակեն հոդվածներ, կազմակերպեն նախաբանավիճային ֆորումներ ու տարածեն նյութեր, որոնք կանխապես օգտավետ ինֆորմացիա կտրամադրեն հասարակությանը: Մենք ստեղծել ենք «Բանավեճերի վերահսկում» ծրագիրը, որպեսզի գնահատենք բանավեճերը և պարզենք՝ արդյո՞ք նրանք օգտակա՞ր են մարդկանց համար: Այսպիսի նախաձեռնությունները կարող են բանավեճն ավելի արդյունավետ դարձնել՝ որպես կրթական միջոցառում:

Հարց. Եթե բանավեճի հովանավորը ցանկանում է լուրջ հարցերի շուրջ ավելի հիմնավոր քննարկում ստանալ ու խուսափել նախօրոք պատրաստված հայտարարություններից ու դատարկ կարգախոսներից, ի՞նչ խորհուրդներ կարող եք տալ ֆորմատի և կանոնների վերաբերյալ:

ԲՐԱՈՒՆ. Ինչքան ազատ լինեն կանոնները, այնքան ավելի լավ կլինի: «Կոփված» կանոնակարգող ընտրեք: Թույլ մի՛ տվեք, որ բանավեճի ընթացքում գրավոր նյութեր կամ դիդակտիկ պարագաներ օգտագործվեն: Այդ կերպ շատ ավելի հավանական է, որ թեկնածուները հարցերին կպատասխանեն՝ առանց նախօրոք պատրաստվելու, և զրույցն էլ ավելի հիմնավոր լինի: Որքան կանխատեսելի լինեն հարցերը և պակաս ինքնաբուխ լինի զրույցը, այնքան ավելի մեծ է հավանականությունը, որ նախօրոք պատրաստված պատասխան լսեք:

Հարց. Այսպիսով, կանոնակարգողի նկատմամբ մեծ վստահություն է անհրաժեշտ:

ԲՐԱՈՒՆ. Այո, մեծ վստահություն: Կանոնակարգողը պետք է ծանոթ լինի թեկնածուներին և թեմաներին, որպեսզի կարողանա հրապարակել նոր ինֆորմացիա, որ ընտրողները քարոզարշավի ընթացքում չեն լսել:

Հարց. Ի՞նչ ծառայություններ է առաջարկում Նախագահական բանավեճերի հանձնաժողովն այն լրատվամիջոցներին ու քաղաքացիական կազմակերպություններին, որոնք ցանկանում են ոչ նախագահական բանավեճեր կազմակերպել:

ԲՐԱՈՒՆ. Մենք կարող ենք երկու հարցում օգնել: Մեկն արտադրությունն է: Ուրախ կլինենք, եթե կարողանանք օգնել ֆորմատի, բանակցությունների, գովազդելու կամ տեխնիկայի հետ կապված հարցերում: Երկրորդն ընտրողներին կրթելու հարցն է: 1988 թ. առաջին բանավեճերից ի վեր տարբեր ծրագրեր ենք փորձել, և դրանցից շատերը կարող են հարմարեցվել և օգտագործվել այլ քարոզարշավների ընթացքում:

Եթե բանավեճի հովանավորները զանգահարեն կամ էլեկտրոնային փոստով նամակ գրեն հանձնաժողովին, ես հաճույքով կզրուցեմ նրանց հետ: Եթե կոնկրետ արտադրական խնդիր ունենան, խորհուրդ կտամ, թե ում դիմեն:

Հարց. Ամենից շատ ի՞նչ հարցեր են տալիս նահանգային և տեղական բանավեճերի հովանավորները և լրատվամիջոցների ներկայացուցիչները:

ԲՐԱՈՒՆ. Ամենից հաճախ տրվող հարցերը վերաբերում են երեք թեմաների. 1) ինչպե՞ս պետք է բանակցել թեկնածուների հետ, 2) ինչպե՞ս պետք է մշակել լավագույն ծայնային ֆորմատը, և 3) ինչպե՞ս ի մի բերել ողջ միջոցառումը: Մենք երեք բնագավառներում էլ մեծ փորձ ունենք ու հաճախ կարող ենք մարդկանց գլխացավանքից ազատել, ընդ որում՝ հաճույքով:

Բանավեճերի անցկացման ստուգաթերթիկներ

Հեղ.՝ Ղայանա Բ. Քարլին

Աջակցի ստուգաթերթիկներ. ընտրապայքարի ծրագրի կազմում

Առնվազն երկու ամիս առաջ անհրաժեշտ է կատարել բանավեճի անցկացման վայրի ընտրությունը և պայմանավորվել օրվա մասին, համեմայն դեպս նշանակելով ևս մեկ՝ «ռեզերվային» օր: Ապա պետք է նշված օրը նկատի ունենալու մասին ծանուցումներ ուղարկել յուրաքանչյուր ընտրարշավային խմբին: Վերջիններս այս դեպքում հնարավորություն կունենան ձիշտ պլանավորել իրենց աշխատանքը, իսկ նշված օրը զբաղված լինելու դեպքում՝ վաղօրոք տեղեկացնել այդ մասին: Բանավեճի անցկացման վայրն ընտրելիս պետք է հաշվի առնել մի շարք հանգամանքներ՝ լսարան լինելու՞ է, թե՞ ոչ, կենդանի եթերո՞ւմ է անցնելու բանավեճը, թե՞ տեսագրվելու է, ընդհանրապես հեռարձակվելու՞ է, թե՞ ոչ, ինչպիսին են թեկնածուների և լսարանի անդամների ելուձուտի պայմանները:

- ✓ Կազմեք բյուջեն (տես՝ հաջորդ էջում):
- ✓ Մշակեք կանոնների և կառուցվածքի նախնական ուրվագիծը (ներառելով ռեգլամենտային պահանջները, ելույթների տեսակները. բանավեճի անցկացման ոճը):
- ✓ Պաշտոնական հրավերներ ուղարկեք թեկնածուների հասցեով՝ կցելով նաև կանոնների և կառուցվածքի մի պատճենը: Որոշեք, արդյո՞ք թեկնածուների լիազոր անձանց կամ փոխարինողների մասնակցությունն ընդունելի է:
- ✓ Կազմակերպեք պլանավորման հանդիպում և ուղարկեք մասնակցության հրավերներ:
- ✓ Հաջորդական հսկողության կարգով ամեն թեկնածուին նամակ ուղարկեք՝ ներկայացնելով վերջնականապես հաստատված կանոններն ու կառուցվածքը: Ներառեք բանավեճի օրվա առնչությամբ բոլոր այլ տվյալները (երբ է պետք ժամանել, մեքենան որտեղ կարելի է կայանել, օժանդակ սենյակից օգտվելու կարգը, եթե նման սենյակ նախատեսված է թեկնածուների և անձնակազմի համար, նստելու տեղերի դասավորությունը, բեմի կամ հարթակի դասավորության պլանը, նոթերին և դիդակտիկ նյութերին վերաբերող կանոնները, մասնակիցների հատուկ կարիքների վերաբերյալ տվյալներ տրամադրելու խնդրանք):
- ✓ Բանավեճի մասին հայտարարություններ տարածեք մամլո հաղորդագրությունների, գովազդի, լրագրերի և այլ միջոցների օգնությամբ:

- ✓ Նախընտրական բրոշյուրներ տպագրեք՝ դրանցում ներառելով թեկնածուների հակիրճ կենսագրությունը, աջակիցների անունները և այլն:
- ✓ Կազմակերպեք անհրաժեշտ պարագաների և ծառայությունների տրամադրումը հնարավոր դոնորների կողմից:
- ✓ Մասնակիցներին մի քանի հեռախոսահամարներ տվեք, որպեսզի նրանք հնարավորություն ունենան հեշտորեն տեղեկատվություն ստանալ մինչքանավեճային ժամանակահատվածում: Տրամադրեք նաև այն հեռախոսահամարները, որոնց միջոցով կարելի է կապվել բանավեճի աջակիցների հետ միջոցառման անցկացման օրը: Ընտրարշավորդներին խնդրեք տրամադրել իրենց աշխատակազմի անդամների հեռախոսահամարները՝ անհրաժեշտության դեպքում միջոցառման անցկացման օրը նրանց հետ կապվելու համար:
- ✓ Որոշեք, թե ինչպես պետք է տեղավորել լսարանի անդամներին, իսկ տեղերի սահմանափակության պարագայում տոմսակներ պատրաստեք:
- ✓ Ձեր կազմակերպության կամ հանրության անդամներից հարցերի համալրման համար թեմաներ խնդրեք: Որևէ մեկին հանձնարարեք խմբավորել կրկնվող հարցերը և ապա դրանք փոխանցել բանավեճը վարողին կամ հարցադրողներին:

Աջակցի ստուգաթերթիկներ. ընտրապայքարի բյուջեի կազմում

- ✓ **Բանավեճի անցկացման վայր:** Կարելի՞ է արդյոք անվճար տարածք գտնել, թե՞ հարկ կլինի վարձավճար նախատեսել: Ի՞նչ կարգով է վարձը հաշվարկվում՝ ժամավճարով, թե՞ ֆիքսված գումարի տեսքով: Մի՞ մոռացեք, որ լրացուցիչ ժամանակ պետք կլինի տարածքի կազմակերպման և մաքրման համար:
- ✓ **Կահույք:** Տարածքում կահույք կա՞ (աթոռներ լսարանի համար, ամբիոններ և այլ պարագաներ, թե՞ դրանք պետք է վարձակալել և բերել այլ տեղերից):
- ✓ **Էլեկտրասարքեր:** Արդյոք պետք չէ՞ն բարձրախոսներ, լուսավորման ու հնչյունային սարքեր և այլն: Հոսանքի ինչպիսի՞ լրացուցիչ աղբյուրներ են պետք:
- ✓ **Տպագիր նյութեր:** Սրանք ներառում են հրավերները, լսարանի անդամների համար նախատեսված ծրագրերը, հրապարակումներն ու փոստային ծախսերը:
- ✓ **Աշխատուժ:** Անհրաժեշտություն կա՞ աշխատողներ վարձելու՝ բանավեճի անցկացման տարածքի կազմակերպման և հետագայում նրա մաքրման համար: Հնչյունային համակարգի վերահսկման ու գործարկման համար աշխատող պե՞տք է: Անվտանգության ծառայության ներկայացուցիչներին վարձելու հարկ կա՞: Տվյալ տարածքն ապահովո՞ւմ է ժամավճարով վարձատրվող աշխատակազմ: Եթե բանավեճը հեռարձակվելու է հեռուստատեսությամբ, դիմահարդար վարձելու խնդիր չի՞ ծագի:

- ✓ **Սղագրություն/ձայնագրող սարքավորում:** Դուք նախատեսում եք գրանցել բանավեճի նյութը և հետագայում այն տրամադրել ցանկացողներին:
- ✓ **Հեռախոս:** Բավարար թվով բջջային հեռախոսներ ունե՞ք, թե՞ հարկ կլինի մտածել լրացուցիչ հեռախոսների մասին:
- ✓ **Սնունդ և զովացուցիչներ:** Բանավեճի ավարտից հետո նախատեսում եք ընդունելություն կազմակերպել: Հնարավորության դեպքում կարելի է ներգրավել նվիրատվություններ՝ մթերքի և ծառայությունների տեսքով, ծախսերը հնարավորինս կրճատելու համար:

Աջակցի ստուգաթերթիկներ. բանավեճերի անցկացման վայրի ընտրություն

- ✓ Դասավորեք բեմահարթակը (աթոռները, վարողի/հարցադրողների խմբի սեղանը, ամբիոնները, թեկնածուների համար նախատեսված սեղանները, բարձրախոսները, ջուրը, թուղթն ու մատիտները, ժամացույցը՝ ժամանակին հետևող անձի համար):
- ✓ Մշտական նստարանների բացակայության դեպքում հարկ կլինի լսարանի անդամների համար նախատեսված աթոռները դասավորել: Եթե լսարանի նստարանները կամ աթոռները բաց տարածքում են դասավորվում, ապա հարկ կլինի տարածքը պարաններով կամ ժապավեններով բաժանել մի քանի հատվածների՝ պատվավոր հյուրերի կամ հովանավորների, ընտրարշավորողների ընտանիքի անդամների և աշխատակազմի համար: Նստարանների կենտրոնական մասում գտնվող միջանցքում բարձրախոս տեղադրել՝ լսարանի անդամների հարցերի համար, եթե նման հարցեր նախատեսվում են բանավեճի տվյալ կառուցվածքում:
- ✓ Սեղան ապահովեք թեկնածուների տրամադրած նյութերի համար:
- ✓ Լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների համար հատուկ տեղ նախատեսեք: Հատուկ սեղաններ ապահովեք հոսանքի լրացուցիչ աղբյուրների և համակարգիչների համար:
- ✓ Ժամանակին հետևող անձի համար ապահովեք վայրկենաչափեր և ժամանակի սպառման մասին ազդարարող քարտեր կամ ազդանշաններ:
- ✓ Ծրագրերը տեղավորեք աթոռների վրա կամ էլ հատուկ մարդկանց միջոցով դրանք բաշխեք աստիճանաբար հավաքվող լսարանի անդամներին:
- ✓ Կրկնակի փորձարկեք բոլոր բարձրախոսները: Եթե բանավեճը հեռարձակվելու է ռադիոյով կամ հեռուստատեսությամբ, ջանացեք ռեզերվային համակարգ ունենալ:

- ✓ Եթե նախատեսված է, որ լսարանի անդամները հանդես գան հարցերով, թուղթ ու մատիտներ բաժանեք նրանց՝ հարցերը գրի առնելու համար: Օգնականներին հանձնարարեք հավաքել հարցերը, եթե դրանք պետք է վարողն ընթերցի, այլ ոչ թե հենց լսարանի անդամները:
- ✓ Մեքենաների կայանման տեղեր ապահովեք թեկնածուների և նրանց աշխատակազմերի համար: Որևէ մեկին հանձնարարեք կայանատեղում ողջունել թեկնածուներին և ուղեկցել դեպի նրանց օժանդակ սենյակները:
- ✓ Ապահովեք, որ թեկնածուները, վարողը, հարցադրողները և մյուս անձինք բանավեճի անցկացման վայր ժամանեն առնվազն մեկ ժամ առաջ՝ կանոնները ճշտելու, բարձրախոսները փորձարկելու և այլ մանրամասներ կարգավորելու համար:
- ✓ Թեկնածուների օժանդակ սենյակներում ջուր, հյուսեր, սուրճ և այլ անհրաժեշտ պարագաներ ապահովեք:
- ✓ Աշխատակազմի անդամներին հանձնարարեք ընդունելության համար նախապես թեթև սնունդ ու ըմպելիքներ ապահովել:
- ✓ Օգնականներին հանձնարարեք աջակցել լսարանի անդամներին իրենց տեղերը գտնելու, եթե տեղերն ու տոմսակները նախապես համարակալված են: Նախանշված տեղերի դեպքում տարբեր ընտրազանգվածների ներկայացուցիչներին նույն հատվածում մի տեղավորեք: Այդպիսով հնարավոր կդառնա կանխել ավելորդ աղմկարարության առաջացումը և թանկարժեք ժամանակի կորուստը:
- ✓ Հատուկ տարածք ապահովեք՝ հետբանավիճային հարցազրույցների համար:
- ✓ Կազմակերպեք տարածքի մաքրման աշխատանքները և ապահովեք վարձակալված կամ ժամանակավոր օգտագործման համար տրամադրված սարքավորումները:
- ✓ Մշակեք փոխարինող անձանց վերաբերյալ կանոնակարգը, եթե որևէ թեկնածու չի կարող ներկայանալ:

Աջակցի ստուգաթերթիկներ. հետբանավիճային խնդիրներ

- ✓ Բանավեճի մասին մամլո հաղորդագրություն կազմեք:
- ✓ Բոլոր մասնակիցներին շնորհակալական նամակներ ուղարկեք:

- ✓ Բանավեճերի ձայնագրությունները կամ սղագրությունները տրամադրեք քաղաքացիական խմբերին, մասնակիցներին և շահագրգիռ այլ անձանց կամ խմբավորումներին:
- ✓ Կապվեք մասնակիցների հետ և խնդրեք ներկայացնել իրենց առաջարկությունները գալիք բանավեճերի վերաբերյալ:
- ✓ Վերադարձրեք վաճակալված կամ ժամանակավոր օգտագործման համար տրամադրված սարքավորումները:
- ✓ Շնորհակալական նամակներ հղեք բոլոր նրանց, ովքեր օժանդակել են կազմակերպչական աշխատանքների ընթացքում կամ նվիրատվությունների միջոցով:
- ✓ Պատրաստեք բանավեճերին անդրադարձող լրատվական քաղվածքներ, հեռարձակման ձայնա- և տեսաժապավեններ կամ բանավեճերին վերաբերող հաշվետվություններ:
- ✓ Վճարեք ծախսերի հաշիվները:
- ✓ Կազմակերպեք աշխատակիցների ժողով և հուշագիր պատրաստեք՝ նշված միջոցառման ուժեղ և թույլ կողմերի վերլուծությամբ, նշելով նաև, թե ինչն է պետք այլ կերպ կազմակերպել մյուս բանավեճերի դեպքում:

Թեկնածուի/ընտրարշավի ստուգաթերթիկ

- ✓ Եվս մեկ անգամ ճշտեք բանավեճի բոլոր կանոններն ու ընթացակարգերը: Եթե հարցեր են առաջանում, կապվեք աշակիցների հետ:
- ✓ Նախապատրաստեք բացման և/կամ եզրափակիչ ելույթները և փորձարկեք:
- ✓ Եթե նախատեսված են ընդհանուր թեմատիկ ոլորտներ, յուրաքանչյուրի համար նախապատրաստեք խնդիրների հակիրճ ուրվագծեր: Եթե թեմաներն ապահովված չեն, փորձեք կանխատեսել հնարավոր թեմաները և յուրաքանչյուրի համար նախապատրաստեք խնդիրների հակիրճ ուրվագծեր: Փորձարկեք ամեն խնդրի հիմնական գաղափարների շարադրումը: Ջանացեք յուրաքանչյուր թեմայի շուրջ ձեր խոսքի կետերի թիվը սահմանափակել 3-ով:
- ✓ Հարցեր նախապատրաստեք ընդդիմադիր թեկնածուին տալու համար, եթե տվյալ բանավեճի ընթացքում խաչաձև հարցերի հատված է նախատեսված:
- ✓ Բանավեճի անցկացման վայր ժամանեք առնվազն մեկ ժամ առաջ՝ բարձրախոսները փորձարկելու, բեմին և դահլիճին ծանոթանալու համար: Հետին ֆոնի գույնի մասին տեղեկություն ունեցեք նախապես, որպեսզի ավելի ճիշտ ընտրեք ձեր հագուստը:

- ✓ Ցուցադրման համար ընտրարշավային նյութեր բերեք, եթե դա թույլատրվում է տվյալ բանավեճի կանոններով: Որոշ խմբեր թույլ են տալիս անգամ ցուցապաստառներ բերել:
- ✓ Եթե նոթերից օգտվելը թույլատրվում է, ապա դրանք մատչելի տեղում դրեք:
- ✓ Համենայն դեպս ձեզ մոտ մատիտ կամ գրիչ ունեցեք, նույնիսկ եթե աջակցող կազմակերպությունն ապահովում է դրանք:
- ✓ Բանավեճից հետո պատրաստ եղեք լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներին հարցազրույցներ տալու: Նախքան բանավեճը որոշեք, թե ինչ խնդիրներ կուզենայիք քննարկել լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների հետ, անկախ նրանից՝ դրանք բանավեճի ընթացքում բարձրացվել են, թե ոչ:

Բանավեճի կազմակերպչի ստուգաթերթիկ

- ✓ Ճշտեք բանավեճի բոլոր կանոններն ու ընթացակարգերը:
- ✓ Ուսումնասիրեք առանցքային այն խնդիրները, որոնք կարող են բարձրացվել բանավեճի ընթացքում, ինչպես նաև դրանց նկատմամբ թեկնածուների դիրքորոշումները:
- ✓ Նախապատրաստեք ձեր բացման խոսքը, որում ամփոփ ներկայացվելու են լսարանին և մասնակիցներին վերաբերող կանոնները:
- ✓ Նախապատրաստեք թեկնածուների և հարցադրողների ներկայացման կարգը:
- ✓ Ժամակարգին հետևող անձի հետ հանդիպեք և համաձայնեցրեք ազդանշանները:
- ✓ Բանավեճի անցկացման վայր ժամանեք նրա սկզբից առնվազն մեկ ժամ առաջ՝ բարձրախոսները փորձարկելու, տարածքի դասավորությանը ծանոթանալու համար:
- ✓ Թուղթ ու մատիտ օգտագործեք՝ հարցերի հերթականությունը պահպանելու համար:
- ✓ Հանդիպում կազմակերպեք հարցադրողների և թեկնածուների հետ՝ կանոնների ու ընթացակարգերի ճշտման համար:

Հարցադրողի ստուգաթերթիկ

- ✓ Ճշտեք կանոններն ու ընթացակարգերը:

- ✓ Նախապես պատրաստեք հարցերի ցանկը և այն համաձայնեցրեք այլ հարցադրողների հետ՝ կրկնությունից խուսափելու համար:
- ✓ Խուսափեք ճառեր արտասանելուց կամ երկարաշունչ ծանուցումներ անելուց: Պահպանեք հարցերի կառուցվածքի պարզությունը՝ «Ինչպիսի՞ն է Ձեր դիրքորոշումը հարցի նկատմամբ», կամ՝ «Ինչպե՞ս եք առաջարկում պաշտպանել նահանգի հիմնական ծառայություններն առանց հարկերի բարձրացման»:
- ✓ Հարցերի ցանկը պատրաստելիս ծանոթացեք հանրային կարծիքի հարցումների տվյալներին և թեկնածուների տրամադրած տեղեկատվությանը:
- ✓ Հարցերն այնպես կազմեք, որպեսզի հնարավորություն ստեղծվի համեմատելու թեկնածուների դիրքորոշումները կամ հաջորդական հարցերի միջոցով խթանելու թեկնածուների լրացուցիչ մեկնաբանությունները: Աշխատեք համաձայնեցնել ձեր գործողություններն այլ հարցադրողների հետ. ավելի նպատակահարմար է բազում հարցեր բարձրացնել որևէ թեմայի առնչությամբ, քան մի խումբ չկապակցված հարցեր առաջադրել՝ դրանով իսկ թեկնածուներին դրդելով կցկտուր պատասխաններ տալ:
- ✓ Բանավեճի անցկացման վայր ժամանեք բանավեճի սկզբից առնվազն մեկ ժամ առաջ՝ այլ մասնակիցների հետ սեփական գործողությունները համաձայնեցնելու և բարձրախոսները փորձարկելու համար:

Ընտրապայքարի դիտարկում. քաղաքացիների մասնակցության ապահովում

Հեղ.՝ Ղայանա Բ. Քարլին

Ընտրապայքարի դիտարկումն ընտրողներին թեկնածուների և հիմնախնդիրների մասին ոչ միայն լսելու, այլև խոսելու հնարավորություն ընձեռող մի պարզ եղանակ է: Բոլորը կարող են մասնակցել այդ գործընթացին՝ անկախ տարիքից և քաղաքական նախկին գործունեությունից:

Ընտրապայքարի դիտարկումը սկզբնավորվել է որպես համազգային ծրագիր՝ 1996 թ. նախագահական ընտրությունների առնչությամբ: Այն առաջարկվել էր 1992թ. նախագահական ընտրություններին, ինչպես նաև համազգային մասշտաբով անցկացված թիրախային խմբի հետազոտական աշխատանքներին մասնակցած ընտրողների կողմից: Հետազոտությունը, որը կազմակերպել էր *Նախագահական ընտրապայքարի հանձնախումբը*, ընդգրկում էր 17 քաղաքներից անդամագրված 625 ընտրողների, որոնք ամեն բանավեճից հետո հավաքվում և քննարկում էին ստացած տեղեկություններն ու տպավորությունները, նաև այն, թե դեռ ինչ կուզենային իմանալ թեկնածուների մասին, ինչը հավանեցին կամ չհավանեցին բանավեճերի առանձին կառուցվածքային ձևերում:

Նշված թիրախային խմբի անդամներն Ամերիկայի յուրօրինակ մանրապատկեր էին ներկայացնում, և *Նախագահական ընտրապայքարի հանձնախումբը* (CPD) նրանց ասելիքը չափազանց կարևորում էր:

Թիրախային խմբի անդամները նշում էին, որ նախընտրում են բանավեճի կառուցվածքային ձևերի բազմազանությունը, կուզենային ավելի մեծ թվով քաղաքացիների ներգրավված տեսնել քաղաքային հանրահավաքների տեսքով կազմակերպված բանավեճերում և ցանկալի կլիներ, որ քննարկվող թեմաներն ավելի խորքային վերլուծության ենթարկվեն: Հենց այդ առաջարկությունների հիման վրա հետագայում ձևավորվեցին 1996 և 2000 թ.թ. նախագահական բանավեճերը, իսկ վերջիններիս ազդեցությամբ համապատասխան փոփոխությունների ենթարկվեցին նաև նահանգային ու տեղական մակարդակում տեղի ունեցող բանավեճերը:

Մասնակիցները նաև հայտնել էին CPD-ին, որ բանավեճերի և թեկնածուների մասին հաճույքով են մտքեր փոխանակել իրենց ընկերների կամ նույնիսկ այն մարդկանց հետ, որոնց մինչ այդ չէին ճանաչում:

Մեզ հաճախ ասում են, որ բարեկիրթ մարդկանց շրջապատում քաղաքականություն և կրոն քննարկելը ճիշտ չէ: Արդյունքում՝ բազմաթիվ ամերիկացիներ չեն խոսում կառավարությունում տեղի ունեցող իրադարձությունների և դրանց հետևանքների մասին: Ընդամին ստացվում է, որ մարդիկ ավելի ու ավելի քիչ են մասնակցում քաղաքական գործընթացներին: «*Ընտրապայքարի դիտարկումն*» ապացուցել է, որ

կարող է խթանել ընտրողների հետաքրքրությունն ու մասնակցությունը հասարակական կյանքին:

1992 թ. թիրախային խմբի մասնակիցներն այն եզրակացության եկան, որ քննարկումներից նույնքան շատ դասեր էին առնում, որքան բուն բանավեճերից: Նրանցից շատերն սկսեցին ընտրություններին ավելի ուշադիր հետևել և առաջին անգամ փորձում էին օգտվել նորադրյուրներից՝ կաբելային ալիքներից կամ Ինտերնետից: Իսկ ամենակարևոր հայտնագործությունն այն էր, որ նրանք կարող են համամիտ չլինել, սակայն հակակրանքի չարժանանալ: Վերը նշված 625 քաղաքացիները դիմել են CPD-ին, վերջինիս խնդրելով ուղիներ գտնել բոլոր ամերիկացիներին իրենց աշխատանքի մասին պատմելու և նրանց ևս ոգևորելու համար, որպեսզի նրանք էլ դիտեն և լսեն բանավեճերը և գրուցեն այդ մասին:

Սա լայն զանգվածների կողմից գործողության մեջ դրված իսկական ժողովրդավարության մի օրինակ է: Այն գաղափարը, որն ի գործ է դրվել և՛ 1996, և՛ 2000 թ. նախագահական բանավեճերի ժամանակ, բազում խմբերի կողմից հարմարեցվել է նաև նահանգային և տեղական բանավեճերին:

Կազմակերպական աշխատանք

«Ընտրապայքարի դիտարկում» ծրագիրն իրականացնելը կամ նրան մասնակցելը դյուրին է: Վերաբերվեք դրան որպես երեկույթի: Խորհեք դրա մասին, ինչպես կխորհեիք քաղաքական Ոսկե Գավաթի խաղերի մասին: Հիշեք, որ «Ընտրապայքարի դիտարկման» կազմակերպման միասնական ու պարտադիր մեթոդ չկա: Ամենակարևորն այն է, որ մարդիկ հավաքվեն ու խոսեն բանավեճերից, ինչպես նաև համանահանգային, կոնգրեսական, վարչատարածքային և տեղական ընտրապայքարից:

Հարց. Ո՞վ կարող է «Ընտրապայքարի դիտարկում» կազմակերպել:

Պատասխան. Ամեն ոք: Կամ ցանկացած խումբ՝ պաշտոնական կամ ոչ պաշտոնական: «Ընտրապայքարի դիտարկում» ծրագրի ողջ իմաստը կայանում է հնարավորինս մեծ թվով ամերիկացիների շրջանում բանավեճերի, ընտրապայքարի, թեկնածուների և շարքային քաղաքացիների կյանքին ներազդող այլ խնդիրների մասին քննարկում ծավալու մեջ:

Հ. Ո՞ւմ պետք է հրավիրել մասնակցելու:

Պ. Հրավիրեք ձեր հարևաններին, ընկերներին, աշխատակիցներին կամ ընտանիքի անդամներին: Ձևավորեք այն կազմակերպության անդամներից բաղկացած «Ընտրապայքարի դիտարկման» խումբը, որում աշխատում եք: Քննեք բոլոր տարիքային խմբերի ներկայացուցիչներին, այդ թվում՝ դեռահասներին ներգրավելու մասին. վերջիններս գուցե ևս բավականաչափ մեծ չլինեն քվեարկությանը մասնակցելու համար, սակայն նրանք էլ հետաքրքրված են ավելին իմանալու ընթացիկ իրադարձությունների մասին: Բոլորին հուզող հիմնախնդիրների մասին խոսելը հատուկ

գիտելիքներ ու փորձ չի պահանջում, այնպես որ, ձեր բոլոր ծանոթներն էլ հավանաբար հաճույքով կմասնակցեն քննարկումներին:

Հ. Քանի՞ մարդ կարելի է հրավիրել:

Պ. Ցանկացած քննարկում արդյունավետ է անցնում 6-ից 12 հոգուց բաղկացած խմբերում: Եթե դուք աշխատում կամ սովորում եք ավելի մեծ խմբում կամ կազմակերպությունում, որը ցանկանում է «Ընտրապայքարի դիտարկում» ծրագրին միանալ, ապա միասին դիտեք բանավեճը, իսկ հետո հետքանավիճային քննարկում անցկացնելու համար բաժանվեք առանձին, ավելի փոքր խմբերի:

Հ. Որտե՞ղ պետք է հանդիպեն «Ընտրապայքարի դիտարկման» խմբերը:

Պ. Նրանք կարող են հանդիպել հյուրասենյակում, դպրոցում, համայնքային կենտրոնում, միությունների դահլիճում, հանրային գրադարանում, գրասենյակում, եկեղեցում կամ սրբավայրում, ռեստորանում կամ ցանկացած այլ վայրում, ուր հնարավոր է հեռուստացույց դիտել և ապա հավաքվել կամ սեղանի շուրջ նստել ու քննարկել քիչ առաջ դիտված բանավեճը: Եղել է, որ քոլեջներում ու համալսարաններում 500 ուսանողներ և համայնքի ներկայացուցիչներ են հավաքվել ուսանողական միությունում՝ բանավեճեր դիտարկելու ու քննարկելու նպատակով: Խոշոր խմբերի դեպքում պետք կլինի ապահովել լայն էկրանով հեռուստացույց կամ մի քանի հեռուստացույցներ, որպեսզի բոլորը հաղորդումը տեսնելու հնարավորություն ունենան: Եթե նախատեսել եք մասնակիցների խոշոր խումբը տրոհել ավելի փոքր խմբերի, հարկ կլինի մտածել բավարար տարածքի կամ սենյակների ապահովման մասին, որպեսզի առանձին խմբերը միմյանց չխանգարեն: Կարող եք հանդիպումներ կազմակերպել նաև ինտերնետային կապի միջոցով: Այս դեպքում հնարավոր կլինի քննարկումներ ծավալել քաղաքի կամ նահանգի մյուս ծայրում գտնվող ձեր ծանոթների ու ընկերների հետ, որոնք չեն կարող բանավեճի ժամին տվյալ վայրում, ձեր կողքին լինել:

Հ. Արդյոք պե՞տք է ունենալ խմբի ղեկավար, և ինչպիսի՞ հատկանիշներով նա պետք է օժտված լինի:

Պ. Հարկ կլինի որևէ մեկին նշանակել խմբավար՝ ընդամենը խմբի հանդիպումները կազմակերպելու և քննարկումը վարելու համար: Խմբավարի առնչությամբ մշակված են կոնկրետ առաջարկություններ (տես *Խմբավարի ուղեցույցը* և *Հարցերի նմուշօրինակները*): Ընտրեք անդամներից մեկին որպես խմբավար, եթե նա ունակ է խմբին ուղղություն տալ և հակված չէ իշխել քննարկումների վրա: Փաստորեն, խմբավարի նպատակը պետք է լինի մյուսների խոսակցությունը խթանելը. նա ինքը շատ ավելի քիչ պետք է խոսի: Եթե ձեր խումբը ցանկանում է հավաքվել, սակայն անդամներից և ոչ մեկը չի ցանկանում վարել քննարկումները, կարելի է հերթով հարցեր տալ միմյանց կամ խնդիրներ առաջադրել քննարկման համար: Նման կարգով սկսելուց հետո կհայտնաբերեք, որ պաշտոնական խմբավարի կարիքը չի էլ զգացվի:

Հ. Թույլատրելի՞ է այս նյութը պատճենահանել և բաժանել խմբի անդամներին:

Պ. Այո, ինչքան որ անհրաժեշտ կլինի:

Հ. Արդյոք պե՞տք է փորձենք կռահել հաղթողին:

Պ. Ո՛չ: Հաղթողին ընտրելու որևէ եղանակ գոյություն չունի: Քանի որ դա առավել անհետաքրքիր և անօգուտ խնդիրն է, որը կարելի է քննարկել այս կարգի խմբերում, լավ կլինի ուշադրությունը կենտրոնացնել առանձին հարցերի և դրանց լավագույն պատասխանների վրա:

Հ. Ինչպե՞ս պետք է կազմակերպել հավաքույթը:

Պ. Ստորև բերված է հավաքույթի կազմակերպման հետ կապված խնդիրների ցանկը, սակայն հարկ է հիշել, որ դուք միշտ կարող եք լրացնել այն ձեր սեփական դրույթներով:

- ✓ Պատճենահանել «Դիտորդի ուղեցույցը քաղաքական բանավեճերի վերաբերյալ» և, հնարավորության դեպքում, նախքան բանավեճն այն բաժանել մասնակիցներին:
- ✓ «Ընտրապայքարի դիտարկում» ծրագրի մասնակիցներին ուղեկցել դիտարկման/քննարկման սենյակ, բանավեճի սկսվելուց 20-30 րոպե առաջ, որպեսզի նրանք ծանոթանան, ապա և քննարկեն տվյալ օրվա անցքերը: Հեռուստացույցը վաղօրոք պետք չէ միացնել, այլ մինչև որ բանավեճի սկզբին հաշված րոպեներ մնան, ընդ որում խորհուրդ է տրվում ձայնն անջատած պահել և բարձրացնել միայն այն ժամանակ, երբ բուն բանավեճը սկսվի: Սա արվում այն նպատակով, որ մասնակիցները խուսափեն քննարկման վրա արտաքին ազդակների՝ թեկնածուների կամ լրատվամիջոցների մեկնաբանությունների ներգործությունից (շատ հաճախ բանավեճերից առաջ հեռարձակվում են լուրեր թեկնածուների կամ բանավեճի մասին):
- ✓ Նստելու տեղերն այնպես դասավորել, որ հեռուստացույցը տեսանելի լինի բոլորի համար: Լավ կլինի ձեռքի տակ ունենալ հյութեր, թեյ, սուրճ և թխվածքաբլիթներ՝ անմիջական մթնոլորտ ստեղծելու համար: Խմբավարը կարող է խնդրել, որ խմբի անդամներից յուրաքանչյուրը որևէ բան բերի հավաքույթին՝ բաժակներ, սառույց, անձեռոցիկներ, սնունդ և այլն: Այս ամենը պետք է տրամադրի համայնքային զարգացման և թեկնածուների մասին գրուցելու:
- ✓ Բանավեճի ավարտից անմիջապես հետո հարկ է սրահի հեռուստացույցն անջատել: Լավ կլինի մոտ 10 րոպե հանգստանալ ու մի փոքր շարժվել (սակայն պետք է փորձել ձեռնպահ մնալ թեմատիկ երկար-բարակ զրույցներից), ապա խմբավարը կարող է մասնակիցներին հրավիրել սեղանի շուրջ կամ շրջանաձև դասավորված աթոռներին նստելու և քննարկումն սկսելու:
- ✓ Խմբավարը կարող է ղեկավարվել ստորև առաջարկվող հարցերով, ինչպես նաև լրացուցիչ հարցեր բարձրացնել: Բնավ պարտադիր չէ անդրադարձնալ բոլոր հարցերին: Զրույցը կարող է շարունակվել այնքան ժամանակ, քանի դեռ դրա համար նյութ կա: Մեծամասամբ խմբերի այդօրինակ քննարկումները շուրջ մեկ ժամ են տևում:

- ✓ Միգուցե բանավեճերի որոշ աջակիցներ հետազոտություններ կատարեն՝ կապված տվյալ համայնքում պաշտոնապես իրականացվող «Ընտրապայքարի դիտարկում» ծրագրերի հետ: Եթե դա տեղի է ունենում, և ձեր խմբի անդամները մասնակցելու ցանկություն են հայտնում, հարկ կլինի քննարկել նրանց առաջադրած հարցերը և համաձայնության գալ ձեր պատասխանների վերաբերյալ:
- ✓ Եթե հավաքույթը հաջող է անցել, նպատակահարմար է պայմանավորվել նոր հանդիպման և մեկ այլ բանավեճի դիտարկման մասին, եթե իհարկե մեկից ավելի բանավեճեր է նախատեսված հեռարձակել:

Խմբավարի ուղեցույց

Ձեր դերը խմբին հարցեր առաջադրելն է, յուրաքանչյուրին արտահայտվելու հնարավորություն ընձեռելը և, ըստ անհրաժեշտության, տարածայնությունները մեղմելը: Ստորև շարադրված հարցերը նախատեսված են որպես առաջարկություններ: Դրանք կարող են խմբագրվել կամ փոփոխվել ձեր հայեցողությամբ:

Այնքան էլ հավանական չէ, որ խմբի անդամների միջև ծագած տարածայնությունները թե՛ բնույթ ստանան: Իսկ եթե նման բան տեղի է ունենում, ապա հարկ է իրադրությունը լիցքաթափել առանձին անդամներին հարցեր ուղղելու միջոցով կամ հումորով մեկնաբանություն անելու օգնությամբ:

Խմբի անդամներին պետք է հիշեցնել, որ նրանցից յուրաքանչյուրի կարծիքն արժեքավոր է, և որ ամեն ոք հնարավորություն կունենա իր տեսակետն արտահայտել: Շեշտեք այն հանգամանքը, որ քննարկման հիմնական նպատակը ճանաչողական է, այլ ոչ՝ քարոզչական:

Մի վարանք և քննարկմանն իշխելու հակվածություն ցուցաբերող անդամին ազատորեն ասացեք, որ նրա գաղափարները շատ հետաքրքիր են, սակայն մյուսներն էլ թերևս ցանկանան մեկնաբանել տվյալ հարցը:

Նախնական քայլեր

- ✓ Խմբի անդամներին պետք է առաջարկել զբաղեցնել իրենց տեղերը բանավեճի սկզբից առնվազն 5-10 րոպե առաջ:
- ✓ Հեռուստացույցը պետք է միացնել միայն բանավեճի սկզբից մի քանի րոպե առաջ և նրա ձայնը բարձրացնել բանավեճն սկսելուն պես, որպեսզի նվազեցվի մինչբանավիճային քննարկումների կողմնակի ազդեցությունը:
- ✓ Խմբի անդամների միջև շփումը և ծանոթացումը հեշտացնելու նպատակով կարելի է անվանաքարտեր օգտագործել: Անվանաքարտերն առանձնապես օգտակար կարող են լինել այն դեպքում, երբ խմբի անդամներից ոմանք իրար չեն ճանաչում: Խմբային քննարկումն ավելի սահուն կընթանա, եթե խմբի

անդամները հեշտորեն հաղորդակցվեն ու փոխգործողության մեջ մտնեն միմյանց և ձեզ հետ: Սառույցը հալեցնելու իմաստով շատ օգտակար կարող է լինել կարճ ժամանակի հատկացումը, որպեսզի խմբի անդամները ներկայանան, պատմեն խմբում ընդգրկվելու իրենց շարժառիթների կամ պատճառների մասին:

- ✓ Ձեռքի տակ ունեցեք նոթատետր և գրիչ կամ մատիտ՝ գրառումների համար: Նպատակահարմար կլինի հարցերի միջոցով բարձրացված թեմաների ցանկ կազմել՝ հետագա քննարկումների համար:

Հետքանավիճային արարողակարգեր

- ✓ Վերջին ելույթի ավարտից անմիջապես հետո հարկ է անջատել հեռուստացույցը: Կարելի է 10-րոպեանոց դադար առնել թարմանալու և այլնի համար: Խմբի անդամներին խորհուրդ տվեք բանավեճի քննարկում չսկսել, քանի դեռ չի ավարտվել ընդմիջումը:
- ✓ Երբ բոլորը կրկին հավաքվեն, նրանց շնորհակալություն հայտնեք մասնակցության համար: Բացատրեք, որ սա քննարկում է, և ճիշտ ու սխալ պատասխաններ չկան, որ մասնակիցների այստեղ գտնվելու նպատակը բանավեճի առնչությամբ նրանց տպավորությունների և գաղափարների փոխանակումն է:
- ✓ Սկսեք ցանկում նշված առաջին հարցից: Անցեք նոր հարցի, եթե զգում եք, որ քննարկումը մարում է: Պարտադիր չէ, որ բոլոր հարցերը տաք կարող եք առաջադրել ձեր սեփական հարցերը՝ լսելու համար այս կամ այն անդամի մեկնաբանությունները: Խմբի անդամներին օգնեք հանդես գալ իրենց հարցերով:
- ✓ Հնարավոր է, որ քննարկման ընթացքում մասնակիցները պատասխանեն մի հարցի, որին ավելի ուշ պետք է անդրադառնալ: Այդ դեպքում անցեք հաջորդին:
- ✓ Եթե քննարկումը սպառված է, մասնակիցներին խնդրեք անել վերջին մեկնաբանությունները և եզրափակեք հանդիպումը: Ամենայն հավանականությամբ, ճաշելիս քննարկումը կշարունակվի ոչ պաշտոնական մթնոլորտում:

Հարցերի նմուշօրինակներ

- ✓ Այս բանավեճից ի՞նչ իմացաք թեկնածուի կամ հիմնախնդրի մասին, որը մինչ այդ չգիտեիք:
- ✓ Ի՞նչ լրացուցիչ տեղեկություններ կուզենայիք իմանալ թեկնածուների կամ հիմնախնդիրների մասին բանավեճից հետո:
- ✓ Խմբի անդամներից որևէ մեկը լրատվամիջոցներից կամ այլ աղբյուրներից ինչ-որ տեղեկություն ստացե՞լ է, որն այսօրվա բանավեճի ընթացքում չներկայացվեց:

- ✓ Որտե՞ղ կարող եք հայթայթել ձեզ անհրաժեշտ տեղեկատվությունը:
- ✓ Որո՞նք էին բանավեճի ընթացքում քննարկված հիմնախնդիրներից առավել կարևորները: Արդյո՞ք թեկնածուներն ու լրատվամիջոցներն անում են այն ամենը, որպեսզի դուք պարզեք ձեզ հուզող հարցերը:
- ✓ Ո՞րն է ձեր ընտանիքի առջև ծառայած առավել կարևոր հարցը: Թեկնածուները կարողացա՞ն լուծում առաջարկել այդ հարցի համար: Ի՞նչ եք կարծում, որ՞ն է թեկնածուների կամ լրատվամիջոցների կողմից այս հարցը չբարձրացնելու պատճառը:
- ✓ Ինչպիսի՞ն կուզենայիք տեսնել նահանգապետին (սենատորին, Կոնգրեսի անդամին, քաղաքապետին և այլն): Ինչպե՞ս կարող եք իմանալ՝ արդյոք թեկնածուներն օժտվա՞ծ են նշված հատկանիշներով: Այսօրվա բանավեճում ի՞նչ տեսաք կամ լսեցիք, որը ձեզ համոզիչ կամ ոչ համոզիչ թվաց:
- ✓ Բանավեճի ընթացքում քննարկման դրվեցին թվով ... հարցեր: Ովքե՞ր տվեցին թիվ 1, 2, 3, ... հարցերի լավագույն պատասխանը:
- ✓ Ինչպե՞ս կարող եք ներազդել կառավարության և պետական պաշտոնյաների վրա:
- ✓ Ի՞նչ ակնկալիքներ ունեք ընտրովի պաշտոնյաներից: Իսկ կառավարությունի՞ց:
- ✓ Արդյո՞ք այս բանավեճն ավելի կամ պակաս օգտակար էր, քան քաղաքական տեղեկատվության այլ աղբյուրները:
- ✓ Կուզենայի՞ք որևէ բան փոխել բանավեճի կառուցվածքային ձևում:
- ✓ Կա՞ որևէ այլ հարց, որը մենք չենք քննարկել և որի մասին կցանկանայիք խոսել մինչև մեր հանդիպման եզրափակումը:

Դիտորդի ուղեցույց քաղաքական բանավեճերի վերաբերյալ

Որպես կանոն, ընտրողները թեկնածուական բանավեճերը համարում են ընտրարշավի ընթացքում տեղեկատվության ստացման առավել ազդեցիկ աղբյուր: Ելնելով դրանց կարևորությունից, ստորև ներկայացվող ուղեցույցը բանավեճի առավելագույն արդյունքի ապահովմանը միտված առաջարկություններ է պարունակում:

Բանավեճի կառուցվածքը

Բանավեճերի տարատեսակ կառուցվածքներ կան: Առաջնային բանավեճերը (այստեղ հանդես են գալիս նույն կուսակցությունը ներկայացնող թեկնածուները) և տեղական բանավեճերն ավանդաբար ավելի ազատ են կառուցվում, և պարունակում են

ամենատարբեր կառուցվածքային ձևերին հատուկ տարրեր, քանի որ դրանցում սովորաբար մի քանի թեկնածուներ են մասնակցում: 1992 թվականից համընդհանուր ընտրությունների շրջանակներում անցկացվող նախագահական բանավեճերը նույնպես կազմակերպվում են կառուցվածքային տարրեր եղանակների, այդ թվում՝ քաղաքացիների հարցեր նախատեսող հանրահավաքի համադրմամբ:

Բանավեճերի մեծ մասը պահանջ են առաջադրում թեկնածուների պատասխանների նկատմամբ ժամանակային սահմանափակումներ կիրառելու մասին, որպեսզի բոլոր թեկնածուներն արժագանքելու համահավասար հնարավորություններ ունենան: Քննարկման նյութ կարող են դառնալ տարաբնույթ հարցեր կամ նպատակային մի թեմա, ասենք՝ կրթական համակարգը կամ էկոնոմիկան: Համընդհանուր ընտրությունների նախագահական բանավեճերի դեպքում սովորաբար տարանջատվում են տեղական և միջազգային նշանակության խնդիրների քննարկման ժամանակահատվածները:

Բանավեճը կարող է սկսել թեկնածուների բացման խոսքով, կամ բանավեճը վարող անձնավորության ներածությամբ և թեկնածուների ներկայացմամբ, որից հետո նա կարող է անմիջապես անցնել հարցադրումների: Բանավեճերի մեծ մասի դեպքում թեկնածուներին տրվում է եզրափակիչ խոսքի հնարավորություն: Որոշ դեպքերում նրանք հանդես են գալիս թե՛ բացման, թե՛ եզրափակիչ ելույթներով:

Բանավեճերի բովանդակությունը պայմանավորված է բարձրացվող հարցերով: Գոյություն ունեն երեք տեսակ հարցադրումներ՝ սկզբնական, հաջորդական և խաչաձև: Բանավեճը բացվում է սկզբնական հարցերի միջոցով. թեկնածուին առաջարկվում է պարզաբանել կամ պաշտպանել նրա դիրքորոշումը, կամ այն համեմատել նրա մրցակցի դիրքորոշման հետ: Սկզբնական հարցերի մեծ մասը հիպոթետիկ՝ թեական բնույթի է. «Ի՞նչ կանեիք, եթե ...»:

Հաջորդական հարցերը թեկնածուին ուղղվում են նախորդի պատասխանը ստանալուց հետո: Դրանք սկզբնական պատասխանի ճշտման նպատակ են հետապնդում. հարցը տրվում է մանրամասներ կամ պարզաբանում ստանալու համար: Որոշ դեպքերում այդ հարցերը կարող են վերաբերել հիմնական թեմայից դուրս: Հաջորդական հարցերը տրվում են թեկնածուին ուղղված սկզբնական հարցի պատասխանը ստանալուց անմիջապես հետո կամ բոլոր թեկնածուների սկզբնական պատասխաններից հետո:

Խաչաձև հարցերը թեկնածուներն են միմյանց տալիս: Այս կարգի հարցերի համար երբեմն առանձին ժամանակ է հատկացվում, կամ դրանք տրվում են որպես հաջորդական հարցեր:

Թեկնածուներին տրվող հարցերը կարող են ծագել ամենատարբեր աղբյուրներից: Առաջնային և տեղական բանավեճերում հարցադրողների թիվը կարող է համալրվել քննարկման նյութի թեմատիկ փորձագետներով: Որպես հարցադրող՝ ամենից հաճախ հանդես են գալիս բանավեճի միանձնյա վարողը (սովորաբար՝ լրատվամիջոցի ներկայացուցիչ), լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներից համալրված թիվը կամ թեմատիկ փորձագետները:

Բազմաթիվ բանավեճեր, հատկապես՝ տեղական մակարդակում անցկացվողները, բանավեճի անցկացման որոշակի փուլում լսարանի անդամներին թույլատրում են հարցեր ուղղել թեկնածուներին: 1992 թ. Վիրջինիա նահանգի Ռիչմոնդ քաղաքում անցկացված հանրահավաքն ընդհանուր ընտրությունների շրջանակներում կազմակերպված առաջին նախագահական բանավեճն էր, որին հարցադրողներ էին ներգրավված քաղաքացիների թվից: Վերջին շրջանի փոփոխությունների արդյունքում վարողն ինտերնետի միջոցով թեկնածուի հասցեին հարցեր կարող է ստանալ ամենատարբեր աղբյուրներից:

Բանավեճի առավելագույն արդյունքի ապահովում

Ձեր ուշադրությունը սևեռեք մի քանի առանցքային խնդիրների վրա: Ձեզ համար պարզեք, թե ինչպիսին կուզենայիք տեսնել տվյալ պաշտոնյային, ապա դիտարկեք ու լսեք՝ կողմնորոշվելու համար, թե ներկայացված թեկնածուներից որն է ամենից ավելի համապատասխանում ձեր պատկերացումներին: Այս խնդրի լուծման համար օգտակար կարող են լինել հետևյալ առաջարկությունները:

- ✓ Նախապատրաստվեք վաղօրոք: Փորձեք ընտրապայքարին հետևել առաջին բանավեճից առնվազն մի քանի շաբաթ առաջ:
- ✓ Մեկից ավելի բանավեճեր դիտարկեք: Ոչ մի բանավեճ չի կարող լիովին անդրադարձնալ բոլոր հիմնախնդիրներին: Հարցերի մեծ մասին ծանոթանալու համար փորձեք դիտել հնարավորին չափ շատ բանավեճեր:
- ✓ Բանավեճերը դիտարկեք մյուսների հետ: Բանավեճի ավարտից հետո քննարկեք ձեր լսածն ու տեսածը: Հետազոտությունները վկայում են, որ նման քննարկումներն օգնում են պարզաբանել բանավեճի ընթացքում ներկայացված հարցերը:
- ✓ Ձեր կուսակցական տեսակետները մի կողմ դրեք: Բանավեճերն օգտագործեք բոլոր թեկնածուների և նրանց ծրագրերի մասին առավելագույն տեղեկատվություն ստանալու համար:
- ✓ Մի՛ ջանացեք կռահել, թե ով է հաղթել կամ պարտվել: Մասնակից բոլոր կողմերն էլ հավակնում են հաղթանակի: Քանի որ չկան հատուկ չափանիշներ քաղաքական բանավեճում հաղթողին որոշարկելու համար, ավելի շատ կենտրոնացեք հիմնախնդիրների և գաղափարների վրա, այլ ոչ՝ ռազմավարության: Լրջորեն խորհեք հետևյալ հարցի մասին.«Ո՞վ կարող է դառնալ լավագույն նախագահը, սենատորը, նահանգապետը, օրենսդիրը, վարչատարածքային աշխատակիցը»:
- ✓ Թեկնածուներին քննախույզ ուշադրությամբ հետևեք, երբ նրանք խոսում են հիմնախնդիրների լուծման ճանապարհների մասին: Ուշադիր լսեք, թե ինչպես են թեկնածուները համեմատում իրենց և ընդդիմադիրների ծրագրերը:

- ✓ Փորձեք բացահայտել թեկնածուի բանավիճային նպատակները: Արդյո՞ք թեկնածուն ուղղակիորեն անդրադառնում է հիմնախնդիրներին, մանրամասնում դրանք, ներկայացնո՞ւմ է նոր ուղղություններ և տեղեկատվություն: Թե՞ փորձում է խուսափողական մարտավարություն կիրառել և հարցերի մեկնաբանությունները համապատասխանեցնել գործողությունների իր ծրագրին:
- ✓ Պարզեք այն իմիջը, որ թեկնածուները փորձում են ձևավորել: Թեկնածուների մեծ մասը ջանում են ներկայանալ որպես առաջնորդներ և իրենց նույնացնում են ամերիկացիների համար թանկ արժեքների հետ, միաժամանակ առաջ քաշելով այն միտքը, որ իրենց մրցակիցները նման հատկանիշներից զուրկ են: Նրանց պատասխանները հիմնավորո՞ւմ են այդ կարգի հավակնությունները:
- ✓ Հաշվի առեք հեռահաղորդակցային բանավեճերի որոշակի սահմանափակումները: Հեռուստատեսության աշխատանքի առանցքը գործողություն ցույց տալն է: Գործողություն խթանելու և միօրինակությունից խուսափելու նպատակով հեռուստակայանների ղեկավարները երբեմն դիմում են «արձագանքման խոշոր պլան» կոչվող եղանակին, որը ցույց է տալիս թեկնածուի արձագանքն ի պատասխան մրցակցի ելույթի: Այս եղանակի գործածումը կարող է ձեր ուշադրությունը շեղել բուն ելույթից: Հետևաբար, բանավեճերի դիտարկման ընթացքում խելամիտ կլինի հիշել նման արձագանքները ցուցադրող կադրերի նշանակության մասին:
- ✓ Ջանացեք ավելին իմանալ նաև հետբանավիճային փուլում: Նկատի ունենալով այն հանգամանքը, որ բանավիճային կառուցվածքների մեծ մասը հակիրճ պատասխաններ է նախատեսում, դժվար է լիովին ըմբռնել թեկնածուի դիրքորոշումը կամ քննարկման դրված հիմնախնդիրները: Այդ հիմնախնդիրների վերաբերյալ փորձեք լրացուցիչ տեղեկատվություն ստանալ լրատվամիջոցներից կամ թեկնածուի ինտերնետային էջից:

Ուղեցույցի մասին: Սույն ուղեցույցը մշակվել է «Ազգային հաղորդակցության ասոցիացիայի» ներքոհիշյալ անդամների պատրաստած նյութի հիման վրա.

Դայանա Բ. Քարլին, Կանզասի համալսարան

Ռոբերտ Ֆրիդենբերգ, Մայամի համալսարան, Համիլտոն, Օհայո

Ջեյմս Գուադինո, «Ազգային հաղորդակցության ասոցիացիա»

Սյուզան Հելվեգ, Սան Դիեգոյի նահանգային համալսարան

Ջոն Մորելլո, Մերի Վաշինգտոնի քոլեջ

Մայքլ Պֆաու, Օկլահոմայի համալսարան:

Գրականություն ընտրապայքարի վերաբերյալ. Նախորդ հետազոտությունների արդյունքները

Հեղ.՝ Պիտեր Լ. Ֆրանսիս

Նախընտրական բանավեճերի ներգործությունն ընտրողների իմացության և վարքագծի վրա

Քաղաքացիները բանավեճերը դիտում են մի շարք պատճառներով: Ամենից տարածված բացատրությունը, որ նշում են դիտողները, հիմնահարցերի նկատմամբ թեկնածուների ունեցած դիրքորոշումների մասին իմանալն է: Այլ պատճառների թվում է քաղաքականության և քաղաքացիական պարտքի մասին տեղեկացված լինելը (Sears և Chaffee 1979, 228):

Բանավեճերն ընտրազանգվածին մեծածավալ ինֆորմացիա են տրամադրում թեկնածուների անձերի և հիմնահարցերի նկատմամբ վերջիններիս ունեցած դիրքորոշումների մասին (Kraus 2000, 6, Jamison և Birdsell 1988, 126) Ներկայացվող բազմակողմանի դիտարկումներն ընտրազանգվածի համար դյուրինացնում են ընտրությունների արդյունքների ընդունումը (Lubell 1962, 152): Բանավեճերն ընտրազանգվածին հնարավորություն են ընձեռում նաև համեմատելու թեկնածուների միջև գոյություն ունեցող տարբերությունները և տեսնելու, թե թեկնածուներն ինչպես են ձնշման ներքո պատասխանում հարցերին և մարտահրավերներին: Ջեմիսոնը և Բըրդսելը (1988, 131-132) բացատրում են.

Նախընտրական բանավեճերի ժամանակ թեկնածուները պատասխանում են հարցերի, որոնք առանցքային են համարվում իրենց հակառակորդների կողմից, մի միջավայրում, որտեղ ընտրազանգվածը կարող է համեմատել պատասխանները: Եթե հարթակների վրա արտասանված ճառերում թեկնածուները հակված են մեղադրելու իրենց ախոյաններին, ապա բանավեճերի ժամանակ անմիջապես հերքում ստանալու սպառնալիքը թեկնածուներին ստիպում է պատասխանել իրենց թեկնածության դեմ ուղղված մեղադրանքներին: Բանավեճերում թեկնածուն թե՛ ապացույցներ է բերում, թե՛ ժխտում: Հետևաբար, բանավեճերը կարող են, թեպետ միշտ չէ, որ դա անում են, հստակություն և կոնկրետություն մտցնել, ինչը սովորաբար բացակայում է ընտրարշավային խոսակցություններում:

Բանավեճերը կարևոր են, քանի որ կարող են հանրային հետաքրքրություն ստեղծել ընտրարշավի նկատմամբ, հատկապես՝ գրեթե հավասար շանսեր ունեցող թեկնածուների պարագայում (Denton և Woodward 1990, 102): Դրանք կարող են նաև փոխել քաղաքացիների պատկերացումները թեկնածուի ծրագրի կենսունակության մասին: 1996 թ. Արիզոնայի Հանրապետական կուսակցությունից նախագահության թեկնածուի առաջադրման ընթացքում անցկացված բանավեճերն, օրինակ, որոշ դեպքերում փոփոխեցին ընտրողների նախապատվությունները (Yawn, Ellsworth, Beaty, և Kahn 1998): Երբ թեկնածուները կարողանում էին դրականորեն գերազանցել

քաղաքացիների սպասելիքները, նրանց կողմնակիցների թիվն ավելի էր մեծանում: Եվ, ընդհակառակը, երբ թեկնածուները բանավեճում հիասթափեցնում էին իրենց հետևորդներին, հաճախ կորցնում էին նրանց պաշտպանությունը:

Հենց բանավեճերի ընթացքում կայացրած որոշումներում են դրսևորվում ընտրողների քաղաքական գիտակցության մակարդակը եւ համոզմունքների ուժը: Բանավեճերն ամենից շատ ներգործում են քաղաքականության հարցերին նվազ ուշադրություն դարձնող (Miller և MacKuen 1979, 277), քաղաքական իմացության ցածր մակարդակ ունեցող (Amrbovitz 1978, 182) և կոնկրետ որևէ թեկնածուի նկատմամբ թույլ նվիրվածություն ունեցող ընտրողների վրա (Sears, Freedman և O'Connor 1964; Geer 1998, 494): Սիլրզը և Չեֆին (1979, 247) բացատրում են.

Ակնհայտ է, սակայն կարևոր է փաստել, որ ամենից հաճախ փոխվեցին սկզբնական անհաստատ վերաբերմունքները: Սա ամենից հստակ երևում է հետբանավիճային անմիջական փոփոխություններում: Առաջին բանավեճից հետո շատ ավելի մեծ փոփոխություններ կատարվեցին նրանց շրջանում, ովքեր նախքան բանավեճը չէին որոշել (կամ տատանվում էին), թե ում են տալու իրենց քվեն:

Բանավեճերի թիվ նույնպես կարող է ներգործել այն բանի վրա, թե ընտրողները ո՞ր թեկնածուներին կապաշտպանեն: Սովորաբար նրանք, ովքեր հետաքրքրվում են քաղաքականությամբ, ավելի հաճախ են դիտում և ինֆորմացիա քաղում բանավեճերից, քան նրանք, ովքեր չեն հետաքրքրվում քաղաքականությամբ (Sears և Chaffee 1979, 233): Սակայն հենց դեպքից դեպք բանավեճեր դիտողներն են ավելի մեծ ազդեցություն կրում բանավեճերից (Abramobitz 1978, 175): Ընտրողները, ովքեր չէին դիտում բանավեճերը, հազվադեպ էին փոխում իրենց նախապատվությունները (Chaffee 1978, 342):

Բանավեճերը, բացի այն բանից, որ ընտրողներին երբեմն օգնում են գիտակցված որոշում կայացնել, թե ում տան իրենց քվեն, ավելի հաճախ ծառայում են որպես նախկին համոզմունքների ամրապնդման միջոց: Սիլրզը և Չեֆին (1979, 244) բացատրում են. «Բանավեճերից ստացվող ինֆորմացիան ընտրողների շրջանում ստեղծել է ավելի բարձր մակարդակի համոզվածություն՝ կուսակցությունների գործունեության բացահայտման, թեկնածուների գնահատման, հիմնահարցերի նկատմամբ գրաված դիրքի և որևէ թեկնածուի օգտին քվեարկելու մտադրությունների առումներով»: Կուսակցական ընտրողները, ովքեր կարծում են, որ իրենց կուսակցության թեկնածուն հաղթեց բանավեճում, բանավեճերից հետո վերստին «հարազատ կուսակցության գիրկն են վերադառնում», քանի որ «նրանց հիշեցնում են, թե ինչու են իրենք դեմոկրատներ կամ հանրապետականներ» (Geer 1988, 493): Կուսակցական ընտրողները բանավեճերը դիտելուց հետո, որոնցում ընդդիմությունը ներկայացնում է իրենց համոզմունքներին հակադիր ինֆորմացիա, կարող են ավելի նվիրվել որևէ թեկնածուի (Sears, Freedman, և O'Connor 1964):

Բացի կուսակցականությանից, ընտրողների կողմից բանավեճի գնահատման վրա կարող են ազդել նրանց գաղափարաբանական հիմքերը: Սիգելմանը և Սիգելմանը (1984), օրինակ, պարզեցին, որ անվճռական ընտրողների գաղափարաբանական համոզմունքները ներգործեցին այն արդյունքի վրա, թե ով է շահելու 1980 թ. նախագահական ընտրապայքարում Քարթերը, թե՞ Ռեյգանը: Նրանք գրում են (1984, 627).

Պարզ է, որ հանրությունը նախագահական ընտրապայքարին չի մոտենում ճանաչողական տեսակետից անաչառ և փաստերը հավասարապես ծանրութեթև անելու որոշումով: Միայն նախկին համոզմունքների և նախապատվությունների հզոր ազդեցությունը հաշվի առնելով կարելի է լիովին հասկանալ, թե ինչու նախագահական ընտրապայքարը ընտրությունների արդյունքների վրա չի ունեցել այն ընդգծված ներգործությունը, որ սպասում էին բազմաթիվ տեսաբաններ:

Այնուամենայնիվ, որոշ հետազոտություններ փաստում են, որ բանավեճերը չեն ամրապնդում քաղաքացիների նախնական կողմնակալությունները: 1988 թ. նախագահական ընտրապայքարի վերլուծությունը, օրինակ, պարզեց, որ հարցվողները, Բուշ-Դուկակիս երկրորդ բանավեճը դիտելուց հետո դարձյալ վստահ չէին, թե ո՞ր թեկնածուին են նախընտրում: Բանավեճը նաև չընդլայնեց համաձայնությունը թեկնածուների և նրանց աջակիցների միջև հիմնահարցերի վերաբերյալ (Lanou, 1991, 91): Ուրիշները եզրակացնում են, որ բանավեճերի ընդհանուր ազդեցությունները ընտրազանգվածի վրա չնչին են (Sears և Chaffee 1979, 244):

Այդուհանդերձ, բանավեճերը կարող են քաղաքական ինֆորմացիայի կարևոր աղբյուր ծառայել: Բանավեճերը հաճախ օգտակար են պակաս հայտնի թեկնածուների մասին ընտրողների իմացությունն ընդլայնելու առումով (Zhu, Milavsky, և Biswas 1994; Holbrook 1999, 79): Մասնավորապես անվճռական ընտրողները հաճախ դիմում են բանավեճերին՝ թեկնածուների քաղաքական դիրքորոշումների մասին ինֆորմացիա ստանալու և նրանցից սովորելու համար (Lang և Lang 1961, 282; Chaffee 1978; Pfau 1988; Holbrook 1999, 84): 1976 թ. Ֆորդ-Քարթեր բանավեճի վերլուծությունը, օրինակ, արձանագրեց քաղաքական հիմնահարցերի (Chaffee 1978) և թեկնածուների դիրքորոշումների վերաբերյալ ընտրողների իրազեկության բարձրացում (Abramovitz 1978, 683-684): Նրանք, ովքեր դիտել էին Բուշ-Դուկակիս երկրորդ բանավեճը, նաև ինֆորմացիա կուտակեցին թեկնածուների դիրքորոշումների մասին, թեպետ այդ իրազեկության հետևանքները նվազեցին երկու շաբաթվա ընթացքում (Lanou 1991): Բանավեճերն արդյունք են տալիս նույնիսկ չհետևողների շրջանում:

Այն քաղաքացիները, ովքեր բանավեճեր չեն դիտում, դարձյալ օգուտ են քաղում հիմնահարցերի մասին տեղեկանալու առումով, հիմնականում բանավեճի մասին մամլո հաղորդագրությունների կամ ընկերների և ընտանիքի անդամների հետ խոսակցությունների միջոցով (Abramovitz 1978, 684): Իմանալը և ինֆորմացիա ձեռք բերելը հիմնականում տեղի է ունենում վաղ բանավեճերից: Հոլբրուքը (1999, 77) գրում է.

Ընտրարշավների սկզբնական բանավեճերը թեկնածուների մասին ինֆորմացիա ստանալու հրաշալի հնարավորություն են ընտրողների համար: Սա կարող է նշանակել, որ մինչև ընտրարշավի ընթացքում երկրորդ և երրորդ բանավեճերի ծավալումն ընտրողները ինֆորմացիան օգտագործելու ավելի քիչ տեղ ունեն՝ կան այն պատճառով, որ այդ ամենն արդեն լսել են (թերևս առաջին բանավեճի ժամանակ), կան արդեն որոշել են, թե ում օգտին են քվեարկելու և իրենց միտքը փակել են նոր ինֆորմացիայի դեմ:

Բացի դրանից, ընտրողները կարող են բանավեճում ընդգրկված թեմաները համարել ավելի կարևոր, քան կհամարեին նախքան բանավեճը: 1976 թ. Քարթեր-Ֆորդ նախագահական բանավեճի մի ուսումնասիրություն հայտնում է.

Նախքան բանավեճը, նրանք տնտեսական և արտաքին քաղաքականության հարցերը սկզբունքորեն շատ ավելի բարձր էին դասում, ինչպես դա թելադրում էր լրատվական միջոցների օրակարգը: Սակայն բանավեճի կիզակետն անբողջովին ներքին քաղաքականության հարցերն էին լինում... Բանավեճից հետո արձանագրվեց, որ այս (ներքին) հարցերն արդեն կարևոր տեղ էին գրավում ընտրողների օրակարգում, մինչդեռ արտաքին քաղաքականության և պաշտպանության հիմնահարցերի (որոնք չէին քննարկվել բանավեճում) կարևորությունը նվազել էր (Swanson և Swanson 1978, 352):

Իրոք, հիմնահարցերի օրակարգը կազմելու թեկնածուի ունակությունը կարևոր բան է: Ընտրողների նախապատվությունների վրա ներազդելիս հիմնահարցերի նկատմամբ թեկնածուի դիրքորոշումները հաճախ վճռորոշ դեր են ունենում: Դայսընը և Սկիոլին (1974, 85-86) հայտնում են, որ որևէ թեկնածուի օգտին քվեարկելու որոշումը թերևս «ավելի շատ կախված էր թեկնածուների՝ որոշակի հարցերի նկատմամբ դիրքորոշումից, քան՝ խիստ ընդհանուր գործոններից, որ ածանցվում էին նրանց անձնական հմայքից»: Հեղինակներն ավելացնում են. «Հարցվողների կողմից ընտրարշավի իրադրությանը պատեհ կոնկրետ հարցերի նշումն ընկալվում է որպես իրոք գերիշխող գործոն այն որոշմանը հանգելիս, թե ում պետք է տան իրենց քվեն»:

Մյուս կողմից, բանավեճերը կարող են ընտրազանգվածին շատ ավելին ասել բանավիճողների անձերի, քան՝ հիմնահարցերի մասին (Becker, Weaver, Graber, և McCombs 1979): Ոմանք քննադատաբար են արտահայտվում բանավեճերի մասին, քանզի դրանք միշտ չէ, որ իրենցից ներկայացնում են ուժեղ ֆորում՝ բարդ հարցերի լուծումները հրապարակելու համար:

Ժուն, Միլավսկին և Բիսվասը (1994, 305-306) բացատրում են.

Քաղաքական հիմնահարցերի մասին խոսակցությունները պահանջում են թե՛ հիմնախնդրի նկարագրություն, թե՛ լուծման դեղատոմս... Հեռուստատեսային բանավեճերի ժամանակ թեկնածուները երբեմն սոցիալական հիմնախնդիրների ախտանշանները հրապարակում են միանազամայն տեսանելիորեն, սովորաբար՝ որպես հակառակորդի վրա հարձակման արդյունավետ միջոց: Բայց երբ բանը հասնում է հիմնախնդիրների լուծումներին, թեկնածուները լավագույն դեպքում սահմանափակվում են կարգախոսներով, ենթադրություններով և այլ հակիրճ ձևակերպումներով, որոնք հարմար են հարցազրույցներից արվող մեջբերումների համար:

Ուստի, քաղաքական բանավեճերը, որպես թեկնածուների համար հիմնախնդիրների կոնկրետ լուծումներ շարադրելու միջոց, ունեն թերություններ: Սակայն բանավեճերը կարող են ազդել թեկնածուների համոզմունքների վերաբերյալ քաղաքացիների ըմբռնումների վրա և կարող են նպաստել ընտրողի քաղաքական կողմնորոշումների ամրապնդմանը: Ավելի կարևոր է այն, որ բանավեճերը որոշ ընտրողների իրազեկում են քաղաքական հիմնահարցերի մասին և օգնում որոշել, թե ում օգտին քվեարկել:

Ընտրապայքարի լուսաբանումը զանգվածային լրատվամիջոցներում

Զանգվածային լրատվամիջոցներում ընտրապայքարի լուսաբանումը կարևոր է բազմաթիվ առումներով: Նախ, բանավեճերն ավելի արժանի նյութ են նորություններում տեղ գտնելու համար, քան քաղաքական հաղորդակցությունների այլ ձևեր, և միտում ունեն գրավելու ավելի մեծ թվով հանդիսատեսների՝ ըստ ոչ զվարճանքային բնույթի հեռուստատեսության չափորոշիչների (Kendell 1997; Benoit, McKinney, և Holbert 2001, 259-260): Սա վերաբերում է նաև նախագահական ընտրապայքարի նախնական բանավեճերին:

2000 թ. Ալ Գոր-Բիլ Բրեդլի բանավեճն *Էն-Բի-Սի*-ի «Հանդիպում մամուլի հետ» ծրագրով ունեցավ 4,73 մլն-անոց լսարան (Schroeder 2000, 109): Բանավեճերը բազմաթիվ դեպքերում մամուլին լուսաբանելու նյութ են տրամադրում ընտրություններից դեռևս ամիսներ առաջ: *Սի-Էն-Էն*-ի խոսնակ Թոմ Հենոնը նկատում է. «Լրատվամիջոցների համար կարևոր է լինել այն վայրը, որ մարդիկ մտաբերում են, երբ ցանկանում են ավելին իմանալ որևէ կարգի նորության մասին: Իսկ նախընտրական քարոզարշավների մասին լուրերը մեծ ժողովրդականություն վայելողներից են» (մեջբերվում է Schroeder 2000, 109-ից):

Երկրորդ, մամուլի միջոցներով լուսաբանումը զգալի դեր է խաղում պակաս հայտնի թեկնածուներին ներկայացնելու, հիմնահարցերի լուսաբանումն ընդլայնելու և թեկնածուների բուն էությունը բացահայտելու խնդիրներում (Davis 1999, 346): Երրորդ, ավելի մեծ է հավանականությունը, որ հետբանավիճային լուսաբանման ընթացքում քվեարկողները մտապահեն մամուլի կողմից շեշտված թեմաները: Միլերը և Մըքքուենը (1979, 281) եզրակացնում են, որ «դիտողներն ամենից արագ հիշում էին բանավեճերի այն կողմերը, որոնք գերակշռում էին մամուլի կողմից բանավեճերի լուսաբանումների մեջ»:

Սակայն բանավեճերի մասին հաղորդող լուրերը որևէ մեկի օգտին շրջելը կամ կողմնակալություն հանդես բերելն այնքան էլ մեծ ազդեցություն չունեն քաղաքացիների կողմից բանավեճի գնահատումների վրա: Լաուրին, Բրիջիսը և Բեդրֆիլդը (1990) ուսումնասիրել են Բուշ-Դուկակիս առաջին բանավեճը 1988 թ. և եզրակացրել, որ հետբանավիճային մեկնաբանությունները հիմնականում ծառայել են ընտրողների նախնական դիրքորոշումների ամրապնդմանը: Մյուս կողմից, հեղինակներն ապացույցներ են գտնում, որ լրատվական գործակալությունների կողմից անցկացված համաժամանակյա հարցումները կարողացել են որոշ ներգործություն ունենալ ընտրողների կողմից թեկնածուի գործունեության գնահատման վրա: Նրանք (1990, 824) հաղորդում են.

Սույն ուսումնասիրության թերևս ամենահետաքրքիր արդյունքը Էյ-Բի-Սի-ի ընտրողների համազգային հարցման ակնհայտ ազդեցությունն է, որը ցույց տվեց, որ Դուկակիսը շահել է բանավեճը: Էյ-Բի-Սի-ն միակ ցանցն էր, որը ներկայացրեց հարցման այսպիսի արդյունքներ, և Էյ-Բի-Սի-ի հեռուստադիտողներն այս հետազոտության մեջ միակ խումբն էին, որի մեծամասնությունն ասաց, թե Դուկակիսը շահել էր բանավեճը:

Սիլբրզը և Չեֆին (1979, 239) եկան համանման եզրակացության՝ հիմնվելով 1976 թ. նախագահական ընտրապայքարի իրենց վերլուծության վրա: Նրանք գրում են.

Թերևս, լրատվական մամուլն արագորեն հաստատեց համընդհանուր պատասխանն այն հարցին, թե ո՞ր թեկնածուն էր շահել տվյալ բանավեճը, մասամբ անմիջապես հաղորդելով հարցման արդյունքները: Սա իր հերթին հող ստեղծեց այն հրապարակման համար, թե իբր դա «ճիշտ» պատասխան էր: Եվ ի վերջո այն դարձավ ճիշտ պատասխան:

Որոշ ուսումնասիրողներ քննադատում են մամուլը՝ այն շեշտադրման համար, որ վերջինս կատարում է «հաղթող» և «պարտվող» հայտարարելու վրա: Նման հաղորդումները թեկնածուներին դրդում են «ավելի շուտ մեկը մյուսի դեմ միավորներ հավաքել, քան՝ իրոք բանավեճ ծավալել» (Hellweg և Philips 1981, 68): Ղա կարող է նաև ավելի շուտ ունենալ բանավեճերը «ծիարչավների» մակարդակին իջեցնելու բացասական հետևանք, քան դրանք ներկայացնելու որպես մի ֆորում, որն ընտրողներին օգնում է կատարել իրազեկության վրա հիմնված որոշումներ (Kraus 2000, 165-168):

Բանավեճերը «ծիարչավների» պես հաղորդելու մյուս խնդիրները վերաբերում են այն բանին, թե մամուլն ինչպես է սահմանում «հաղթողին»: Սովորաբար մամուլը հաղթողին ընտրում է այն հիմունքով, թե ո՞ր թեկնածուն կարողացավ խուսափել սխալներից, թյուր հաշվարկներից և հակասություններից, փոխանակ հաշվի առնելու, թե ո՞ր թեկնածուն առաջարկեց բարդ հիմնախնդիրների ամենից խորը մտածված և ինքնատիպ լուծումներ (Polsby, 1976, 177-178): Ուրիշներն էլ եզրակացնում են, որ բանավեճում հաղթելու համար պարտադիր չէ, որ թեկնածուն իրեն արտառոց կերպով դրսևորի. նա պետք է սուկ գերազանցի սպասելիքները (Yawn, Ellsworth, Beatty և Kahn 1998):

Այլ ուսումնասիրություններ կենտրոնացել են լրատվական ցանցերի կողմից լսարանի արձագանքի կանխատեսումներին: Հիմնական արդյունքն այն է, որ լսարանի արձագանքի կանխատեսումները չեն փոխում դիտողների կարծիքները վիճելի հարցերի վերաբերյալ: Դրանք կարող են փոխել որևէ փաստարկի համոզչության չափը, բայց ոչ՝ խոսողի ընդհանուր վստահելիության մակարդակը: Դևիսը (1999, 488) գրում է.

Չեն գտնվել ապացույցներ՝ պաշտպանելու այն վարկածը, թե արձագանքների կանխատեսումներն ուղղակիորեն ներգործում են որևէ դիրքորոշման հանդեպ ընդհանուր վերաբերմունքի վրա, կամ թե դրանք ազդում են խոսողի վստահելիության վարկանիշի վրա: Գտնվել են նվազագույն ապացույցներ՝ ենթադրելու, որ արձագանքի կանխատեսումները կարող են ազդել խոսողի բերած որևէ կոնկրետ փաստարկի համոզչության վրա:

Նախընտրական բանավեճերի ներգործությունն ընտրարշավների ռազմավարության վրա

Բանավեճերը կայանում են, երբ առկա են որոշակի պայմաններ: Սովորաբար բանավեճեր տեղի են ունենում, երբ (1) ընտրությունները մոտ են. (2) երկու թեկնածուներն էլ ակնկալում են որոշակի առավելություն ձեռք բերել. (3) երկու թեկնածուներն էլ վստահ են իրենց բանավիճային հմտությունների հարցում. (4) կա առնվազն երկու ուժեղ թեկնածու. (5) բանավեճի կառուցվածքային ձևաչափը (ֆորմատը) հնարավոր վրիպումների նվազագույն ռիսկ է ենթադրում (Friedenberg

1979): Բանավեճերը կարող են թեկնածուներին առաջարկել բազմաթիվ առավելություններ:

Նախ, բանավեճի ժամանակ տպավորիչ ելույթը կարող է խթանել ընտրարշավի միջոցների հայթայթման ջանքերը (Jamieson և Birdsell 1988, 157): Երկրորդ, այն թեկնածուները, ովքեր հասարակական կարծիքի հարցման արդյունքներով հետ են մնում, կարող են հանդես գալու հնարավորություն ստանալ և հնարավորինս կասեցնել իրենց մրցակիցների վերելքը (Martel 1983, 139-140):

Առաջատար թեկնածուները հաճախ շահում են բանավեճերից՝ դրանք օգտագործելով որպես իրենց պաշտպանության հիմքերն ընդարձակելու մեխանիզմ և իրենց պաշտպանողների նախապատվություններն ամրապնդելու միջոց (Martel 1983, 33):

Հակառակ այն տարածված կարծիքի, թե մարտահրավեր նետողներն ամենից մեծ օգուտ կարող են քաղել բանավեճերից, հաճախ, ավելի շատ, շահում են արդեն ընտրված (գործող) պաշտոնատարները: Մարտելը (1983, 33) բացատրում է. «Առաջատար թեկնածուն, եթե նրան միանշանակորեն չեն գերազանցել ելույթով, ավելի շուտ, սովորաբար ամրապնդում է ավելի մեծ թվով աջակիցների նախապատվությունները, քան իր մրցակիցը՝ իր «թույլ» աջակիցներին դարձնում «ուժեղ» պաշտպաններ»:

Այդուհանդերձ, թեկնածուները պետք է լավ գործեն՝ բանավեճից շահած դուրս գալու համար: Սա պահանջում է մի շարք ռազմավարական նկատառումներ: Արդեն ընտրված (գործող) պաշտոնատարները հաճախ հետևում են «վաճառքամետ» ստրատեգիաների, հաճախ շեշտելով ընտրողներին մատուցած իրենց ծառայությունների ապահով ցանկը, հեռու մնալով ավելի վիճահարույց՝ դեպի հիմնահարցերը միտված մոտեցումներից: Մյուս կողմից, մարտահրավեր նետողներն ավելի հաճախ են ձեռնարկում հարձակողական ստրատեգիաներ, որոնք կենտրոնանում են քաղաքականությունների վիճահարույց հիմնահարցերի վրա՝ գործող պաշտոնատարներին օտարելով որոշակի ընտրողներից: (Հարձակողական ստրատեգիաները նաև ավելի տարածված են պաշտոնների ցածր մակարդակներում, քանի որ խոշոր «ձեղքումները» հաճախ անհրաժեշտ են թեկնածուների մեծ տոկոսի համար, ովքեր խոչընդոտների են հանդիպում կուսակցության գրանցման կամ գործող պաշտոնատար լինելու կարգավիճակի, կամ երկու հարցում էլ): «Թափուր պաշտոնների» ընտրությունների ժամանակ, «դրսի» կուսակցության թեկնածուն հաճախ փորձում է իր հակառակորդին տալ այնպիսի խնդիրներին առնչվող հարցեր, որոնք կարելի է կապել գործող վարչակարգի հետ, մինչդեռ «հարձակման ենթարկված թեկնածուն կամ իրեն առանձնացնում է վարչակարգից, կամ պաշտպանում այն» (Martel, 1983, 63-72):

Բացի դրանից, ընտրարշավների խորհրդատուները հաճախ թեկնածուներին ցուցումներ են տալիս խուսափել հարցերին կոնկրետ պատասխաններ տալուց, քանի որ քիչ բան ունեն շահելու հանգամանակից պատասխաններ տալուց (Jamieson և Birdsell 1988, 167): Կոնկրետությունից խույս տալը կարևորագույն տարր է հարձակումից խույս տալու համար: Մարտելը (1983, 102), նշում է.

Գոյություն ունի թեկնածուի՝ կոնկրետությունից խուսափելու երեք հիմնական պատճառ..... (1) Նա կարող է շատ բան չիմանալ խնդրո առարկա հիմնահարցի մասին. (2) կոնկրետ հանձնառությունները կարող են քաղաքականապես վտանգավոր լինել...

(3) կոնկրետ մոտեցումը որևէ հարցին կարող է ժամանակ խլել, որը գուցե ավելի լավ կլիներ ծախսել մեկ այլ հիմնահարցի վրա:

Բանավեճի ժամանակ թեկնածուները կարող են վիճակագրության և փաստացի տեղեկությունների արդյունավետ օգտագործմամբ հաղթահարել այն մեղադրանքը, թե իրենք չունեն բավարար քաղաքական գիտելիքներ (Martel, 1983, 106): Սակայն թեկնածուները պետք է զգույշ լինեն դիդակտիկ պարագաներ օգտագործելիս: Դրանք կարող են մարդկանց ուշադրությունը հրավիրել կոնկրետ հարցերի վրա, սակայն ենթակա լինել «բեմադրված» երևալու ռիսկին: Մարտելը (1983, 107) գրում է.

Առարկաների օգտագործումը գերծ չէ ռիսկից: Այդ պատճառով, առաջատարների խորհրդատուները երբեմն փորձում են ֆորմատային բանակցությունների ընթացքում կանխել դրանք: Նման մարտավարության հիշարժան մի օրինակ «հակահարված տվեց» 1978 թ. Փենսիլվանիա նահանգում կոնգրեսի ընտրարշավի՝ Ռոբերտ Էդգարի և Յուջին «Սոնի» Քեյնի միջև ընտրապայքարի ընթացքում, երբ Քեյնը, ընդգծելով ամերիկյան արտադրանքների գնումը, ցուցադրեց Էդգարի «Վոլվոյի» մի նկար: Մինչ լսարանում շատերն այս տակտիկային վերաբերվեցին որպես էժան հնարքի և, ինչ-որ չափով, չարտոնված ներխուժման՝ Էդգարի մասնավոր կյանքի մեջ, Էդգարը խելացիորեն պատասխանեց՝ ներկա գտնվողներին առաջարկելով տուն տանել իր նոր «Փլիմութ»-ով:

Ի վերջո, ընտրարշավները պետք է ստրատեգիական որոշումներ կայացնեն բանավեճերում փոքր կուսակցությունների թեկնածուներին ընդգրկելու վերաբերյալ: Որոշ դեպքերում փոքր կուսակցությունների թեկնածուներին ընդգրկելը կարող է որոշ առավելություններ ունենալ խոշոր կուսակցությունների թեկնածուների համար: Նախ, փոքր կուսակցությունների թեկնածուներին ընդգրկելը հաճախ նվազեցնում է երկու անձերի բանավեճի հաղթող/պարտվող բաժանումը, ինչը կարող է օժանդակել առաջատարին: Երկրորդ, բանավեճերը, որոնցում ընդգրկված են փոքր կուսակցությունների թեկնածուներ, կամ պետք է կրճատեն հարցերի թիվը, կամ պատասխանների համար հատկացված ժամանակը: Այս ձևաչափը կարող է օգտակար լինել այն թեկնածուներին, ովքեր դժվարանում են ձևակերպել երկարաշունչ պատասխաններ (Martel 1983, 51-52):

Նախընտրական բանավեճերի ձևաչափերը

Բանավեճերը «քարկոծման տակ» են հայտնվել բազմաթիվ պատճառներով. թիրախի բացակայություն, բանավիճող կողմերի կախվածություն կամ մասնակիցների միջև իսկական «բանավեճի» բացակայություն (Auer 1962; Bitzer և Reuter 1980): Բազմաթիվ մասնագետներ քննադատել են բանավեճի կանոնների և կառուցվածքային տեսակների՝ ձևաչափերի թերությունները հաղթահարելուն ուղղված անհաջող փորձերը: Կարլինն (1994, 11) արձանագրել է նախորդ հետազոտություններում նշված բանավեճերի վեց թույլ կողմեր:

(1) Բանավիճային ժամակարգն անհամարժեք է թեկնածուների հիմնավորված պատասխանների համար անհրաժեշտ պայմաններին. (2) թեկնածուները ոչ միշտ են պատասխանում նույն հարցին, այսպիսով նվազեցնելով համեմատելու հնարավորությունը. (3) հարց-պատասխան ֆորմատը (ձևաչափը) բանավեճի ֆորմատ չէ. (4) բանավեճի մասնակիցները չափից ավելի միջամտող դեր են կատարում. (5) բանավեճի մասնակիցները չեն արտացոլում հանրային շահը. (6) թեկնածուները չեն պատասխանում հարցերին, իսկ բանավիճային ձևաչափերը նրանց չեն պարտադրում դա անել:

Այնուամենայնիվ, վերջերս կատարված հետազոտությունները վիճարկում են այս քննադատություններից մի քանիսը, հաղորդելով, որ քաղաքական բանավեճերը հաճախ ներառում են բավականաչափ առճակատում, համեմատություն, ընդարձակվելու հնարավորություն և վերլուծություն (կամ «բախում») թեկնածուների միջև (Carlin, Howard, Stanfield & Reynolds 1991); Benoit & Wells 1996):

Բախումը հաճախ ամենից ավելի արտահայտվում է որոշակի կառուցվածքային տեսակների՝ ձևաչափերի կիրառման դեպքում, օրինակ, ավանդական կլոր սեղանի կամ մեկ վարողի մասնակցությամբ բանավեճերի ընթացքում, երբ թեկնածուները կանգնում են ամբիոնի մոտ (Carlin, Howard, Stanfield & Reynolds 1991; Carlin, Morris, & Smith 2001): Մյուս կողմից, գրույց- բանավեճերը, երբ թեկնածուները նստում են սեղանի շուրջ, հաճախ պակաս հակամարտ բնույթ ունեն, և հաճախ բնութագրվում են ճանաչողական շեշտադրմամբ (Carlin, Morris, & Smith 2001): Քաղաքային հանդիպումների ձևով անցկացվող բանավեճերը ևս հակված են նվազեցնելու անձնական հարձակումների հաճախականությունը (Benoit & Wells 1996):

Բանավեճը վարողի իրավասությունները նախընտրական բանավեճերի կառուցվածքային տեսակների և կանոնների մեկ այլ կարևոր կողմ են, որոնք կարող են ազդել բանավեճի մթնոլորտի վրա: Կարլինը, Մորիսը և Սմիթը (2001, 2210) պարզել են, որ 2000 թ. նախագահական բանավեճերում վարողը՝ Ջիմ Լերերը, Ջորջ Վ. Բուշին և Ալ Գորին մղել է բախման մարտավարության: Վարողի իրավասությունների շրջանակը կարևոր է, քանի որ այդ պաշտոնը ենթադրում է թեկնածուներին ներկայացնելու, հարցեր ուղղելու կամ նույնիսկ սակավախոս թեկնածուներից հստակ պատասխաններ կորզելու իրավասություններ:

Ինչ վերաբերում է վերջին իրավասությանը, ապա թեկնածուների մեծ մասը նախընտրում է կանոններ, որոնք վարողին զրկում են իրենց ընդհատելու իրավասությունից (Martel 1983, 143-144): Որոշ ընտրարշավներ համաձայնում են այնպիսի բանավեճերի, որոնք թույլ են տալիս հարցեր ուղղել լսարանին: Նման դեպքերում բանավեճը պետք է հիմնվի նախապես ստուգված հարցերի վրա: Հարցերը, որոնք նախապես ստուգված չեն, «ռիսկ են պարունակում, որ տվյալ անձը կարող է հարց տալու փոխարեն հայտարարություն անել, վիճել թեկնածուների հետ, լինել բացահայտ կողմնակալ, իրեն վերագրել բանավեճը վարողի դեր, տալ անպատեհ կամ կրկնվող հարցեր (Martel 1983, 144):

Բացի լսարանին հարցեր ուղղելուց, ընտրարշավները նաև պետք է որոշեն, թե պե՞տք է արդյոք թեկնածուներին թույլատրել անմիջաբար հարցեր տալ մեկը մյուսին: Ուղղակի հարցաքննությունը կարող է ունենալ բազմաթիվ կարևոր գործոններ: Նախ, թեկնածուն «պետք է գնահատի, թե հակառակորդը ի՞նչ չափով

կարող է «սեղանը շուռ տալ» իր վրա: Երկրորդ, ուղղակի հարցուպատասխանը, ինչպես վերը նշվեց, նպաստում է կրքերի բորբոքմանը՝ դրան ուղեկցող բոլոր հետևանքներով հանդերձ: [Երրորդ]... ուղղակի հարցը կարող է առավել հավասար պայմաններ ստեղծել երկու թեկնածուների համար էլ» (Martel 1983, 86):

Որոշ մասնագետներ քննադատում են նաև կլոր սեղանի ֆորմատով անցկացվող բանավեճերը՝ այն հիմնավորմամբ, որ լրագրողները հանդես են գալիս որպես պատվար մրցակից թեկնածուների միջև: Սա քաղաքագետ-քաղաքագետ ընդդիմադիր հարաբերությունների բնույթը փոխում է հարցատու-քաղաքագետ հարաբերությունների (Jamieson և Birdsell 1988, 195): Լրագրողները երբեմն տալիս են չափազանց մանրամասն և հանրության ըմբռնման համար բավական խրթին հարցեր : Ջեմիսոնը և Բըրդսելը (1988, 169-173) գրում են.

[Լրագրողները] ավելի քաջատեղյակ են լինում թեկնածուների մասին, քան ընտրագանգվածի մեծ մասը: Հարցերը, որոնք նախատեսված են պարզաբանումների ստանալու համար, չեն պարունակում թեկնածուների դիրքորոշումների և դրանց տարբերությունների մասին հիմնական տեղեկատվության այն մակարդակը, որը հասու լինի պակաս կրթված դիտողին... Հարցերը ոչ միայն երբեմն անհարկիորեն մասնագիտական են լինում, այլև, երբ դեպքերի, գործողությունների և ճառերի հակասական մեկնաբանություններ են տրվում, սույն ֆորմատը չի ապահովում չեզոք խոսք, որ շփոթված դիտողը կարողանա կողմնորոշվել՝ որն է ավելի ստույգ:

Ոմանք վիճում են, թե հերքումներին տրվող հակադիր պատասխանները վերացնում են քննարկման որոշ թույլ կողմեր՝ հնարավոր դարձնելով թեկնածուների միջև ծավալել ավելի անմիջական հարցուպատասխան և բանավեճ: Մարտելը (1983, 136-137) բացատրում է.

Հերքումներին հակադիր պատասխանները... նախապես ելույթ ունեցած թեկնածուին թույլ են տալիս հակառակորդի պատասխանից հետո կրկին խոսել: Դա ապահովում է թեկնածուների հետագա վիճաբանություն: Ավելին, դա կարող է հրաշալիորեն փոխարինել ռիսկամետ հարցերին՝ այն թեկնածուների համար, ովքեր հակված են ընդհանուր ձևակերպումներ անել, կամ նրանց, ովքեր բավականաչափ տեղեկացված չեն:

Քաղաքական բանավեճերը քննադատություն են արժանանում նաև այն բանի համար, որ թեկնածուներին չեն տրամադրում անհրաժեշտ ժամանակ՝ բարդ հիմնահարցերին սպառիչ պատասխաններ տալու համար: Սա ամրապնդում է հաղորդումներում սինխրոն մեջբերումների պրակտիկան, ինչը բազմաթիվ քաղաքական տեսաբաններ ողբալի են համարում: Ջեմիսոնը և Բըրդսելը (1988, 196) բացատրում են.

Բանավեճն ի ցույց է դնում բարդ նյութը ժամանակի որոշակի միավորների ընթացքում գտելու հռետորի ունակությունը: Նման հնտությունն արժեքավոր է, քանի դեռ ժամանակի սղությունը չի դարձել այնաստիճան, որ փաստարկներին փոխարինեն կարգախոսները: Հեռուստատեսությամբ հեռարձակվող

բանավեճերում թեկնածուներին խնդրվում է համառոտման հրաշքներ գործել՝ խոշոր հիմնահարցերի վերաբերյալ իրենց դիրքորոշումները մեկ րոպեից էլ պակաս ժամանակում բացատրելով :

Սակայն պատասխանների համար հատկացվող ժամանակը երկարացնելու առաջարկներն ունեն որոշ թերություններ: Նախ, մերօրյա լսարանը գուցե չկարողանա ուշադրությունը սևեռված պահել՝ լսելու համար երկարաշունչ պատասխաններ (Jamieson և Birsell 1988, 196): Երկրորդ, սակավաթիվ թեկնածուներ են օգտագործում առկա սահմանափակումների պայմաններում հատկացված ողջ ժամանակը (Martel 1983, 137-138): Երրորդ, թեկնածուները գուցե չջանկանան ընդունել երկարացված ժամանակի ֆորմատով բանավեճերի հրավերներ: Մարտելը (1983, 125-126) գրում է.

Հավանական չէ, որ քաղաքականության ընդարձակված քննարկումներ ներկայացնելու հնարավորությունը հրապուրի թեկնածուներին, ովքեր չունեն խոսելու անհրաժեշտ հմտություններ, պակաս տեղեկացված են, քան իրենց հակառակորդները, կամ պակաս միջոցներ ունեն հիմնահարցերի վերաբերյալ իրենց դիրքորոշումները հետազոտելու և մշակելու համար: Կարճ ասած, կլոր սեղանի ֆորմատը հավանաբար ավելի համատեղելի է թեկնածուների մեծ մասի նպատակների, ռազմավարությունների և միջոցների հետ:

Սահմանված պլանով կամ հիմնահարցով բանավեճերը քննարկման որակը բարելավելու հնարավոր միջոց են: Սակայն նախընտրական շտաբները սովորաբար խուսափում են պլանի շուրջ կառուցված բանավեճերից՝ հակառակ այն փաստի, որ դրանք համարվում են ավանդական դատական վեճերի չափորոշիչ: Մարտելը (1983, 120) գրում է.

Ընդհանրապես, սահմանված պլանը քաղաքական բանավեճերում համարվում է սահմանափակիչ և ռիսկամետ: Թեկնածուները կարող են զգուշանալ որևէ հարցի չափից ավելի մեծ կշիռ տալուց, անկարող լինել տարածայնել ընտրազանգվածի համար որոշակի կարևորություն ներկայացնող մի պլանի՝ ուշադրության արժանանալու համար, երկյուղել, որ պլանն առավելություն կտա հակառակորդին: Հատկապես, եթե մրցակիցն արդեն գործում է տվյալ պաշտոնում, ավելի քաջատեղյակ է հիմնահարցին և տրամադրության տակ ավելի մեծ միջոցներ ունի հետազոտության համար: Ընդամին, թեկնածուն կարող է մտահոգված լինել, որ նման ձևաչափն առավելություն կտա հռետորական ավելի մեծ ձիրք ունեցող կողմին:

Այսպիսով, բանավեճերի ձևաչափերը սահմանելիս դժվարությունը կայանում է այնպիսի միջավայր ստեղծելու մեջ, որը թեկնածուներին բավականաչափ ժամանակ տրամադրի հարցերին պատասխանելու, ոչ թե սոսկ հակիրճ ձեւակերպումների համար: Ընդամին, դա պիտի արվի առանց լսարանին անհարկիորեն ծանծրացնելու կամ թեկնածուներին դրդելու՝ հրաժարվել մասնակցությունից:

Հեղինակը շնորհակալություն է հայտնում Դեյվիդ Քլիֆորդին՝ հետազոտության ընթացքում ցուցաբերված աջակցության համար և Փոլ Հերնստոնին՝ Մերիլենդի համալսարանի Ամերիկյան քաղաքականության և քաղաքացիության կենտրոնի տնօրենին, նախագծի ողջ ընթացքում արված օգտակար դիտողությունների և առաջարկությունների համար: