

## **ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ**

### **Խալիլի Մահմուդ Էբրահիմի**

## **ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԴԵՐԸ ԻՐԱՆԻ ԵՐԻՏԱՍԱՐԴՈՒԹՅԱՆ ՄՈՏ ԱՐԺԵՔՆԵՐԻ ԵՎ ԴԻՐՔՈՐՈՇՈՒՄՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ**

**ԻԲ.00.01 – «Սոցիոլոգիական հետազոտությունների մեթոդաբանություն, տեսություններ, սոցիալական տեխնոլոգիաներ և գործընթացներ» մասնագիտությամբ սոցիոլոգիական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության**

**ՍԵՂՄԱԳԻՐ**

**ԵՐԵՎԱՆ – 2018**

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում

Գիտական ղեկավար՝ քաղաքական գիտությունների դոկտոր,  
պրոֆեսոր Ա. Վ. Աթանեսյան

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝ սոցիոլոգիական գիտությունների դոկտոր,,  
պրոֆեսոր Ա. Վ. Սահակյան  
սոցիոլոգիական գիտությունների թեկնածու,  
դոցենտ Ն. Ա. Մելքոնյան

Առաջատար կազմակերպություն՝ Փայամե Նուր համալսարան,  
Սանանդաջ, Իրան

Պաշտպանությունը կայանալու է 2018թ. ապրիլի 18-ին, ժամը 15.00-ին, Երևանի պետական համալսարանում գործող՝ ԲՈՀ-ի փիլիսոփայության և սոցիոլոգիայի 013 խորհրդի նիստում:

Մասնագիտական խորհրդի հասցեն՝ 0025, Երևան, Աբովյան 52ա, ԵՊՀ:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Երևանի պետական համալսարանի գրադարանի գիտական աշխատողների ընթերցասրահում:

Սեղմագիրն առաքված է 2018 թ. մարտի 16-ին:

Մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար՝  
փիլիսոփայական գիտությունների թեկնածու,  
դոցենտ



**Գ.Ա.Սողոմոնյան**

## ԱՏԵՆԱՆՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

### **Թեմայի արդիականությունը:**

Յուրաքանչյուր հասարակությունում մարդիկ ունեն հաղորդակցվելու կարիք, և առանց դրա հասարակությունը չի կարող գոյատևել: Այսօր հեռուստատեսությունը, որպես հաղորդակցության միջոց, կարող է գրավել միլիոնավոր ունկնդիրներ ամբողջ աշխարհով մեկ: Ուստի անհրաժեշտ է հասկանալ, թե ինչպես կարող են հեռուստաալիքները ձևավորել ու փոխել հեռուստադիտողների դիրքորոշումները և արժեքները: Դա, իր հերթին, պահանջելու է ուսումնասիրել, թե որքանով են հեռուստաալիքներն ի վիճակի գրավելու ունկնդիրներին: Այս հարցին պատասխանելու համար սոցիոլոգները պետք է յուրաքանչյուր հասարակության մեջ ընտրեն տարբեր խմբերին պատկանող մարդկանց՝ հետաքրքրվելով, թե նրանցից քանիսն ունեն հեռուստաալիքներ դիտելու հնարավորություն (Իրանում տնային տնտեսությունների մեծ մասն ունի գոնե մեկ հեռուստացույց), թե դիտվող հեռուստահաղորդումները որքանով են վստահություն ներշնչում և, վերջապես, թե որքանով են հեռուստահաղորդումները համապատասխանում իրենց ճաշակին ու ակնկալիքներին:

Յուրաքանչյուր հեռուստաալիք ունի իր ունկնդիրները, և քանի որ տեխնոլոգիաները կոչված են դյուրացնելու մարդկանց խնդիրները, հեռուստատեսությունը, ի թիվս այլ տեխնոլոգիաների, թեթևացրել է մարդկանց կյանքը աշխարհայացքի ձևավորման, սոցիալականացման, տեղեկատվության ստացման և փոխանցման, ժամանցի և այլ հարցերում: Քանզի Իրանում, ինչպես և աշխարհի մյուս երկրներում, տարբեր խմբերի ներկայացուցիչների համար նախընտրելի են տարբեր հեռուստաալիքներ և ժանրեր, ուստի դրանք ի գորու են իրենց տարբեր եղանակներով ձևավորելու խմբերի անդամների դիրքորոշումներն ու արժեքները տարբեր երևույթների վերաբերյալ:

Իրանական հասարակության մեջ գոյություն ունեն տարատեսակ դիրքորոշումներ ու արժեքներ ձևավորող բազմաթիվ սոցիալական ագենտներ: Այդ դիրքորոշումներն ու վարքային մոդելները կապված են տեղեկատվության ու հաղորդակցության միջոցով անցյալից եկող ազգային արժեքների, ավանդույթների հետ: Այս առումով, հաղորդակցության կարիք ունեցող բնակիչները մշտապես գտնվում են տեղեկությանի հոսանքների ազդեցության ներքո, ինչն ազդում է իրենց սոցիալականացման գործընթացի վրա, այդ թվում՝ վարքային դիրքորոշումների և դրսևորումների: Այսօր ԶԼՄ-ները, որպես հասարակության կարևորագույն ինստիտուտներից մեկը, բացի ավանդական միջոցներից ներառում են նաև թվային հեռուստատեսությունը, արբանյակային հաղորդակցության միջոցները, լազերային սկավառակները (CD-ները), տեսաերիզները, համացանցը: Թվարկվածներից հեռուստատեսությունը մարդկանց դիրքորոշումներն ու արժեքները ձևավորելու հզոր միջոց է, այն կարող է մարդու համար իրականացնել մի շարք գործառույթներ՝ զվարճանքի, տեղեկատվության, կրթության, հետազոտության և այլն: Հեռուստատեսությունը, որպես ուսուցման աղբյուր և սոցիալականացման ագենտ, կարևոր դեր ունի երիտասարդների և երեխաների «խոցելի ու տպավորվող» միտքը որոշակի սոցիալական դերերի և վարքագծի զարգացմանն ուղղելու առումով: Այս իմաստով, ինչպես նշում է Է. Գիդենսը, բնավորությունն ուղղակիորեն

պայմանավորված է միջավայրում իշխող սոցիալ-բարոյական նորմերով ու հասարակական արժեքներով<sup>1</sup>: Իսկ հեռուստատեսությունն իր ունկնդիրներին է հրամցնում աշխարհի որոշակի պատկեր, ինչպես նաև ուրվագծում հասարակության համար ընդունելի և անընդունելի երևույթների շրջանակը: Ոմանք կարծում են, թե այս դեպքում հեռուստատեսությունը քողարկված ու բացահայտ հաղորդագրություններ է հեռարձակում աշխարհի մասին. ինչպես իրական կյանքի պատկեր՝ այն արտացոլում է մի շարք կարևոր հասարակական դերեր՝ ձևավորելով, ուղղորդելով և փոխելով իր լսարանի մտածելակերպը<sup>2</sup>: Այդ իսկ պատճառով հեռուստատեսությունն օժտված է յուրաքանչյուր դիտողին կրթելու, իրազեկելու և զվարճացնելու զգալի ներուժով: Այն կարող է նոր նորմեր ներարկել իր լսարանին, հատկապես՝ երիտասարդությանը:

Իրանում հեռուստահաղորդումներն ընդունվում են երկու եղանակով՝ Իրանի Իսլամական Հանրապետության հեռարձակման ու պարսկերենով արբանյակային հեռուստալիքների պետական ծառայության (ԻԻՀՀ ու ՊԱՀՊԾ), ինչպես նաև պարսկերենով հեռարձակվող մասնավոր արբանյակային հեռուստալիքների (ՊՀՄԱՀ) միջոցով: Համաձայն Իրանի Իսլամական Հանրապետության սահմանադրության 175-րդ հոդվածի՝ միայն ԻԻՀՀ ու ՊԱՀՊԾ-ն ունեն Իրանի տարածքում հեռուստահաղորդումներ հեռարձակելու օրինական իրավունք: Մյուս հեռարձակողները, որոնք կազմում են ՊՀՄԱՀ-ը, իրավունք չունեն հեռարձակելու Իրանի տարածքում իրենց հաղորդումները, և նրանք ստիպված են անել դա ապօրինաբար՝ այլ երկրների տարածքից: Հետևաբար, չնայած Իրանի սահմանադրության 175-րդ հոդվածի, իրանցի ունկնդիրները գործ ունեն հեռարձակողների երկու տեսակի հետ, որոնցից մեկը՝ օրինական, իսկ մյուսը՝ ապօրինի եղանակով իրենց հաղորդումներն են մատուցում Իրանի ժողովրդին: Ուստի այդ երկու տեսակի հեռուստալիքների ծրագրերը, ըստ էության, ունեն հակառակ ուղղվածություն և կարող են ունկնդիրների մոտ միևնույն երևույթի վերաբերյալ տարբեր մոտեցումներ ու գնահատականներ ձևավորել:

Հասարակության տարբեր խմբերի շրջանում իրենց ազդեցության տիրույթն ընդլայնելու առումով հիշատակված երկու տեսակի հեռուստալիքների համար առաջնային նշանակություն է ստանում երիտասարդների՝ որպես հասարակության այն շերտի, ներգրավումը: Սույն հետազոտությունը կոչված է բացահայտելու, թե ինչպես է հնարավոր հեռուստատեսության միջոցով ձևավորել Իրանում երիտասարդության դիրքորոշումներն ու արժեքները, երկու տեսակի հեռուստալիքներից որն է ավելի շատ գրավում երիտասարդությանը, ինչու, և ինչպես:

### **Ատենախոսության տեսական հիմքերն ու մշակվածության աստիճանը:**

Ատենախոսության մեջ կիրառված տեսությունների առաջին համախումբը վերաբերում է ժամանակակից տեղեկատվահաղորդակցական միջոցների շարքում հեռուստատեսության առանձնահատկություններին, հեռուստատեսության ծածկույթին, լսարանին, կիրառվող միջոցներին, դրանց միջոցով ձեռքբերվող արդյունքներին: Այսօր տեղեկատվական ու հաղորդակցային ցանցերը ներազդում են ժամանակ-տարածություն

<sup>1</sup> Giddens, Anthony (2006), *Sociology*, 5<sup>th</sup> Edition; illustrated, Polity Press; 2006, p. 162

<sup>2</sup> Saroukhani, Bagher (2001). *Sociology of communications*, Press; Etefaat media organization, Tehran, Edition 17, p. 83

հեռավորությունների և հին բնականոն կարգերի վրա՝ ստեղծելով նոր տեսակի տեղեկատվական ու հաղորդակցային համակարգ<sup>3</sup>: Այդ համակարգում մարդիկ կիրառում են նոր տեխնոլոգիաներ, որպեսզի փոփոխությունների միջոցով ներդաշնակեցնեն հասարակությունները<sup>4</sup>: Այսօր ՋԼՄ-ները, հետևելով նոր տեխնոլոգիաների զարգացման ընթացքին, հագեցված են համակարգիչներով, հեռախոսներով, հեռուստացույցներով, բջջային կապով, տվյալների մշակման սարքերով, ռոբոտներով, արբանյակներով, համացանցով: Դրանց շարքում հեռուստատեսությունն ավելի մեծ հնարավորություններ ունի՝ ներազդելու հեռուստադիտողների վրա և մանիպուլյացնելու նրանց մտածելակերպը<sup>5</sup>: Հեռուստատեսությունն էականորեն ու հիմնովին տարբերվում է ՋԼՄ-ների այլ տեսակներից<sup>6</sup> և լայն զանգվածների համար իր հասանելիության ու մատչելիության շնորհիվ դարձել է «մեր հասարակության մշակութային գենքը»<sup>7</sup>:

Հեղինակների կարծիքով՝ տեխնոլոգիական զարգացման ներկայիս դարաշրջանում ընդհանուր առմամբ հասարակության համար հեռուստադիտումը հասել է բոլոր ժամանակների իր գագաթնակետին, քանի որ հեռուստատեսությունը մեր տրամադրության տակ է օրվա ցանկացած պահի: Առցանց հեռուստատեսության ներդրումը բազմապատկեց այն դիտելու մեր հնարավորությունները, և այժմ մենք ունենք ավելի լայն ընտրություն: Համակարգչային տեխնոլոգիաներն այս գործընթացը դարձնում են մատչելի, արագ ու դյուրին<sup>8</sup>:

Այս մոտեցումների շրջանակներում ուսումնասիրվում է.

- ՋԼՄ-ների գործառնությունն ու ազդեցությունը, որոնք ընկած են ՋԼՄ-ների ուղերձներն արդյունավետորեն հաղորդելու խնդիրների հիմքում,
- մշակույթը, որն առնչվում է նորմերին և արժեքներին, դրանց կիրառման և ամրապնդման/տարածման նպատակներն ու խնդիրները ՋԼՄ-ներում<sup>9</sup>:

Բացի այդ, ՋԼՄ-ների գործառնությունները քննարկվում են նաև մակրոմակարդակում: Այսպես, ՋԼՄ-ների և հեռուստատեսության մասին նոր-մարքսիստական խմբերի քննադատական մոտեցումներն ու մեկնաբանություններն սկսեցին առաջ քաշվել 1940-ականներից ի վեր: Այդ մոտեցումները ՋԼՄ-ները տեղադրում էին հասարակական կյանքի լայն համատեքստում՝ հաշվի առնելով դրա կառուցվածքը, արժեքները, ուղերձները, դասակարգային, սեռային, ռասայական

<sup>3</sup> Castells, Manuel (2001). *The Rise of the Network Society: The Information Age. Volume I*, translated by press; Tarhe Now, Aghilian & Kakbaz, p 16.

<sup>4</sup> Sadughi, Morad Ali. (2001), *Information Technology and National Power*, press; the office of international and political, Tehran, pp. 31, 54.

<sup>5</sup> Նոյն տեղում, էջ 54

<sup>6</sup> Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S. & Signorielli, N. (1978), *Cultural Indicators Violence Profile*, no. 9. *Journal of Communication*, 28(3), pp 176-207.

<sup>7</sup> Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986), *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*, In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on Media Effects*, Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. pp. 17, 40; Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980), *The Mainstreaming of America Violence Profile*, No. 11, *Journal of Communication*, 30:3, pp. 10-29.

<sup>8</sup> Williams, D. (2006), *Virtual Cultivation: Online Worlds, Offline Perceptions*. *Journal of Communication*, 56(1), pp. 69–87.

<sup>9</sup> St' u, օրինակ՝ Lull, James. (2000), *"Media, Communication, Culture: A Global Approach"*, University Press.

և այլ առանձնահատկությունները՝ Ֆրանկֆուրտյան դպրոցի դիրքորոշմանը համապատասխան: Հետևելով Հորքայմերի, Ադորնոյի և Նրանց գործընկերների բնորոշմանը՝ նրանք առևտրային (կոմերցիոն) հեռուստատեսությունը համարում էին «մշակույթի արդյունաբերություն»: Ֆրանկֆուրտյան դպրոցի և «մշակույթի արդյունաբերության» ներկայացուցիչների կարծիքով՝ ՉԼՄ-ների մշակույթի աճը ներառում է ֆիլմերը, երաժշտությունը, ռադիոն, հեռուստատեսությունը և զանգվածային մշակույթի այլ տեսակները: Նրանք նաև կարծում են, որ արտատրական հարաբերությունների կապիտալիստական համակարգի ներքո մշակույթի արդյունաբերականացումն ու առևտրայինացումն առավել վառ կերպով արտահայտվեց ԱՄՆ-ում: Միևնույն ժամանակ, այսօր տեղեկատվական քաղաքականությունը բոլոր զարգացած երկրներում պայմանավորված է քաղաքական և տնտեսական նպատակներով, և ՉԼՄ-ները /այդ թվում՝ հեռուստատեսությունը/ այդ նպատակների իրականացման գործիքարանի հիմնական միջոցներից է: Համապատասխանաբար, պետական և մասնավոր հեռուստաընկերությունների համագործակցությունը կամ հակադրվածությունն արտացոլում են տվյալ երկրում առկա շահերն ու դրանց դրսևորումները:

Ինտերակցիոնիստական մոտեցման համաձայն, ՉԼՄ-ներն օգտագործվում են՝ որոշելու և ուրվագծելու որոշակի իրավիճակի վերաբերյալ մեր պատկերացումները: Իրականության այսպիսի ընկալումը փոփոխվում է մեր առօրյա արժեքներին ու մշակույթին համընթաց: 1950-1960-ականների միջին ամերիկյան ընտանիքի բնութագիրը արմատապես տարբերվում էր այսօրվա պատկերից: ՉԼՄ-ների կողմից ընտանեկան կյանքի մատուցումը եղել է այն նշաձողը, որի հետ մարդիկ համեմատում են իրենց կյանքն ու հաջողությունները: ՉԼՄ-ները ծառայում են որպես երևույթների հասարակական ընդունման չափ՝ առաջարկելով խորհրդանիշներ, որոնք բացահայտում են այդ երևույթների համապատասխանությունը կամ անընդունելիությունը: Ինտերակցիոնիստական մոտեցումն ունի մի շարք ընդհանրություններ ֆունկցիոնալիստական մոտեցման հետ: Երկու տեսություններն էլ համամիտ են առ այն, որ ՉԼՄ-ները խորհրդանշում են կատարյալ հասարակություն, և անհատները ձգտում են հասնել դրա չափանիշներին: ՉԼՄ-ներով ցուցադրվող տոնախմբությունները, դրամաները, կենսագրությունները, դրանք ներկայացնող հերոսները՝ դերասանները, մարզիկները և այլք քարոզում են դերային մոդելներ, որոնք առաջ են մղում հագուստի, բրենդերի և վարքագծի տեսակներ՝ միաժամանակ խթանելով արժեքային ու բարոյական կողմնորոշումներ<sup>10</sup>:

**Հետազոտության օբյեկտը** իրանական երիտասարդության արժեքային կողմնորոշումն է, **առարկան**՝ հեռուստատեսության դերն իրանական երիտասարդների արժեհամակարգի ձևավորման և փոփոխման գործում:

#### **Հետազոտության նպատակը և խնդիրները:**

Սույն հետազոտության նպատակն է՝ պարզել ժամանակակից Իրանում հեռուստատեսային արտադրանքի վերաբերյալ երիտասարդության

---

<sup>10</sup> Տես, օրինակ՝ Fusun, A., Caglar, S. (2015). «The Impact of Symbolic Interactionism on Research Studies About Communication Science»// International Journal of Arts & Sciences, N 08(07), pp. 479–484; Lang, K., Engel Lang, G. (2009). «Mass Society, Mass Culture, and Mass Communication: The Meaning of Mass»// International Journal of Communication, N3, pp. 998–1024.

ընկալումներն ու այն սպառելու հետ կապված նախապատվությունները՝ երիտասարդների արժեքային կոնզմորոշումների համատեքստում:

Հետազոտության խնդիրներն են.

- պարզել իրանական երիտասարդության՝ հեռուստատեսություն դիտելու նախապատվությունները և դրանց պայմանավորվածությունը սոցիալական գործոններով,
- համեմատել երիտասարդության կողմից Իրանի Իսլամական Հանրապետության հեռարձակման ու պարսկերենով արբանյակային հեռուստաալիքների պետական ծառայության (ԻԻՀՀ ու ՊԱՀՊԾ), ինչպես նաև պարսկերենով հեռարձակվող մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքների (ՊՀՄԱՀ) արտադրության սպառման առանձնահատկությունները և դրդապատճառները,
- դուրս բերել իրանական երիտասարդության նախապատվությունները հեռուստահաղորդումների տարբեր ժանրերի, այդ թվում՝ գվարճալի, տեղեկատվական-քարոզչական, կրոնական հաղորդումների հանդեպ,
- դուրս բերել երիտասարդության դիրքորոշումները պետական և մասնավոր հեռուստաալիքներով ներկայացվող վարքային մոդելների, արժեքների վերաբերյալ, բացահայտել պահպանողական և նորարարական մոտեցումների վերաբերյալ երիտասարդների դիրքորոշումը,
- դուրս բերել ավանդականի և նորարարականի վերաբերյալ երիտասարդ հեռուստադիտողների ընկալումները՝ ազգային ծեսերին հետևելու, կրոնական բնույթի հաղորդումներ սպառելու և դրանց հետևելու համատեքստում,
- պարզել երիտասարդ իրանցիների՝ հեռուստահերոսներին ընտրելու և իրենց հանդեպ նախասիրություններ ձևավորելու առանձնահատկությունները,
- պարզել այս կամ այն ժանրի հեռուստահաղորդումների (հեռուստատեսային շոուներ, համերգներ, լրատվական հաղորդումներ, իրանական և արտասահմանյան արտադրության ֆիլմեր, և այլն) ազդեցությունը երիտասարդների մասնակցությամբ միջտերևային կոնֆլիկտների ծագման վրա,
- բացահայտել կապը երիտասարդների կողմից պետական և մասնավոր հեռուստաալիքների դիտման, մի կողմից, և արտագաղթի դրդապատճառներ ունենալու միջև,
- մշակել առաջարկություններ՝ պետական հեռուստատեսության մրցունակության բարձրացման և դրանով պետական տեղեկատվական քաղաքականության հասցեականության բարելավման ուղղությամբ:

#### **Հետազոտության մեթոդաբանությունը:**

Հետազոտության մեթոդները տարբեր եղանակների, հնարքների, մոտեցումների ամբողջություն են, որոնք հետազոտողն օգտագործում է որոշակի երևույթ ուսումնասիրելու համար: Դրանք գիտականորեն հիմնավորված են և արժեքային առումով՝ չեզոք:

Ատենախոսության մեջ ընդհանուր-գիտական մեթոդներից կիրառվել են վերլուծության և ընդհանրացման, համեմատության մեթոդները:

Ատենախոսության մեջ հատուկ գիտական մեթոդներից կիրառվել է գանգվածային սոցիոլոգիական հարցման մեթոդը, փորձագիտական հարցման

մեթոդը, ինչպես նաև վիճակագրական տվյալների հավաքագրումն ու վերլուծությունը:

Սույն հետազոտության ընթացքում կիրառվել են ինչպես որակական, այնպես էլ քանակական մեթոդները՝ ներառյալ հավաքված տվյալների գանգվածի ամփոփումը և տվյալների ներկայացումը<sup>11</sup>: Սոցիոլոգիական հարցումները հետազոտության կարևոր բաղկացուցիչներից են, որոնց ընթացքում հարցերին տրված պատասխանների վերլուծությունից կարևոր տեղեկույթ է ստացվում հետազոտության առարկայի վերաբերյալ: Պատշաճորեն կառուցված ու համապատասխան կերպով կիրառվող հարցաթերթերը և հարցաշարերը դառնում են այն առանցքային գործիքը, որի օգնությամբ հնարավոր է դատողություններ կառուցել որոշակի մարդկանց, խմբերի կամ ամբողջ բնակչության վերաբերյալ:

Սույն հետազոտության մեջ մեր հարցաթերթերը բաղկացած են եղել բաց և փակ տեսակի հարցերից, որոնք, ըստ պարունակվող տվյալների ձևի, դասակարգվում են նաև՝ ոչ ֆորմալ ու հատուկ խմբերի: Ոչ ֆորմալ տվյալների վերաբերյալ հարցերը շոշափում են անհատի սեռը, տարիքը, ամուսնական կարգավիճակը, զբաղմունքը, կրթությունը, բնակավայրը, համատեղ ապրողներին, կրոնը ևն: Հատուկ տվյալներին վերաբերող հարցերը շոշափում են վեց ոլորտ, ներառյալ՝ հեռուստացույց դիտելու նախասիրությունները, հեռուստատեսությունն ու համացանցը, հեռուստատեսությունն ու արտագաղթը, հեռուստատեսային հերոսներն ու անձնական իդեալները, հեռուստատեսությունը և ազգային ավանդական ծեսերը:

Հարցաթերթերը տարածվել են Իրանի երեսուն նահանգների երիտասարդության շրջանում: Ընտրանքը լրացվելուց և հավաքելուց հետո, այդ հարցաշարերը դասակարգվել և մշակվել են՝ համակարգիչ ներմուծելու և հետազայում դրանցում պարունակվող տվյալներն ու տեղեկույթը վերլուծելու նպատակով:

Սույն հետազոտության ընթացքում ստացված քանակական տվյալները վերլուծվել են դրա համար նախատեսված վիճակագրական ծրագրային փաթեթի միջոցով (SPSS): Ատենախոսական վարկածների հիմնավորվածությունն ստուգելու նպատակով մի շարք վիճակագրական հետևություններ են կատարվում, որոնց միջոցով պարզվում են կարևոր փոփոխականները:

Որակական մեթոդներից կիրառվել է փորձագիտական հարցազրույցների մեթոդը, որի օգնությամբ նպատակ է դրվել ստուգել և գնահատել երիտասարդների հետ իրականացված հարցումների արդյունքները, դուրս բերել պատճառահետևանքային կապերը, դիտարկել ուսումնասիրվող երևույթներն ավելի լայն համատեքստում, ինչպես նաև փորձաքննել ատենախոսության մեջ բացահայտված հիմնախնդիրների առաջարկվող լուծումները:

Բացի նշված մեթոդներից՝ ատենախոսության մեջ կիրառվել է վիճակագրական տվյալների վերլուծություն:

### **Հետազոտության գիտական նորույթ:**

1. Իրանանագվել է իրանական սոցիոլոգիայի տիրույթում չմշակված և արդիական հիմնախնդրի ուսումնասիրություն և արդյունքների քննադատական վերլուծություն, դուրս են բերվել Իրանում պետական և մասնավոր հեռուստա-ընկերությունների արտադրանքի սպառման որոշ օրինաչափություններ և

---

<sup>11</sup> Miles M, Huberman A. (1994), Qualitative Data Analysis. Thousand Oaks, Sage



գանգվածային հաղորդակցությունների սոցիոլոգիայի տիրույթում գրանցվել են կարևոր օրինաչափություններ:

2. Դուրս են բերվել իրանական երիտասարդության կողմից հեռուստահաղորդումների (հեռուստաալիքներ, ժանրեր) սպառման առանձնահատկությունները՝ կախված երիտասարդների սեռից, բնակության վայրից, կրթական մակարդակից և զբաղվածությունից:

3. Բազահայտվել և հիմնավորվել է, որ իրանական երիտասարդության շրջանում ավելի նախընտրելի են Իրանում արգելված, պարսկերենով հեռարձակվող մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքների (ՊՎՄԱՀ), քան՝ Իրանի Իսլամական Հանրապետության հեռարձակման ու պարսկերենով արբանյակային հեռուստաալիքների պետական ծառայության (ԻԻՀՀ ու ՊԱՀՊՇ) հեռուստահաղորդումները:

4. Դուրս են բերվել երիտասարդների կողմից ՊՎՄԱՀ հեռուստահաղորդումները նախընտրելու պատճառները: Մասնավորապես, պարզվել է, որ ՊՎՄԱՀ հեռուստահաղորդումները նախընտրելի են Իրանի Իսլամական Հանրապետության հեռարձակման ու պարսկերենով արբանյակային հեռուստաալիքների պետական ծառայության (ԻԻՀՀ ու ՊԱՀՊՇ) հեռուստահաղորդումների համեմատ իրենց օբյեկտիվ-քննադատական վերաբերմունքով, ժանրերի բազմազանությամբ, գլխարձալի հաղորդումների թվաքանակով, արտասահմանյան արտադրության հաղորդումներով, արևմտյան հասարակությունների կենսակերպի ցուցադրությամբ:

5. Գլորալ (մասնավորապես՝ արևմտյան) հեռուստատեսային արտադրանքի՝ Իրանում մատչելիության խիստ սահմանափակվածության պայմանների հաշվարկմամբ դուրս են բերվել տեղեկատվական գլոբալացման ազդեցության միտումները իրանական երիտասարդության վրա:

6. Բազահայտվել է երիտասարդների վերաբերմունքը կրոնական բնույթի հեռուստատեսային հաղորդումների, հեռուստատեսությամբ հեռարձակվող ավանդական ծեսերի վերաբերյալ: Միևնույն ժամանակ, պարզվել է արևմտյան արտադրության, մասնավորապես՝ ժամանցային բնույթի հեռուստահաղորդումների և դրանցում զուգադրվող կենսակերպի և վարքային մոդելների վերաբերյալ իրանական երիտասարդության վերաբերմունքը:

7. Դուրս են բերվել իրանական երիտասարդության համար նախապատվելի հեռուստահերոսներն ու նրանց նմանվելու, նրանց վարքը կրկնօրինակելու երիտասարդների նախընտրությունները:

8. Դուրս են բերվել իրանական երիտասարդների՝ զուգրնկերոջ հանդեպ ներկայագվող և փոխակերպվող պահանջները, որոնք բխում են հեռուստատեսությամբ զուգադրվող կերպարների փոխակերպումից: Հեռուստապլուսեներով պայմանավորված նման փոխակերպումներ են գրանցվել նաև ամուսնական ծեսի հանդեպ նախընտրությունների փոփոխությունների հարգում:

9. Դուրս են բերվել միջսերնդային կոնֆլիկտների այն պատճառները, որոնք պայմանավորված են երիտասարդների՝ մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքների (ՊՎՄԱՀ) հաղորդումների դիտմամբ:

10. Դուրս է բերվել փոխադարձ կապը երիտասարդների կողմից արևմտյան արտադրության հեռուստահաղորդումների դիտման, և Իրանից արտագաղթելու ցանկության հետ:

### **Ատենախոսության տեսական և գործնական նշանակությունը:**

Ատենախոսության արդյունքները կարող են օգտագործվել որպես տեսական հիմք հաղորդակցությունների և ՁԼՄ սոցիոլոգիայի տեսության զարգացման համար՝ հաշվի առնելով իրանական հասարակության ուսումնասիրության արդյունքում բացահայտված սոցիալական փաստերը:

Իրանի Իսլամական Հարապետության համապատասխան գերատեսչությունների պաշտոնյաները կարող են օգտագործել սույն հետազոտությունը՝ հեռուստաալիքների ընտրության և դիտման հետ կապված երիտասարդության հիմնախնդիրներն ու տեսակետները հասկանալու, ՁԼՄ-ների ոլորտում տեղեկատվական քաղաքականության մշակման և բարեփոխման նպատակով: Հետազոտությունն օգնում է ավելի համարժեքորեն ընկալել և գնահատել Իրանի երիտասարդության կողմից հեռուստատեսությանը ներկայացվող պահանջները, երիտասարդության սոցիալական կարիքները, երիտասարդներին մտահոգող հարցերն ու դրանով պայմանավորված՝ ՁԼՄ-ների սպառման առանձնահատկությունները: Հետազոտությունն օգնում է հասկանալ նաև իրանական հասարակության մեջ բարեփոխումների իրականացման անհրաժեշտ ուղղությունները, որոնք կնպաստեն բնակչությանը և, մասնավորապես, երիտասարդներին հուզող հարցերի կարգավորմանը, պետություն-հասարակություն հարաբերությունների արդյունավետության բարձրացմանը:

Բացի այդ, սույն ուսումնասիրությունը կարող է նպաստել Իրանի Իսլամական Հանրապետության պետական հեռուստատեսության, այն է՝ հեռարձակման ու պարսկերենով արբանյակային հեռուստաալիքների պետական ծառայության (ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ) գործունեության բարելավմանը՝ որպես պետության կողմից իրականացվող տեղեկատվական քաղաքականության կարևոր սուբյեկտի: Պետական հեռուստաալիքներով հեռարձակվող տեղեկատվության մրցունակությունն ու համապատասխանությունը երիտասարդների սպասումներին կարող է նպաստել պետության կողմից հասարակական կարծիքի և տրամադրությունների արդյունավետ հաշվարկմանն ու վերահսկմանը:

### **Ատենախոսության փորձաքննությունը:**

Ատենախոսությունը քննարկվել է Երևանի պետական համալսարանի սոցիոլոգիայի ֆակուլտետի կիրառական սոցիոլոգիայի ամբիոնի 12.12.2017թ. թիվ 7 նիստում: Ատենախոսության առանձին մասեր ներկայացվել են հեղինակի կողմից հրատարակված 8 գիտական աշխատանքներում:

**Ատենախոսության կառուցվածքը և ծավալը.** Ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երկու գլուխներից՝ ենթագլուխներով, եզրակացությունից, գրականության ցանկից և հավելվածներից: Ատենախոսության ընդհանուր ծավալն է 126 էջ:

## ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՌՈՏ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

**Ներածության մեջ** հիմնավորվում է թեմայի արդիականությունը, սահմանվում են օբյեկտը, առարկան, նպատակներն ու խնդիրները, ինչպես նաև ներկայացվում է ատենախոսության գիտական նորույթը, մեթոդաբանությունը, դրա տեսական և կիրառական նշանակությունն ու հիմնախնդրի գիտական մշակվածության աստիճանը:

**Առաջին՝ Հեռուստատեսության ազդեցության մեխանիզմները հաղորդակցությունների և ՋԼՄ սոցիոլոգիայի տեսական տիրույթում** խորագրով գլխում անդրադարձ է կատարվում ՋԼՄ և հաղորդակցությունների սոցիոլոգիայի տեսական մոտեցումներին, որոնց շրջանակներում իրականացվել է ատենախոսական աշխատանքը: Այս գլխում քննարկվում են ժամանակակից արևմտյան և իրանական այն տեսություններն ու մոտեցումները, որոնք նկարագրում և բացատրում են ժամանակակից գլոբալ հաղորդակցական գործընթացների փոխակերպումները, ժամանակակից ՋԼՄ-ի և համացանցային տեխնոլոգիաների զարգացման միտումները և ազդեցությունը հասարակական կարծիքի ձևավորման վրա:

**Հեռուստատեսության սոցիալական դերը և ազդեցության մեխանիզմները. քննադատական մոտեցումներ** ենթազույգը նվիրված է Ձանգվածային լրատվական միջոցների էվոլյուցիային և դրանում հեռուստատեսության հատուկ դերին և գործառույթներին: Այս ենթազույգում հիմնականում վերլուծվում են հաղորդակցությունների և ՋԼՄ սոցիոլոգիայի ժամանակակից արևմտյան տեսություններ, որոնք օգնում են հասկանալ զանգվածային հաղորդակցությունների օրինաչափությունները, ՋԼՄ-հասարակական կարծիք փոխազդեցության մեխանիզմները, ՋԼՄ-ի ազդեցության հետևանքով հասարակական կարծիքի փոփոխությունները, այդ թվում՝ վարքային մոդելների և արժեքային կողմնորոշումների ձևավորման և փոխակերպման մակարդակում:

Այս ենթազույգում քննարկվում են մի շարք արևմտյան հեղինակների, այդ թվում՝ Հ. Լաուելի, Դ. Լեռների, Է. Նոել-Նոյմանի, Է. Գիդենսի, Ա. Բանդուրայի, Է. Էրիքսոնի, Տ. Ադորնոյի, Մ. Հորքհայմերի, Հ. Մարկուզեի, Ն. Չոմսկու, Ժ. Բորդիյարի, Ռ. Գրոսի և այլոց տեսական մոտեցումներ, որոնցում հեղինակներն անդրադարձել են զանգվածային հաղորդակցությունների և ՋԼՄ ազդեցությունների օրինաչափություններին:

**Հեռուստատեսության ժամանակակից դերի և սոցիալական ազդեցության հիմնախնդիրը իրանական տեսաբանների մոտեցումներում** ենթազույգում քննարկվում են իրանական տեսաբանների ներդրումը և մոտեցումները զանգվածային հաղորդակցությունների և ՋԼՄ ազդեցության ուսումնասիրությունների ոլորտում: Նշվում է, որ այդ մոտեցումները հիմնականում ձևավորվել և զարգացել են արևմտյան հեղինակների ուղղակի և անուղղակի ազդեցության արդյունքում: Միևնույն ժամանակ, քննարկվող մոտեցումների առավելություններից են իրանական հասարակության մեջ դրանց փորձաքննությունն ու անդրադարձը հենց իրանական հասարակության հիմնահարցերին: Այսպես, այս ենթազույգում քննարկվել են իրանական մի շարք հեղինակների, այդ թվում՝ Ա. Դարաեի, Ֆ. Ալիխանի, Մ. Ամինի, Ն. Սալահի, Ա. Ռաֆիի, Մ. Նազարեի, Ֆ. Ահմադիի, Մ. Մաշայեթի, Ա. Սաֆիրիի, Մ. Մեհրդադի, Ա. Քարամի և այլոց աշխատությունները: Միևնույն ժամանակ, այս և այլ

աշխատությունների թերություններից են ժամանակավրեպ լինելը, կամ ատենախոսության բուն հիմնախնդրին չհանդրադառնալը:

**Իրանի երիտասարդության արժեքային կողմնորոշումների ձեկավորման գործընթացը հեռուստատեսային նախասիրությունների համատեքստում** գլխում ներկայացվում է հետազոտության ծրագիրը, այդ թվում շարադրվում են հետազոտության նպատակը և խնդիրները, տրվում է կիրառվող որակական և քանակական մեթոդների ընտրանքի հիմնավորումը և թիրախավորումը, ներկայացվում է ստացված դաշտային հետազոտության արդյունքների վերլուծությունը: Հետազոտության ընթացքում իրականացված հարցաթերթային հարցման համար ընտրված բազմությունը ներառում է Իրանի երիտասարդությանը: Հետազոտությունն անցկացվել է 2014-2015թթ-ին Իրանի 30 նահանգներում: Համաձայն Իրանի վիճակագրական կենտրոնի հրապարակած տվյալների՝ 2014-2015 թվականներին 18-35 տարեկան երիտասարդների թիվը կազմել է 33.734.800 հոգի:

Ընտրանքային համախմբության ծավալը որոշվել է հետևյալ բանաձևով.

$$n = \frac{k_{\alpha}^2 \sigma_{\max}^2 N}{\Delta^2 N + k_{\alpha}^2 \sigma_{\max}^2} \quad \text{Որտեղ՝ } N=33.734.800 - \text{գլխավոր համախմբության ծավալը}$$

$$k_{\alpha} = 1,96 \quad - \text{վստահելիության գործակիցը}$$

$$\Delta = 0.03 - 3 \% - \text{սահմանային սխալի մեծությունը}$$

$$\sigma_{\max}^2 = 0,25 \quad - \text{միջին քառակուսային շեղումը}$$

Այսպիսով, ընտրանքի չափը կլինի  $n \approx 1068$ , և սույն հետազոտության համար ընտրվել է 1068 հոգի:

Այնուհետև իրականացվել է գլխավոր համախմբության շերտավորում շերտավորման հատկանիշ է հանդիսացել նահանգը: Ընտրանքային համախմբությունը հաշվարկվել է հետևյալ կերպ.

$$n_i = (N_i/N) * n,$$

որտեղ՝

N-ը - 2014-2015թթ. Իրանի երիտասարդների թվաքանակն է Իրանի

վիճակագրական կենտրոնի համաձայն,

N<sub>i</sub>-ն - 2014-2015թթ. յուրաքանչյուր նահանգի երիտասարդների թվաքանակն է,

n<sub>i</sub>-ն - i-րդ շերտի ծավալը ընտրանքում,

n-ը - ընտրանքի ծավալը:

Հետագայում սույն հետազոտության ընթացքում տվյալները վերլուծվել են հասարակական գիտությունների համար նախատեսված վիճակագրական ծրագրերի փաթեթի (<ԳԿՓ - SPSS, Statistical Package for Social Sciences) միջոցով<sup>12</sup>:

Փորձագիտական հարցումն իրականացվել է այդ նպատակով պատրաստված հարցաշարի օգնությամբ: Փորձագիտական հարցման նպատակն էր՝ ստուգել զանգվածային հարցման արդյունքում ստացված տվյալները, դուրս բերել բացահայտված երևույթների և հիմնախնդիրների

<sup>12</sup> Miles M., Huberman A. (1994). Qualitative Data Analysis. Thousand Oaks, Sage, 338 p.

պատճառները, հասկանալ այդ երևույթների միջև պատճառահետևանքային կապերն ընդհանուր, ավելի լայն գործընթացների համատեքստում: Բացի այդ, փորձագիտական հարցումը ծառայել է նաև ատենախոսության մեջ մշակված առաջարկությունների հիմնավորվածության, նպատակայնության գնահատմանը: Ատենախոսական հետազոտության շրջանակներում իրականացվել է 10 փորձագիտական հարցազրույց Իրանի Իսլամական Հանրապետության՝ երիտասարդության քաղաքականության և ՀԼՄ ոլորտներում ներգրավված մասնագետների, այդ թվում՝ քաղաքական ծառայողների, լրագրողների, գիտնականների, դասախոսների հետ: Փորձագիտական հարցազրույցների արդյունքներն ամփոփվել և ներկայացվել են զանգվածային հարցումների արդյունքների հետ՝ մեկնաբանման տեսքով:

**Հետազոտության արդյունքների վերլուծությունը. ֆորմալ տվյալներ** ենթազվում ներկայացվում են քանակական հարցման մասնակիցների ֆորմալ տվյալները, այդ թվում՝ սեռը, տարիքը, կրթական մակարդակը, բնակավայրը, ընտանեկան կարգավիճակը և զբաղվածությունը: Այսպես. հետազոտության մասնակիցների 43%-ը իգական, իսկ 57%-ը՝ արական սեռի երիտասարդներ են, որոնցից 62%-ը՝ 18-25 տարեկան է, իսկ 38%-ը՝ 26-35 տարեկան: Հարցված երիտասարդների 88%-ն ամուրի են և միայն 12%-ը՝ ամուսնացած: Կրթական մակարդակի առումով հարցվածների 52%-ն ունեն բակալավրի, 27%-ը՝ մագիստրոսի աստիճան, 12.4%-ը՝ կրտսեր քոլեջի դիպլոմ և 7%-ը հաճախում են դպրոց: Հարցված երիտասարդների 66.39%-ը բնակվում է քաղաքներում, իսկ 33.61%-ը՝ գյուղերում: Երիտասարդության ընտանեկան կարգավիճակի մասին տվյալները ցույց են տալիս, որ նրանց 52%-ն ապրում են իրենց ծնողների հետ, 8.3%-ը՝ տիկնոջ/ամուսնու հետ և 34.8%-ը՝ մենակ/առանձին: Երիտասարդների ամսական եկամտի (իրանական դիպլոմ արտահայտված) վերաբերյալ հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ մոտ 78%-ն ստանում է ամսական 1-3 մլն դիալ (39-117 ԱՄՆ դոլար), 17%-ը՝ 3-6 մլն դիալ (117-235 ԱՄՆ դոլար), 4.6%-ը՝ 6-8 մլն դիալ (235-313 ԱՄՆ դոլար) և 0.3%-ը՝ 8-10 մլն դիալ (313-391 ԱՄՆ դոլար)<sup>13</sup>:

Ցածր եկամտի և աշխատանքի բացակայության հիմնախնդիրները հիմք են՝ Իրանի երիտասարդության նախապատվությունների, հետաքրքրությունների և մտավախությունների բացատրման համար: Ինչպես Իրանի հանդեպ ԱՄՆ ֆինանսատնտեսական պատժամիջոցների իրականացման ընթացքում, այնպես էլ դրանից հետո Իրանում բնակիչների սոցիալական մակարդակն էլ ապես նվազել է, ինչը շատ է հարվածել երիտասարդների կենսամակարդակին: Հարցված բոլոր փորձագետները նշել են, որ իրանական երիտասարդներին անհանգստացնող հիմնական խնդիրը աշխատանք գտնելն է և եկամուտ ունենալը, որից արդեն կախված է երկրորդ կարևորագույն խնդիրը՝ տուն,

---

<sup>13</sup> Իրանի կենտրոնական բանկի համաձայն՝ **1 ԱՄՆ դոլարի** փոխարժեքը 25.05.2014 դրությամբ կազմում է **25566 իրանական դիալ**: Տե՛ս [www.cbi.ir/ExRate/rates\\_en.aspx](http://www.cbi.ir/ExRate/rates_en.aspx) (դիտվել է 25.05.2014թ.): Պետք է նշել, որ Իրանի երիտասարդության ցածր աշխատավարձերը պայմանավորված են ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում և դրանից հետո Իրանի հանդեպ միջազգային /այդ թվում՝ ԱՄՆ կողմից/ իրականացվող տնտեսական պատժամիջոցներով և դրանց հետևանքներով: Բացի այդ, Իրանում օրենքով արգելված են տնտեսական գործարքներ արտարժույթով /այդ թվում՝ ԱՄՆ դոլարով/, և արտարժույթը ռեալի հանդեպ սահմանվում է ներքին կարգով՝ առանց հաշվի առնելու արտաքին շուկայական գները:

բնակարան ձեռքբերելը: Որպես գերակայություն՝ փորձագետները նշել են նաև կրթություն ստանալը, որը նույնպես դժվարացել է ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի հետևանքով:

Բնութագրելով ժամանակակից իրանական երիտասարդության կենսաճճը՝ փորձագետները նշել են, որ նախկինում ամուսնությունն ու ընտանիքի կազմումը եղել է երիտասարդի գերակայություններից մեկը, սակայն ժամանակակից պայմաններում այն երկրորդ պլան մղելու միտում է նկատվում, մեծանում է ամուսնացողների տարիքային շեմը, ընտանիք կազմելը հետաձգվում է:

Ըստ փորձագետների՝ ֆինանսական ճգնաժամի պատճառով փոխվել է երիտասարդների կենսաճճը և, աշխատանքի ու կարևոր այլ հիմնահարցերի լուծման դժվարացումը դրդել է երիտասարդներին ավելի ակտիվորեն տրվել զվարճություններին, ժամանցին, այդ թվում՝ լցնել առաջացած ազատ ժամանակը ՋԼՄ և համացանցի ավելի ակտիվ և տևական սպառմամբ: Փաստորեն, ըստ հարցված փորձագետների, իրանական երիտասարդության կողմից ՋԼՄ-ի ակտիվ սպառման ծավալները նաև սոցիալ-տնտեսական ճգնաժամի, գործազրկության և այլ կարևոր խնդիրների հետաձգված լուծման հետևանք են:

**Հեռուստաալիքների և տարբեր ժանրերի հեռուստահաղորդումների դիտելու նախընտրությունները** ենթազայնում ներկայացված է ուսումնասիրության արդյունքում ստացված՝ Իրանի երիտասարդության կողմից հեռուստահաղորդումների դիտման վերաբերյալ նախընտրությունների պատկերը: Այսպես. երիտասարդության 47.84%-ը նախընտրում է հեռուստացույց դիտել ցանկացած ժամի, 26.49%-ը՝ հիմնականում ուշ երեկոյան-գիշերը, 16.47%-ը՝ կեսօրից հետո և 9.17%-ը՝ առավոտյան: Իրանի երիտասարդների 52.7%-ը նախընտրում է դիտել ՊԿՄԱՀ, 29.5%-ը՝ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ և 17.8%-ը՝ հավասարապես դիտում են երկուսն էլ: Ուստի պարսկերենով հեռարձակվող մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքներ դիտում է իրանական երիտասարդության մեծամասնությունը՝ 72.5%-ը (որոնցից 43%-ը տղաներ են, 29.5%-ը՝ աղջիկներ): ՊԿՄԱՀ հաղորդումները հիմնականում նշվել են որպես ավելի որակյալ և ժամանակակից:

Այդ ալիքների գերակայությունը պետական՝ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի հանդեպ է՛լ ավելի բարձր կլինեն, եթե, ըստ փորձագետների, ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ով չհեռարձակվեին երկու ֆուտբոլային ծրագրեր, որոնք ակտիվորեն դիտում են երիտասարդ տղաները: Հեռուստատեսության սպառման և երիտասարդների բնակավայրի միջև կապը պարզելու արդյունքում եկանք այն եզրակացության, որ Թեհրանի երիտասարդությունն առանձնանում է ՊԿՄԱՀ հեռուստաալիքների ակտիվ սպառմամբ, մինչդեռ գյուղական բնակչությունը գրեթե հավասարապես սպառում է և ՊԿՄԱՀ, և ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ հեռուստաալիքները: Պարզվել է նաև, որ ՊԿՄԱՀ ալիքները նախընտրում են դիտել հիմնականում չամուսնացած, աշխատող, արական սեռի երիտասարդներ:

Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ իրանական երիտասարդության կեսից ավելին նախընտրում է զվարճալի հեռուստահաղորդումներ (56,88 %), մինչդեռ մյուս կեսը նախընտրում է հեռուստատեսության միջոցով տեղեկատվություն ստանալ և սովորել (լրատվական և ճանաչողական բնույթի հաղորդումներ): Հետաքրքիր է նկատել, որ կրոնական ծիսակատարություններ դիտելը իրանական երիտասարդության մոտ պոպուլյար չէ (որպես առաջնային նախընտրելիություն նշել է հարցվածների ընդամենը 6.74%):

Ինչպես այս երևույթի վերաբերյալ նշում են փորձագետները, իրանական երիտասարդության մեծ մասն այսօր նախընտրում է զվարճալի հեռուստածրագրեր: Միևնույն ժամանակ, եթե, փորձագետների կարծիքով, լրատվական հաղորդումները հիմնականում հետաքրքիր են երիտասարդ տղաների համար, ապա աղջիկներն ավելի շատ զուգակցում են զվարճալի հաղորդումների դիտումն ուսուցողական ծրագրերի հետ, այդ թվում՝ խոհարարական արվեստի, կարուճկի, առողջության մասին:

**Հեռուստահաղորդումները, արժեքներն ու միջսերնդային կոնֆլիկտները** ենթազվառում ներկայացված են հետազոտության արդյունքներն առ այն, որ ՊՀՄԱՀ-ը դրական լույսի ներքո է ներկայացնում արևմտյան կենսակերպը: Ըստ հարցման արդյունքների, ՊՀՄԱՀ-ն խթանում է արևմտյան կենսակերպը ֆիլմերի (75%), քաղաքական հաղորդումների (20%) և նորությունների թողարկումների (5%) միջոցով: Մինչդեռ, ըստ ստացված արդյունքների, ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի հաղորդումների 87%-ը գովաբանում ու խթանում է իրանական մշակույթը: Այդ մոտեցումը մեծամասամբ (85%) արտահայտված է նորությունների թողարկումներում, քաղաքական ու կրոնական հաղորդումներում, ֆիլմերում և կինոհաղորդումներում, իսկ մնացած 15%-ը դրական լուսաբանումը բաժին է ընկած ռեպորտաժներին ու հարցազրույցներին հայտնի գործիչների հետ:

Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ն գովազդում է երիտասարդների իրանական ոճի կենսակերպը, մինչդեռ ՊՀՄԱՀ-ը նրանց արևմտյան ոճ է ցուցադրում: Բացի այդ, ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ն, քաղաքական ու կրոնական հաղորդումների, նորությունների թողարկումների և ֆիլմերի միջոցով քննադատում է արևմտյան ոճի ժամանակակից կենսակերպը: Սակայն, ինչպես տեսանք, երիտասարդությունն ավելի հակված է դիտել ՊՀՄԱՀ-ի հաղորդումները, քան ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-նը:

Երիտասարդության 87%-ը կարծում է, որ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ն խրատում է իր հանդիսատեսին ապրել Իրանում և այնպես, ինչպես քարոզվում է պետության կողմից, մինչդեռ երիտասարդների 79%-ը ցանկանում են Իրանում ապրել արդիական, ժամանակակից միտումներին համապատասխանող կենսակերպով: Ուստի, ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ն ընդդիմանում է երիտասարդների իղձերին, հետևաբար՝ ՊՀՄԱՀ-ի հեռուստահաղորդումներն ավելի մեծ ժողովրդայնություն են վայելում:

Այս միտումները նաև երբեմն միջսերնդային կոնֆլիկտների առիթ է պատճառ են դառնում: Մենք փորձեցինք պարզել, թե ըստ երիտասարդների՝ որ տիպի հաղորդումներն են սովորաբար ավագ սերնդի ներկայացուցիչների հետ կոնֆլիկտներ և վիճաբանություններ ստեղծում: Ըստ ստացված արդյունքների՝ դա առաջին հերթին ժամանցային հաղորդումներն են (շրուներ, համերգներ, նորածնություն, մուլտֆիլմեր, արտասահմանյան կամ իրանական ֆիլմեր, մարզական հաղորդումներ) և ապա տեղեկատվական հաղորդումներ (քաղաքական, նորություններ, մշակութային, պատմական, բնության մասին հաղորդումներ):

Հարցված փորձագետների մի մասի կարծիքով՝ ՊՀՄԱՀ դիտող երիտասարդների մոտ կանխատեսելի է արժեքավարքային համակարգի փոփոխություն՝ արդիականացման ուղղությամբ, ինչը կարելի է դրական համարել: Այսպես, ժամանակակից հեռուստածրագրեր դիտելու շնորհիվ իրանական

երիտասարդությունը ճանաչում է աշխարհը, ավելի քաջատեղյակ է դառնում նոր տեխնոլոգիաներին, ավելի լայն և ազատ է մտածում:

Միևնույն ժամանակ, իրանական երիտասարդների կողմից իրենց նախասիրելի արևմտյան հեռուստահերոսների արտաքինի և վարքի ուղղակի կրկնօրինակումը արժեքային կողմնորոշումների փոփոխության վրա գրեթե չի անդրադառնա: Միևնույն ժամանակ, արևմտյան հեռուստահերոսների պես հագնվելը, իրենց պես խոսելը, մեծահասակների հետ կոնֆլիկտների հիմնական պատճառն են:

**Հեռուստատեսությունը և երիտասարդների կողմից համացանցի սպառման առանձնահատկությունները** ենթազվյալում նշվում է, որ Իրանի երիտասարդության՝ մոտ 70%-ը օգտվում է համացանցից գրեթե ամեն օր, 12.35%-ը այն օգտագործում է շաբաթական մեկ անգամից ավել, սակայն ոչ ամեն օր, 10.48%-ը դրանից օգտվում է անկանոն կերպով, 3.55%-ը՝ ամիսը մեկ անգամ և 3.37%-ը՝ շաբաթական մեկ անգամ:

Համացանցից օգտատերերի 66.38%-ը քաղաքաբնակներ են, իսկ 33.62%-ը՝ գյուղաբնակներ: Երիտասարդների 88.3%-ը նախընտրում է օգտվել համացանցից էլ. փոստից օգտվելու նպատակով, 73.1%-ն այցելում է համացանց ժամանցի նպատակով, 64.3%-ը նախընտրում է օգտվել որոնողական ծրագրերից, 61.2%-ը՝ սոցիալական ցանցերից, 53.4%-ը՝ այլ նպատակներով:

Առցանց տարբերակով ՊՀՄԱՀ դիտելը գերակայում է նույն եղանակով ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի հաղորդումների սպառմանը: Սա կարելի է բացատրել նրանով, որ ՊՀՄԱՀ դիտելը հեռուստացույցով հաճախ տեղի է ունենում ընտանիքում կամ հանրային վայրում՝ հեռուստացույցի համատեղ դիտմամբ, ինչը կարող է ստեղծել արդեն քննարկված միջսերնդային կոնֆլիկտներ ավանդական և արդիական արժեքների շուրջ, որից խուսափելու համար երիտասարդները նախընտրում են օգտագործել անձնական համակարգիչն ու ՊՀՄԱՀ հաղորդումները դիտել մեկուսի: Միևնույն ժամանակ, ավանդական արժեքները քարոզող պետական հեռուստաընկերությունները ի դեմս ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի կարող են դիտվել ընտանիքում և հանրային վայրերում՝ ի ցույց պետական քարոզչության հետ համաձայնությանն ու միասնական ընկալումների արտահայտմանը:

**Հեռուստահերոսներն ու երիտասարդների իդեալները** ենթազվյալում նշվում է, որ հարցված երիտասարդության 95.5%-ն ունի հեռուստահերոս և միայն 4.5%-ը՝ ոչ: Բացի այդ, երիտասարդների 38.6%-ը ցանկանում է նմանվել հեռուստատեսությամբ ներկայացվող ֆիլմերի, համերգների կամ բեմականացումների հերոսներին, 35.9%-ը կցանկանար նմանվել իրենց սիրած մարզիկներին, 16.5%-ը՝ հասարակական-մշակութային կերպարներին, 5.8%-ը՝ քաղաքական գործիչներին և 1.6%-ը՝ այլոց: Այս առումով, երիտասարդների 88.7%-ը իրենց հեռուստահերոսներին տեսնելու համար նախընտրում է դիտել ժամանցային հաղորդումները, 9.7%-ը՝ տեղեկատվական բնույթի հաղորդումներ և 1.6%-ը՝ այլ հաղորդումները: Եվ, ինչպես նշել են հարցվածները, իրենց հեռուստահերոսներին իրենք հիմնականում (73.2%-ի համաձայն) տեսնում են ՊՀՄԱՀ-ի հաղորդումներում, 25%-ը՝ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի ծրագրերում: Որևէ հեռուստահերոսի չերկրպագող երիտասարդները կազմում են ընդհանուրի 4.5%-ը: Նրանց մեծ մասը հետևում է այլ կերպարների, ինչպիսիք են նրանց ծնողները, ընկերները և ուսուցիչները:

Ստացված արդյունքներն ավելի շուտ վկայում են սուր մրցակցության մասին, որը ստեղծվում է սոցիալականացման ավանդական և հեռուստատեսային



ագենտների միջև, և որը հատուկ է երիտասարդության գերակշռող մասի համար:

Բացի այդ, ստացված արդյունքներից կարելի է բխեցնել, որ այսօրվա Իրանի երիտասարդության համար հեղինակություն են վայելում ոչ այնքան ֆորմալ առաջնորդներ /երկրի պետական գործիչներ և հոգևոր առաջնորդներ/, որքան՝ մարզիկներ և հեռուստաստղեր, ինչը նաև ազդեցություն է թողնում երկրի ղեկավարման գործընթացի վերաբերյալ երիտասարդների պատկերացումների փոփոխության վրա: Ավանդական տիպի առաջնորդները ժամանակի ընթացքում և, ինչպես ցույց է տալիս այս հետազոտությունը, ոչ պետական հեռուստատեսության ազդեցության արդյունքում հետին պլան են մղվում՝ իրենց տեղը զիջելով ազգային և միջազգային կերպարներին:

**Հեռուստատեսությունն ու ազգային, կրոնական, ավանդական ծեսերը** ենթազվիսում քննարկվում են երիտասարդների պատկերացումներն իրանական հասարակության համար ավանդաբար կարևորագույն դերակատարում ունեցող կրոնական ծեսերի հետարձակման վերաբերյալ: Ազգային ծեսերի հանդեպ երիտասարդների վերաբերմունքն ու ՀԼՄ ազդեցության ներքո դրա հնարավոր փոփոխությունները ուսումնասիրելու կարևորությունը պայմանավորված է արժեքային համակարգի փոխակերպումներով, որոնք տեղի են ունենում արդի տեղեկատվահաղորդակցական տեխնոլոգիաների զարգացման արդյունքում և գրանցվել են նաև սույն հետազոտության շրջանակներում:

Ազգային-կրոնական ծեսերին երիտասարդության մասնակցության վերաբերյալ հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ նրանց 43.6%-ն այդ ծեսերին սովորաբար մասնակցում է անկանոն կերպով, 32.8%-ը՝ ամիսը մեկ անգամ, 16.3%-ը՝ շաբաթը մեկ անգամ և 7.3%-ը՝ շաբաթը մեկ անգամից ավել, սակայն ոչ ամեն օր:

Կրոնական ծեսերը հեռուստատեսությամբ ամեն օր է դիտում երիտասարդների 2%-ը, շաբաթը մեկ անգամից ավելի, սակայն ոչ ամեն օր՝ 13.9%-ը, շաբաթը մեկ անգամ՝ 20.2%-ը, ամիսը մեկ անգամ՝ 31.6%-ը, անկանոն կերպով՝ 32.3%-ը:

Փորձագետների մեծ մասը նույնպես նշում է, որ կրոնական բնույթի հեռուստահաղորդումներն ու ծեսերի ցուցադրումը պակաս հետաքրքիր է յարանի համար, քան նախկինում, և սա հատկապես վերաբերում է երիտասարդությանը: Պատճառներից փորձագետները նշում են այդպիսի հաղորդումների՝ ոչ քննադատական լինելն ու իրական կյանքից, մարդկանց հոգսերից կտրվածությունը: Այսպես, փորձագետներից մեկի խոսքերով՝ «Կրոնական հաղորդման ժամանակ պետության և հասարակության մասին քննադատությունները տեղին չեն, իսկ այդպիսի հաղորդումները բացահայտ քննադատողը կմեղադրվի կրոնի դեմ հանդես գալու մեջ: Ուստի, կրոնական հաղորդումներն ավելի քիչ են դիտվում և, զուգահեռաբար, դրանք բացահայտորեն չեն քննադատվում»:

**Հեռուստատեսությունն ու երիտասարդների՝ Իրանից արտագաղթելու մտադրությունները** ենթազվիսում քննարկվում է բացահայտված կապը հեռուստատեսային նախընտրությունների և երիտասարդների՝ Իրանից արտագաղթելու միջև: Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ քաղաքներում և գյուղերում ապրող երիտասարդության գրեթե երկու երրորդն աղքատ է, գտնվում է իրանական հասարակության ստորին շերտում, և հիմնականում ապրում է ծնողների հետ: Աղքատ լինելու հանգամանքը կարող է օբյեկտիվորեն պայմանավորել երիտասարդների քննադատական հայացքներն Իրանում առկա

սոցիալ-տնտեսական և քաղաքական իրավիճակի մասին, որի օբյեկտիվ լուսաբանումն այս կամ այն հեռուստաալիքով այդ հեռուստաալիքները նախապատվելի են դարձնում պետական քարոզչությանը զբաղվող հեռուստաընկերությունների հանդեպ:

Բացի այդ, քաղաքաբնակ երիտասարդներն ավելի շարժուն են, քան գյուղաբնակները, քանզի քաղաքներում երիտասարդների արտագաղթին հակադրության առումով կարող է հանդես գալ միայն բուն ընտանիքը, մինչդեռ գյուղում դա ավելի մեծ սոցիալական միջավայր հանդիսացող համայնքն է: Նույնը վերաբերում է ՊՀՄԱՀ դիտելուն, որի կողմնակիցները քաղաքներում /հատկապես մայրաքաղաքում/ ավելի շատ են, քան գյուղերում:

Հարցված երիտասարդների 46.6%-ի կարծիքով՝ Արևմուտքում իրենց հասակակիցներն ավելի ուրախ և անհոգ են ապրում: 34.7%-ը նշում է երիտասարդության համար Արևմտյան երկրներում ավելի մեծ հնարավորությունները կրթության, մասնագիտական առաջընթացի և զարգացման առումով: 18.7%-ը մատնանշում է Իրանում կյանքի քննադատությունը՝ որպես իրենց կողմից Իրանից գնալու համար էական նշանակություն ունեցող տեղեկատվություն: Միգրացիոն գործընթացներում ներգրավվելու իմաստով առավել մոբիլ են բակալավրիատի, ապա՝ մագիստրատուրայի կրթական մակարդակ ունեցող երիտասարդները:

Հարցված փորձագետները հաստատում են մեր կողմից ստացված տվյալները: Այսպես, բոլոր փորձագետները, խոսելով երիտասարդ իրանցիների արտագաղթի մասին, որպես հիմնական պատճառներ նշեցին ցածր աշխատավարձն ու Իրանում ապագա չտեսնելը, ինչպես նաև իրավունքների և ազատությունների հետ կապված հիմնախնդիրները: Երիտասարդները ցանկանում են ապրել ավելի ազատ երկրում, և չեն տեսնում այդ ազատությունները Իրանում:

Փորձագետների կողմից նշված արտագաղթի նպատակներից է ավելի որակյալ կրթություն ստանալը: Այսօր Իրանում ակտիվորեն խոսում են երիտասարդ մասնագետների «ուղեղների արտահոսքի» մասին. մասնագետներն արտագաղթում են ավելի լավ վարձատրվող աշխատանքի, լավ պայմանների համար:

Հետաքրքիր է նաև այն, որ արտագաղթը փորձագետները համարում են Իրանում քաղաքական գործընթացներին երիտասարդների արձագանքման յուրահատուկ մի միջոց: Իհարկե, ստեղծված քաղաքական և տնտեսական իրավիճակին արձագանքելու, այն բողոքարկելու համար կարելի է ձեռնարկել այլ միջոցներ, օրինակ՝ մասնակցել բողոքի ցույցերին, հանդես գալ հայտարարություններով, և այլն: Սակայն, փորձագետների խոսքերով, այս տիպի ակտիվությունները վտանգավոր են և պատժելի, ուստի և երիտասարդների մեծամասնությունն ընտրում է այլ տիպի մոտեցում՝ Իրանում առկա հիմնախնդիրները լուսաբանող և քննադատող տեղեկատվության փնտրում և ակտիվ սպառում (այս իմաստով ՊՀՄԱՀ-ն ավելի օբյեկտիվ է և քննադատական, քան ԻԻՀՀ-ՊՀԾ-ը), ինչպես նաև տարբեր միջոցներով արտագաղթելը:

Հեռուստահաղորդումները խթանում են երիտասարդության արտագաղթը՝ շահարկելով նրանց հետևյալ ցանկությունները՝ 1) աշխատանք գտնելու և կենսամակարդակը բարելավելու, 2) իրավունքների և ազատությունների պակասը լրացնելու, ավելի լավ կրթություն ստանալու և 3) արտերկրում բնակվող ընտանիքներին միանալու: ՊՀՄԱՀ-ն ավելի հաճախ է անդրադառնում

արտագաղթին ուղղակիորեն և այն խթանող պատճառներին՝ անուղղակիորեն, քաղաքական ու տնտեսական հաղորդումներով և ֆիլմերով ներկայացնելով արևմտյան երկրների բարեկեցիկ կյանքը:

Հեռուստադիտումը հանդիսատեսի վրա դրական ազդեցություն է գործում, և Իրանում երիտասարդների վրա ՊՀՄԱՀ-ի ազդեցությունն ավելի մեծ է, քան ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ինը:

Ատենախոսության **եզրակացության** մասում ներկայացվում են կատարված եզրահանգումները և առաջարկությունները, այդ թվում.

1. Իրանի երիտասարդության շրջանում բոլոր ՉԼՄ-ներից առավել տարածված է հեռուստատեսությունը, որը հարցվածների մեծ մասը դիտում է օրական ավելի քան 4 ժամ: Իրանի սահմանադրության 175-րդ հոդվածից, ըստ էության, բխում է, որ ոչ ոք իրավունք չունի արբանյակային կամ առցանց հեռարձակման միջոցով հեռուստացույց դիտել (բացառությամբ պետական հեռուստաալիքները): Սակայն ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ երիտասարդությունը հեռուստածրագրեր է դիտում հենց այդ չարտոնված եղանակներով. 52.7%-ը նախընտրում է դիտել պարսկերենով հեռարձակվող մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքները (ՊՀՄԱՀ), 29.5%-ը՝ Իրանի Իսլամական Հանրապետության հեռարձակման ու պարսկերենով արբանյակային հեռուստաալիքների պետական ծառայության (ԻԻՀՀ ու ՊԱՀՊԾ) հաղորդումները և 17.8%-ը՝ հավասարապես դիտում են երկուսն էլ:

2. Պարսկերենով հեռարձակվող մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքները (ՊՀՄԱՀ) ավելի շատ դիտում են Իրանի պատանիները (43%), քան աղջիկները (29.5%), ինչը կարելի է բացատրել Իրանում կանանց հանդեպ ավելի մեծ վերահսկողությամբ, և համապատասխանաբար կանխատեսել մասնավոր հեռուստաալիքներով տարածվող արժեքների ավելի մեծ ազդեցությունը պատանիների, քան՝ աղջիկների վրա:

3. Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ 18-25 տարեկաններն ավելի շատ դիտում են ՊՀՄԱՀ, քան ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ, իսկ 26-35 տարեկանները՝ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ: Ուստի կարելի է ասել, որ ժամանակակից երիտասարդ իրանցիները նախընտրում են տեղեկանալ իրենց պետության մասին այլընտրանքային, ոչ պետական տեղեկատվական աղբյուրներից: Չամուսնացած երիտասարդությունն էապես ավելի շատ է դիտում հեռուստատեսություն, քան ամուսնացածները, և էապես ավելի շատ՝ ՊՀՄԱՀ հեռուստաալիքներ:

4. Երիտասարդների մեծ մասը նախընտրում է դիտել ժամանցային հաղորդումներ՝ շուներ, նորածնություն, ֆիլմեր և մուլտֆիլմեր: Նախապատվության հաջորդ աստիճանում են կրթական և տեղեկատվական հաղորդումները:

5. ՊՀՄԱՀ դիտելու նախապատվությունը երիտասարդները բացատրում են ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի համեմատ մասնավոր արբանյակային հեռուստաալիքների կողմից ավելի որակյալ հաղորդումների ցուցադրությամբ, ինչպես նաև ՊՀՄԱՀ հաղորդումներում Իրանում իրական կյանքի և տեղի ունեցող իրադարձությունների օբյեկտիվ լուսաբանման հանգամանքով:

6. Իսլամ դավանող երիտասարդները, որոնք հարցվածների մեծամասնությունն էին, նախընտրում են դիտել ՊՀՄԱՀ, մինչդեռ կրոնական փոքրամասնությունների ներկայացուցիչները /քրիստոնեություն, հուդայիզմ, գրադաշտություն/ նշել են, որ նախընտրում են ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ ալիքները: Սա, հավանաբար, արտահայտում է ոչ այնքան տվյալ երիտասարդների իրական նախասիրությունները հեռուստաալիքների ընտրության հարցում, այլ իրենց

կողմից պետական քարոզչությանն ու տեղեկատվությանը լոյալություն ցուցադրելու փորձ:

7. Ըստ հետազոտության արդյունքների՝ երիտասարդների ընտանիքների անդամների մեծամասնությունը (63%) և ընկերների 64%-ը նույնպես ավելի հակված են ՊՀԱՀ դիտել, քան ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ: Մինևույն ժամանակ, միջսերնդային կոնֆլիկտներն ու թյուրընկալումն ընտանիքում ավագ սերնդի ներկայացուցիչների հետ, հարցվածների 60%-ի համաձայն, հենց ՊՀԱՀ և ոչ թե ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ հեռուստահաղորդումների շուրջ է տեղի ունենում: Այդ կոնֆլիկտները տեղի են ունենում նաև հիմնականում երիտասարդների՝ արևմտյան ոճով հագնվելու, խոսելու, ինչպես նաև ավագ սերնդի համար օտար համարվող և արևմտյան հեռուստահաղորդումներից ընդօրինակված վարք ցուցադրելու հետևանքով:

8. Արևմտյան կենսաոճ ցուցադրող հեռուստատեսային հաղորդումների (և հատկապես ՊՀԱՀ-ի) դիտման արդյունքում փոխվում է երիտասարդների մասնակցությունն ընտանիքում որոշումների ընդունման գործընթացին: Յուրացնելով և ընդօրինակելով արևմտյան հասարակության մեջ տարածված և հեռուստատեսային հաղորդումներում արտացոլվող վարքային մոդելները՝ իրանական երիտասարդությունն ավելի ակտիվ մասնակցություն է ցուցաբերում ընտանիքում որոշումների ընդունման գործընթացում՝ ծնողների հետ միասին կամ իրենց հակառակ, գիտակցում և կարևորում են սեփական իրավունքները: Համապատասխանաբար փոխվում է և նվազում նաև ընտանիքի ավագ ներկայացուցիչների՝ ավանդական որոշիչ դերակատարումը:

9. Երիտասարդության մեծ մասն ամեն օր առցանց հեռուստատեսություն է դիտում, ընդ որում՝ ավելի շատ ՊՀԱՀ, քան ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ: Բացի այդ, պատանիներն ավելի շատ են հետաքրքրված առցանց հեռուստատեսությամբ, քան օրիորդները: Սա, դարձյալ, ցույց է տալիս արական սեռի երիտասարդների՝ համայնքային վերահսկողությունից ավելի ազատ լինելու հանգամանքը և, համապատասխանաբար, այլընտրանքային տեղեկատվության ազդեցությանն ու դրանով պայմանավորված արժեքային փոխակերպումներին ավելի հակված լինելու հավանականությունը:

10. ՊՀԱՀ-ը դրական լույսի ներքո է ներկայացնում արևմտյան կենսակերպը՝ խթանելով արևմտյան կենսակերպը ֆիլմերի (հարցվածների 75%-ի կարծիքով), քաղաքական հաղորդումների (հարցվածների 20%-ի կարծիքով) և նորությունների թողարկումների (5%) միջոցով: Մինչդեռ, ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի հաղորդումները, հարցվածների 87%-ի կարծիքով, գովաբանում է իրանական մշակույթը:

11. ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի հաղորդումների մեծ մասում իրանական կենսակերպի քարոզումը նպատակ է հետապնդում խթանելու երիտասարդներին՝ ապրելու Իրանում և հավատարիմ մնալու ազգային արժեքներին: Ազգային կենսակերպը քարոզելուց բացի, ի տարբերություն ՊՀԱՀ-ի, ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ն քննադատում է ժամանակակից արևմտյան կենսակերպի ներդրումը իրանական հասարակության մեջ: Ի հակառակ դրան՝ ՊՀԱՀ-ը խթանում է երիտասարդներին՝ ապրելու արևմտյան ոճով: Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի՝ իրանական մշակույթն առաջ մղելուն ուղղված քայլերն ավելի թույլ են, քան ՊՀԱՀ-ի՝ հակառակ ուղղությամբ միտված գործողությունները: Վերջինի հաղորդումներն, ըստ երիտասարդների, ավելի որակյալ են, հետաքրքիր ու օբյեկտիվ:

12. Իրանի երիտասարդության հեռուստահերոսներն են հիմնականում Իրանի շուռ-բիզնեսի ներկայացուցիչները և սպորտսմենները, որոնց էապես զիջում են քաղաքական, մշակութային գործիչներն ու էական հեղինակություն վայելող հոգևոր առաջնորդները: Երիտասարդների մեծամասնությունը (88.7%) իրենց հեռուստահերոսներին տեսնելու համար նախընտրում է դիտել ժամանցային հաղորդումներ, 9.7%-ը՝ տեղեկատվական բնույթի հաղորդումներ և 1.6%-ը՝ այլ հաղորդումները: Այդ հերոսներին Իրանի երիտասարդությունը հիմնականում տեսնում է ՊՄՄԱՀ-ի հաղորդումներում (հարցվածների 73.2%-ի համաձայն) և ապա՝ ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ-ի ծրագրերում (25%): Հեռուստահերոսների ազդեցությունը երիտասարդների արժեհամակարգի ձևավորման գործում դեռևս չունի ուղղակի բնույթ և հիմնականում արտահայտվում է արտաքին նմանակմամբ:

13. Իրանի երիտասարդությունն արդեն ակտիվորեն ընդօրինակում է այն ծեսերը, որոնք կապված են միջանձնային հարաբերությունների (մասնավորապես՝ երկու սեռերի ներկայացուցիչների՝ միմյանց ծանոթանալու, շփվելու, ամուսնանալու հետ) և արտահայտում ոչ այնքան ազգային, որքան՝ միջազգային տարբերակներ ու ցուցադրվում արևմտյան արտադրության հաղորդումներում:

14. Հեռուստատեսության (հիմնականում ՊՄՄԱՀ-ի) ազդեցությամբ ակտիվորեն փոփոխվում են նաև երիտասարդների՝ զուգընկերոջ ընտրության չափանիշները: Այսպես, եթե նախկինում երիտասարդ աղջիկների մոտ տարածված է եղել ամուսնությունն իրենցից տարիքով էապես մեծ, կրոնական կյանքով ապրող, իրենց համայնքում հեղինակավոր տղամարդու հետ, ապա հեռուստատեսային կերպարների դիտման և իրենց մոտեցումները յուրացնելու, վերարտադրելու հետևանքով այսօր երիտասարդ աղջիկները նախընտրում են ամուսնանալ իրենց հասակակից տղաների հետ, կարևորում իրենց ֆինանսական կարողությունները, արտաքինը, խոսելաձևը, ժամանակակից լինելը:

15. Իրանական հասարակության մեջ ընդունված ծեսերի մի մասը կրոնական է և կարևոր տեղ է զբաղեցնում ազգային ինքնության կառուցման գործում: Հետազոտությունը ցույց է տալիս, սակայն, որ երիտասարդության մոտ կեսը (43.6%) այդ ծեսերին սովորաբար մասնակցում է անկանոն կերպով, 32.8%-ը՝ ամիսը մեկ անգամ, 16.3%-ը՝ շաբաթը մեկ անգամ և 7.3%-ը՝ շաբաթը մեկ անգամից ավել, սակայն ոչ ամեն օր:

16. Կրոնական ծեսերը և հոգևոր առաջնորդների ելույթները հեռուստատեսությամբ դիտելը՝ որպես ավանդույթ և առանձին ծես, Իրանի երիտասարդության կողմից նույնպես նախապատվելի չէ. հարցվածների մոտ 64%-ը դրանք դիտում է անկանոն կերպով և ամիսը մեկ անգամ, մոտ 20%-ը՝ շաբաթը մեկ անգամ, մոտ 14%՝ շաբաթը մի քանի անգամ և միայն 2%-ը՝ ամեն օր: Այսպիսով, չնայած արևմտյան արժեքների հիմնականում արտաքին ընդօրինակմանը, նկատելի է նաև ավանդական վարքային մոդելներից դեպի միջազգային, հիմնականում արևմտյան կենսակերպի վրա հիմնված մոդելների անցման միտում, որը դրսևորվում է արևմտյան կենսակերպի դրական ընկալման և դրա հանդեպ ցուցաբերվող ակտիվ հետաքրքրվածությամբ, Իրանում առկա իրավիճակի հանդեպ քննադատական մոտեցմամբ և կրոնական ծեսերի ու առաջնորդների հեղինակության գերակայության նվազմամբ: Այն պայմաններում, երբ հոգևոր բնույթի հեռուստահաղորդումների որակի և բովանդակության քննադատությունն անհնար է, դրանց հանդեպ

հետաքրքրության անկումը տեղի է ունենում անտեսանելիորեն և լռակյաց ձևով, սակայն մշտապես:

**17.** Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ Իրանից արտագաղթելու հետ կապված դրական հեռանկարներ տեսնող երիտասարդությունը հիմնականում դիտում է ՊՀՄԱՀ հեռուստահաղորդումներ և նշում դրանցում Արևմուտքի դրական կերպարի գովազդումը, որի դրսևորումներից են արևմտյան կենսակերպի և մարդու ազատությունների գովազդումը, արևմտյան կրթական համակարգի և աշխատատեղերի, բարձր եկամուտների մասին տեղեկատվությունը, ինչպես նաև Իրանում առկա քաղաքական և տնտեսական իրավիճակի մասին օբյեկտիվ-քննադատական տեղեկատվությունը: Ընդ որում, արտագաղթին հիմնականում հակված են բակալավրի և մագիստրոսի աստիճաններ ունեցող երիտասարդները, որոնք միևնույն ժամանակ երիտասարդների այն հիմնական խումբն են, որոնք ամենակադիվն են դիտում հեռուստատեսությունը և հատկապես ՊՀՄԱՀ հեռուստահաղորդումները: Նկատվել է նաև, որ ՊՀՄԱՀ հեռուստաալիքների սպառման կտրուկ աճ է նկատվում բակալավրիատից դեպի մագիստրատուրա անցման ժամանակ:

**18.** Իրանից արտագաղթելու դեպքում հիմնական պատճառների շարքում երիտասարդներն առաջին հերթին նշում են իրենց առկա սոցիալ-տնտեսական իրավիճակի բարելավման անհրաժեշտությունն ու Իրանում իրավունքների և ազատությունների անհամապատասխան մակարդակը: Դրանց են հաջորդում մրցունակ արևմտյան կրթություն ստանալու և ապա՝ արտերկրում բնակվող բարեկամներին միանալու պատճառաբանումները:

**19.** Իրանի երիտասարդության մեծամասնությունը պատկանում է աղքատ խավին և հատկապես տնտեսական ճգնաժամի, վերջին տարիներին Իրանի դեմ իրականացվող տնտեսական պատժամիջոցների հետևանքով երիտասարդության աղքատացումը շարունակվում է: Հատկանշական է, որ այս ամենը ոչ թե տրամադրում է երիտասարդությանը Իրանի հանդեպ պատժամիջոցներ իրականացնող Արևմուտքի դեմ, այլև հեռուստատեսության սպառման հետևանքով ուժեղացնում իրենց ձգտումը նմանվելու իրենց հեռուստահեռուստներին՝ ֆուտբոլիստներին, դերասաններին, իրավաբաններին, բժիշկներին, որոնք ներկայացնում են արևմտյան հասարակությունը, որոնք ապրում են բարեկեցիկ կյանքով, ունեն ժամանակակից նյութական բարիքներ, ազատ են իրենց վարքով և համակրելի արտաքինով: Ստացվում է, որ որքան ցածր է և վատթարանում է Իրանում երիտասարդության կենսամակարդակը, այնքան ավելի է բարձրանում իրենց կողմից ՊՀՄԱՀ հեռուստաալիքների սպառման միտումը, և այնքան ավելի են օրինակելի այդ ալիքներով ցուցադրվող արևմտյան կենսաճն ու հեռուստահերոսները:

**20.** Միևնույն ժամանակ, տնտեսական անբարվոք վիճակի փոփոխման ցանկությունը դրդում է երիտասարդությանն ավելի քննադատաբար վերաբերվել հեռուստատեսության պետական ալիքներով (ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ) պետական կառավարման արդյունավետության մասին քարոզչությանը, ինչը, մի կողմից, է՛լ ավելի է ուժեղացնում իրենց համակրանքը ՊՀՄԱՀ հեռուստաալիքների հանդեպ, որոնք, ըստ ռեսպոնդենտների, ավելի օբյեկտիվ են արտացոլում Իրանում առկա իրավիճակը: Մյուս կողմից, Իրանում ստեղծված իրավիճակի, պետական կառավարման մակարդակի և պետական քարոզչության հանդեպ քննադատական վերաբերմունքի աճը դրդում է երիտասարդությանը արտագաղթին:

21. Երիտասարդների արտագաղթը Իրանում քաղաքական գործընթացներին արձագանքման յուրահատուկ միջոց է: Այդ միջոցն ավելի նախընտրելի է ստեղծված քաղաքական և տնտեսական իրավիճակին արձագանքելու այլ միջոցներից, այդ թվում՝ բողոքի ցույցերին մասնակցելուց, հրապարակային հայտարարություններով հանդես գալուց, քանի որ այս տիպի գործողությունները վտանգավոր են և կարող են պատժվել: Համապատասխանաբար, երիտասարդների մեծամասնությունը նախընտրում է Իրանում առկա հիմնախնդիրները լուսաբանող և քննադատող տեղեկատվության փնտրում և ակտիվ սպառում (հիմնականում ՊՀՄԱՀ ալիքներով), ինչպես նաև տարբեր միջոցներով արտագաղթելը:

22. ՊՀՄԱՀ հեռուստաալիքների և դրանցում Իրանում առկա իրավիճակի քննադատական գնահատականների ակտիվ դիտումը երիտասարդության կողմից կարող է խոսել ոչ այնքան հասարակության արդիականացման միտումների, որքան՝ սքոլված բողոքի մասին: Այդ բողոքը սքոլված տեսքով կարող է դրսևորվել ոչ թե երիտասարդների՝ Իրանում տնտեսական, սոցիալական, քաղաքական արդիականացումը նախաձեռնելու, այլև տան պայմաններում Իրանը քննադատող հեռուստաալիքներ դիտելու, բողոքելու և Իրանից արտագաղթելու պլաններ ձևավորելու ճանապարհով:

23. Պետական հեռուստաալիքներով (ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ) հեռարձակվող տեղեկատվության որակի և համարժեքության բարձրացումը կնպաստի իրանական երիտասարդության լսարանի հետ արդյունավետ համագործակցությանը: Ինչպես ցույց տվեց ուսումնասիրությունը, նման համարժեքության պակասությունը պետական հեռուստաալիքներով մատուցվող տեղեկատվության, և երիտասարդության նախասիրությունների և սպասումների միջև, բերում է երիտասարդների մղմանը դեպի արտերկրից հեռարձակվող ալիքների ակտիվ դիտմանը, ինչը կարող է խոչընդոտել պետության կողմից հասարակական ընկալումների և տրամադրությունների կառավարմանը: Բացի այդ, անհրաժեշտ է մշակել երիտասարդության բարեկեցության մակարդակի բարձրացմանն ուղղված քայլեր, որոնց կարևորությունը պայմանավորված է առկա տնտեսական հիմնախնդիրների պայմաններում իրանական երիտասարդության կողմից պետության հանդեպ վստահության բարձրացման անհրաժեշտությամբ:

24. Ցանկալի է օրինականացնել պարսկերենով հեռարձակվող ոչ պետական արբանյակային հեռուստաալիքների դիտումը: Օրինական և բաց մրցակցային դաշտում դնելով ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ և ՊՀՄԱՀ հեռուստաալիքները՝ նպաստել պետական ալիքների (ԻԻՀՀ-ՊԱՀՊԾ) մրցակցային հնարավորությունների զարգացմանն ու հեռուստարտադրանքի արդիականացմանը:

**Ատենախոսության հիմնական արդյունքները հրատարակված են հեղինակի հետևյալ աշխատություններում.**

**Մենագրություն**

1. Khalili, M., Ahmadi, Ya. The Sociology of Mass Media: An Approach on the Effects of TV, Satellite TV, and Online TV on Young People. Monograph. Taymaz Publishing house, Iran, Tehran, 2016, 163p. (անգլերեն լեզվով)

**Գիտական հոդվածներ.**

2. Khallili, M. Comparative Analysis of the Impact of the State TV and Satellite Networks on Creation of Young People's Social Images in Contemporary Iran. //Բանբեր Երևանի պետական համալսարանի, «Սոցիոլոգիա, Տնտեսագիտություն», Երևան 2011, 134.5, էջ 62-70 (Անգլերեն լեզվով)

3. Khallili, M. The Specifics of Use of the Modern Mass Media Technologies by Young Population of Rural Areas in Iran. //Բանբեր Երևանի պետական համալսարանի, «Սոցիոլոգիա, Տնտեսագիտություն», Երևան 2013, 139.5, էջ 72-81 (Անգլերեն լեզվով)

4. Խալիլի, Մ. Հեռուստատեսության դիտման նախընտրությունները և ազդեցությունը Իրանի երիտասարդության արժեքային կողմնորոշումների վրա: // Մանկավարժության և հոգեբանության հիմնախնդիրներ. միջբուհական կոնսորցիումի գիտական հանդես: Խ. Արովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարան, Երևան, 2014, N 2, էջ 164-172 (Հայերեն լեզվով)

5. Khalili, M. TV, Youths, and Social Mobility in Iran Provinces // International Journal of Physical and Social Science (IJPSS), Vol. 4, Issue 1; January 2014; [www.ijmra.us](http://www.ijmra.us), էջ 249-262 (Անգլերեն լեզվով)

6. Khalili, M. Sociological View of TV Effects on the Iranian Youths' Emigration Based on Pushing and Pulling Factors // The 1<sup>st</sup> International Conference of Political Epic (with an emphasis on developments in the Middle East) and Economic Epic (with an emphasis on management and accounting), 2013, Iran, Tehran, [https://www.civilica.com/Paper-ICCRT01-ICCRT01\\_2130.html](https://www.civilica.com/Paper-ICCRT01-ICCRT01_2130.html), pp. 56-62 (Անգլերեն լեզվով)

7. Խալիլի, Մ. Իրանական երիտասարդների վարքի շարժառիթավորման հեռուստատեսային մեթոդների վերլուծությունը կրոնի սոցիոլոգիայի համատեքստում (1957-2012թթ.)// Կրոնական մշակույթի և մտքի առաջին միջազգային կոնգրես, 2014թ., Իրան, ք.Ղոմ, [https://www.civilica.com/Paper-ICCRT01-ICCRT01\\_0214.html](https://www.civilica.com/Paper-ICCRT01-ICCRT01_0214.html), էջ 807-817 (Պարսկերեն լեզվով, شناخت روش های ترغیب جوانان ایران از ۱۳۳۷ تا ۱۳۹۱ بوسیله تلویزیون با رویکرد پارادایم های جامعه شناختی دینی)

8. Խալիլի, Մ. Իրանական հեռուստատեսության ազդեցությունը երիտասարդների սոցիալական մոբիլության վրա// Կրոնական մշակույթի և մտքի առաջին միջազգային կոնգրես, 2014թ., Իրան, ք.Ղոմ, [https://www.civilica.com/Paper-ICCRT01-ICCRT01\\_0230.html](https://www.civilica.com/Paper-ICCRT01-ICCRT01_0230.html), էջ 996-1008 (Պարսկերեն լեզվով, نگاه جامعه شناختی بر نگرش جوانان ایرانی به تحرک اجتماعی بوسیله تلویزیون)



**Махмуд Халили**

## **РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТЕЙ И ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ ИРАНА**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.01 - «Методология социологических исследований, теории, социальные технологии и процессы»

Защита состоится 18-го апреля 2018 года в 15:00 в ЕГУ на заседании специализированного совета Философии и социологии 013 ВАК РА, по адресу: 0025, г. Ереван, улица Х. Абовяна 52а, Ереванский государственный университет.

### **Резюме**

Основной целью диссертационного исследования было выявление предпочтений молодежи Ирана относительно телевизионных передач, транслируемых на территории Ирана Государственной службой трансляции и спутникового телевидения на иранском языке Исламской республики Иран (ГСТИ и СТИГС), а также запрещенных на государственном уровне, но доступных для частного просмотра частных спутниковых каналов на персидском языке (ЧСКПЯ), а также выявление факторов воздействия телевизионных предпочтений иранской молодежи на их восприятия реальности, модели поведения, приоритеты и ценностные ориентации относительно ряда важнейших вопросов, в т.ч. отношения к религиозным традициям и обрядам, обычаям, выбору брачного партнера, телегероев и копирования их образа и поведения, эмиграции из Ирана, и т.д.

Как показало исследование, несмотря на государственный запрет на трансляцию на территории Ирана спутниковых каналов иностранного производства, 52.7% опрошенных молодых людей потребляет телепродукцию именно этих каналов, 29.5% опрошенных предпочитает смотреть передачи государственных телеканалов, и 17.8% - оба варианта.

Большая часть предпочитающий телепередачи ЧСКПЯ (43%) – молодые люди. Эти каналы предпочитает смотреть 29.5% девушек. Данные различия объяснимы различными гендерными ролями в иранском обществе, в частности, более свободным мужским населением. Соответственно, модернизация ценностных ориентаций в иранском обществе под воздействием телевидения прежде всего затрагивает мужское население.

Предпочтительность частных спутниковых каналов на персидском языке (ЧСКПЯ) объясняется опрошенными целым рядом факторов, как-то: объективностью и критичностью информации о состоянии дел в Иране, в т.ч. о критических для страны областях, включая экономическое состояние и безработицу, которые прежде всего волнуют иранскую молодежь. В отличие от

ЧСКПЯ, передачи, транслируемые Государственной службой трансляции и спутникового телевидения на иранском языке Исламской республики Иран (ГСТИ и СТИГС), не критичны, поддерживают текущее состояние дел в Иране, воздействуют на население с целью поддержания порядка и стабильности, и не отражают реального положения дел. По мнению опрошенной молодежи и экспертов, транслируемые по ЧСКПЯ передачи больше касаются западного образа жизни, транслируют большое количество разнообразных передач западного производства, в т.ч. развлекательные передачи, в которых показан западный образ жизни молодежи, привлекательный для молодежи Ирана свободой и либеральными ценностями.

Исследование показывает, что иранская молодежь все реже потребляет религиозные телепередачи, транслируемые в основном на каналах ГСТИ и СТИГС. Так, подобные передачи (в основном выступления религиозных деятелей и трансляцию религиозных церемоний) около 64% опрошенной молодежи смотрит не регулярно, вплоть до одного раза в месяц, около 20% опрошенных – раз в неделю, около 14% молодежи – несколько раз в неделю, и только 2% – каждый день.

Исследование показало, что предпочтительными для большинства молодежи Ирана телегероями являются герои западных развлекательных телепередач – певцы, актеры, футболисты, и др. Лишь для 4.5% опрошенной молодежи героями и образцами для подражания являются их родители, учителя и друзья. Молодежь в основном подражает внешнему виду и манере речи своих телегероев, что, по мнению опрошенных молодых людей и экспертов, является основной причиной конфликтов между молодежью и старшим поколением относительно просмотра молодежью частных телеканалов.

Привлекательные образы западных героев и западный образ жизни, транслируемый спутниковыми каналами, усиливают критическое восприятие иранской молодежью той социально-экономической ситуации, которая сложилась в Иране, в частности, в результате западных экономических санкций. С одной стороны, резкое падение государственной денежной единицы и вызванный инфляцией рост бедности и безработицы в стране, которые существенно ударили по молодежи, и, с другой стороны, привлекательность западных стран с их экономическим уровнем развития, высоким уровнем образования и защищенностью прав и свобод, стимулируют эмиграционные настроения молодежи. В качестве основных целей эмиграции молодежь называет желание получить качественное западное образование, трудоустроиться и воссоединиться с родственниками, проживающими за рубежом.

**Mahmoud Khalili**

## **THE ROLE OF TV IN FORMING VALUES AND ATTITUDES OF YOUNG PEOPLE IN IRAN**

Dissertation submitted in fulfillment of the scientific degree of the doctor of sociology (PhD), under the speciality 22.00.01 – “Methodology of sociological research, theory, social technologies and processes”. The public defense of the dissertation will take place on April 18, 2018 at 15.00 in the Yerevan State University, at 013 « Philosophy and Sociology» SCC RA Specialized Council section (Address: 0025, Yerevan, Abovyan street 52a).

### **Summary**

The main purpose of the dissertation research is to identify the preferences of the Iranian youth concerning consumption of television programs. On the territory of Iran there are two main providers of the TV programs - the State Broadcast and Satellite Television Service which provides official viewpoint of the state through state and satellite channels (IRIB-STCPLS), and private satellite channels that are banned on the state level and which are accessible through satellite search and also broadcast in Persian language (STCPLS). The main goal is also to identify the range of factors which influence the television preferences of Iranian youth, and through that their perceptions of reality, models of behavior, priorities, and value orientations on a number of critical issues, including attitudes towards religious traditions and rituals, customs, the choice of a marriage partner, copying of the image and behavior of their favorite TV stars, plans of young people about emigration from Iran, etc.

The study shows that despite the state ban on the broadcasting of foreign-made satellite channels in Iran (STCPLS), 52.7% of the young people surveyed prefer STCPLS programs first, 29.5% of respondents prefer to watch state TV programs (IRIB-STCPLS), and 17.8% prefer both.

Most of the people who prefer TV programs broadcasted through STCPLS (43%) are boys, and 29.5% of those who prefer watching STCPLS are girls. These differences are explained by different gender roles in Iranian society, in particular, by a freer male population. Accordingly, the modernization of value orientations in the Iranian society under the influence of television primarily affects the male population.

The preferences of private satellite channels in the Persian language (STCPLS) are explained by a number of factors, such as: objectivity and criticality of information about actual situation in Iran, including spheres critically important for the country, such as economic situation and unemployment, which primarily concern Iranian youth. Unlike the STCPLS, the State Broadcasting and Satellite Television Service of the Islamic Republic of Iran is regarded to be not critical, it is used to support the current state of affairs in Iran, tends to influence the population the way

to maintain current order and stability, and does not reflect actual problems. According to opinion of the interviewed youth and experts, the STCPLS is much more concerned with the Western way of life, its programs include wide range of TV entertainment shows, concerts, ceremonies and movies of Western production, which advertise Western way of life of young people, attractive for Iranian youth, as well as freedom and liberal values practiced in the western societies.

The study shows that Iranian youth is consuming religious TV programs mostly irregularly, and this kind of programs are mostly broadcasted by state television (IRIB-STCPLS). For example, about 64% of the interviewed young people watch religious programs (mostly speeches of religious leaders as well as religious ceremonies) irregularly, up to once a month, about 20% of respondents - once a week, about 14% of young people - several times a week, and only 2% - every day.

The study shows that TV heroes of STCPLS channels (singers, actors, footballers, etc) are the most preferred characters for most of the young people in Iran. For only 4.5% of the interviewed young people the heroes and those whose behaviour is an example for them, are their parents, teachers and friends. Young people basically imitate the appearance and manner of speech of their favorite TV stars, which, according to interviewed young people and experts, is the main cause of conflicts between young people and the older generation regarding consuming of STCPLS channels by younger generation.

The attractive image of Western heroes and the Western way of life, broadcasted by foreign satellite channels in Persian language (STCPLS), strengthens the critical perception of Iranian youth about social and economic situation in Iran, in particular, as a result of Western economic sanctions. On the one hand, there is sharp inflation resulted from the Western sanctions, and increased poverty and unemployment in the country caused by inflation, which have significantly affected youth. And, on the other hand, the attractiveness of Western countries with their high economic level of development, high level of education and protection of rights and freedoms, stimulate emigration plans of young people. As the main goals of emigration, young people refer to the desire to obtain a qualitative western education, to find competitive job and reunite with relatives living abroad.

