



Հաստատում եմ
Խ. Արտվինյանի անվան Հայկական պետական
տեխնիկական համալսարանի ռեկտոր,
պրոֆեսոր Ռեզո Սրբուհի Գևորգյան

ԿԱՐՄԻՔ

Առաջատար կազմակերպություն

Ռենա Ռաֆայելի Վարդանյանի “ԶԼՄ-ների ինֆորմացիայի դերը զբոսաշրջային գրավչության ձևավորման մեջ” թեմայով ատենախոսության վերաբերյալ ներկայացված ԻԴ.03.01 “Աշխարհագրություն” մասնագիտությամբ աշխարհագրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման համար:

Ատենախոսության արդիականությունը: Ցանկացած զարգացած երկրի համար զբոսաշրջությունը ներկայումս ունի կարևոր նշանակություն: Ըստ երևույթի դրանով է պայմանավորված XXI դարը համարել զբոսաշրջության դարաշրջան, որը կարելի է համարել համաշխարհային տնտեսության բոլոր ոլորտների, այդ թվում նաև զբոսաշրջության ինդուստրիայի գլոբալիզացման հետևանք: Զբոսաշրջային տարածքի գրավչության և մրցունակության ձևավորման գործում առանձնահատուկ նշանակություն ունեն գանգվածային լրատվական միջոցները:

Աշխատանքի նպատակը և առաջադրված խնդիրները: Հայցորդ Ռենա Վարդանյանը նպատակ է դրել հետազոտել ու բացահայտել ԶԼՄ-ների դերը զբոսաշրջային ժամանակակից ուղղությունների մասսայականացման, առաջխաղացման (առաջընթացի) և գրավչության ստեղծման գործընթացում:

Ատենախոսության հիմնական նպատակը, ըստ երևույթի, պայմանավորել է նաև նրա իրականացման համար անհրաժեշտ հետևյալ խնդիրների հնարավոր լուծումները:

1. Վերլուծել այն գործոնների ամբողջական համակարգը, որոնք հանգեցնում են զբոսաշրջային տարածքի կերպարի գրավչության ապահովմանը, և վերհանել ՋԼՄ-ների դերը զբոսաշրջային դեստինացիայի բրենդի ձևավորման գործում:
2. Հետազոտել զբոսաշրջային մամուլի կայացման փուլերը, որպես զբոսաշրջային տարածքի բրենդի ձևավորման վճռորոշ գործոն:
3. Հայաստանի Հանրապետությունում զբոսաշրջային հոսքերի համեմատական վերլուծություն կատարել՝ հայտնաբերելու համար ՋԼՄ-ների դերը մեր երկրում զբոսաշրջության զարգացման մեջ:
4. Գնահատել ՋԼՄ-ների ազդեցությունը զբոսաշրջային դեստինացիայի ճանաչելիության վրա՝ բազմաչափ ռեգրեսիոն մոդելի օգնությամբ:
5. Վերլուծել ՋԼՄ-ների դերը տարբեր երկրների զբոսաշրջային տարածքների առաջխաղացման դրական փորձի հարցում, այդ թվում այն երկրների, որոնք ունեն ծովափ և որոնք չունեն ելք դեպի ծով:
6. Հայտնաբերել երկրի կամ զբոսաշրջային դեստինացիայի ճանաչելի կերպարը ստեղծող սիմվոլներ:
7. Վերհանել ՋԼՄ-ների դերը տվյալ զբոսաշրջային տարածքի որոշակի իմիջի ձևավորման հարցում, և հետազոտել փոխադարձ կապը այս կամ այն զբոսաշրջային ուղղության հաջողության և տվյալ զբոսաշրջային տարածքի իմիջի միջև:

Պաշտպանության ներկայացված հիմնական դրույթները.

1. Զբոսաշրջային տարածքի գրավչության հիմնական չափանիշներից է զբոսաշրջային տարածքի բրենդի ստեղծումը:
2. Համեմատական ուսումնասիրությունների արդյունքում բացահայտվել է Հայաստանի զբոսաշրջային կերպարի ճանաչելիության անբավարարությունը՝ իբրև Հայաստանի Հանրապետությունից դեպի մնացած աշխարհ թույլ տեղեկատվական հասքերի արդյունք:
3. Բացահայտվել է տեղեկատվական տարածքի դերը զբոսաշրջային գրավչության ուժեղացման հարցում՝ ծովափ չունեցող և դեպի ծով ելք ունեցող երկրների մոտ:

4. Առանձնացվել է երկրի, ռեզիդենտի կամ զբոսաշրջային դեստինացիայի ճանաչելի կերպարը՝ որպես զբոսաշրջային գրավչության չափանիշ:
5. Հիմնավորվել է զբոսաշրջային տարածքի իմիջի և նպատակաուղղված տեղեկատվական հոսքերի կապը:

Ատենախոսության գիտական նորույթը.

1. Վերհանվել է մեդիա-տարածքի դերը զբոսաշրջային դեստինացիայի բրենդի ստեղծման հարցում:
2. Ներկայացվել է ՋԼՄ-ների դերը Հայաստանի Հանրապետության՝ որպես գրավիչ (ատրակտիվ) զբոսաշրջային ուղղության մասսայականացման համար:
3. ՀՀ զբոսաշրջիկների հարցման արդյունքները մշակվել և վերլուծվել են բազմաչափ գծային ռեգրեսիոն մադելի:
4. Քննվել է մեդիա-տարածքի դերը զբոսաշրջային դեստինացիաների առաջխաղացման հարցում՝ ծովափ ունեցող և դեպի ծով ելք չունեցող երկրների մոտ:
5. Վերլուծվել և ի հայտ են բերվել այն գործոնները, մասնավորապես, երկրի կամ զբոսաշրջային դեստինացիայի սիմվոլները, որոնք ազդում են տվյալ տուրիստական տարածքի ճանաչելի կերպարը ստեղծելու վրա:
6. Վերհանվել է մեդիա-տարածքի առանցքային դերը զբոսաշրջային տարածքի որոշակի նպատակաուղղված իմիջի ստեղծման հարցում:

Ատենախոսության գործնական-կիրառական նշանակությունը.

1. Հետազոտական աշխատանքի ընթացքում ուսումնասիրվել և գիտական աստիճանի համապատասխան մակարդակով բացահայտվել են մեդիա-տարածքի ազդեցությունը զբոսաշրջային գրավչության ստեղծման վրա:
2. Ընդհանրացվել են հիմնական այն գործոնները, որոնք ուղղված են զբոսաշրջային տարածքի գրավչության ստեղծմանը:
3. Ամփոփելով հետազոտությունների արդյունքները հիմնավորված ձևերով առաջարկություններ են արվել դրանց արդյունավետ առաջխաղացման համար:

Աշխատանքի հիմնական փորձաքննությունները և տպագրումները:

Աշխատանքի հիմնական դրույթները զեկուցվել են գիտական կոնֆերանսներում. Երևանի պետական համալսարանի 100-ամյակին նվիրված միջազգային կոնֆերանսում, որը կայացել է ԵՊՀ Աշխարհագրության և երկրաբանության ֆակուլտետում (Հայաստան, Երևան, 2018թ., սեպտեմբեր), կրթության և գիտության խնդիրներին նվիրված միջազգային կոնֆերանսում, որը կայացել է Մ. Նալբանդյանի անվան Շիրակի պետական համալսարանում 2021թվականի նոյեմբերին: Աշխատանքի հիմնական դրույթներով հոդվածներ տպագրվել են գիտական հանդեսներում և կոնֆերանսների նյութերում:

Ատենախոսության կառուցվածքը և համառոտ բովանդակությունը: Աշխատանքը կազմված է ներածությունից, չորս գլուխներից՝ իրենց համապատասխան 15 ենթագլուխներից, եզրակացություններից ու առաջարկություններից, ինչպես նաև վկայակոչված 81 անուն գրականության ցանկից և չորս հավելվածներից:

Թեզի տեքստային մասը շարադրված է համակարգչային 115 էջերի վրա, որտեղ ներկայացված են նաև 14 տարբեր կառուցվածքի և բովանդակության գծագրեր, մեկ աղյուսակ, 40 գունավոր նկարներ, ինչպես նաև 4 բազմաչափ գծային ռեգրեսիոն մոդելներ:

Ատենախոսության ***ներածության*** մեջ հայցորդը ներկայացրել է հետազոտության օբյեկտը, առարկան, թեզի հիմնավորումները արդիականության կտրվածքով:

Առաջին գլխում քննարկվել են զբոսաշրջային գրավչության ձևավորման մեջ և հասարակական գիտակցության կարգավորման գործընթացում ԶԼՄ-ների դերի բացահայտման աղբյուրների, օգտագործման և դրանց կառավարման՝ տարբերակների նկարագրությունները: Այստեղ հատուկ շեշտված են նաև զբոսաշրջային մամուլի կայացման փուլերի նշանակությունը:

Երկրորդ գլխում հայցորդը ներկայացրել է զբոսաշրջային հոսքերի ընթացքը ՀՀ անկախության ժամանակաշրջանի համար և ԶԼՄ-ների զբոսաշրջային դեստինացիաների վրա ազդեցության գնահատումը՝ բազմաչափ ռեգրեսիոն մոդելի օգնությամբ:

Հայցորդը բազմաչափ ռեգրեսիոն մոդելների կազմման համար հարցումները իրականացրել է չորս լրատվամիջոցների միջոցով.

1. Թերթի;

2. Զբոսաշրջային ամսագրերի;
3. Սոցցանցերի;
4. Արբանյակային հետազոտությունների նյութերի միջոցով (որը սակայն չի հաջողվել իրականացնել):

Այդ հետազոտությունների միջոցով ստացված տեղեկատվությունը հեղինակին թույլ են տվել հանգել հավաստի ու արժեքավոր մի քանի եզրակացությունների, որոնք այնուհետև արտահայտվել են նրա առաջարկությունների մեջ:

Աշխատանքի 3-րդ գլխում հայցորդը ներկայացրել է իր հետազոտությունների արդյունքները մի քանի երկրների փորձերը զբոսաշրջային դեստինացիաների առաջխաղացման մեջ ՁԼՄ-ների դերը ու նշանակությունը այդ գործընթացում:

Այստեղ անհրաժեշտ ծավալով ու խորությամբ բացահայտվել են ծովափ ելք ունեցող ու չունեցող երկրների համար ՁԼՄ-ների կիրառման արդյունավետ փորձերը: Որպես տիպիկ օրինակներ նա ներկայացրել է Չեխիայի, Հունգարիայի, Վրաստանի և Ռուսաստանի ժամանակակից վիճակը այդ կոնտեքստում: Այս հարթության վրա որոշ իմաստով նա դիտարկել է նաև ՀՀ հնարավորությունները:

Ատենախոսության 4-րդ գլուխը հայցորդը նվիրել է երկրի զբոսաշրջային իմիջի ձևավորման մեջ ՁԼՄ-ների դերի ու նշանակության բացահայտման խնդիրներին: Այս կոնտեքստում նա բացահայտել է զբոսաշրջային իմիջի հիմնական բաղադրամասերը և երկրի ճանաչելի կերպարը՝ որպես զբոսաշրջային դեստինացիայի գրավիչ իմիջի ստեղծման չափանիշի: Հայցորդը այդ նպատակով մանրամասը հետազոտել է Իսպանիայի, Պորտուգալիայի, Ֆրանսիայի և Հունաստանի համար ճանաչում գտած ազգային սիմվոլները, դրանք որպես աշխարհագրական միջավայրը ներկայացնող ամենանշանակալի բաղադրամասեր: Նա փաստում է դրանց հատկանշական գծերի կարևորությունը, որոնք ի վերջո ստեղծում են տվյալ տարածքի գեոպոլիտիկ կերպարները: Հաշվի առնելով նշված երկրների կայացած փորձերը, նա ՀՀ-ի համար որոշակիորեն ճանաչված սիմվոլների միջոցով առաջարկում է մեր համար նույնպես ստեղծել “բրենդի զգացողություն”ն որպես ելակետ ընդունել Արարատ լեռը, մեր դուդուկը, հայկական կոնյակը, ծիրանը, նուռը, խաղողը, գինիները: Հայցորդը փաստում է նաև որպեսզի այդ ամենը դառնա “բրենդ” անհրաժեշտ է, որ մեր մեդիա-դաշտը ստեղծի “զբոսաշրջիկի հայացք և “բրենդի զգացողություն” ձևավորում սպառողի մոտ:

Ռ. Վարդանյանի ատենախոսությունը ավարտվում է հետազոտություններից ստացված գիտական տեղեկատվության որոշակի ընդհանրացումներով, որտեղ առանձնացվել են նաև մի

քանի կարևոր, կիրառական նշանակություն պայմանավորող առաջարկությունները:
Ուշագրավ են նաև ներկայացված հավելվածները:

Հայցորդ Ռ. Վարդանյանի ատենախոսությունը ամբիոնում մանրամասը քննարկումը ցույց տվեց, որ այնտեղ կան նաև որոշ բացթողումներ և վրիպումներ, որոնք արտահայտվել են.

1. Աշխատանքի մեջ ցանկալի կլիներ հաճախ հանդիպող “территория” (“տարածք”) բառը փոխարինել “դեստինացիա” բառով՝ հաշվի առնելով, որ զբոսաշրջության մեջ ավելի կիրառելի է հենց այդ տերմինը:
2. Թեզի մեջ բացակայում է կապը կայուն զարգացման և գիտատեխնիկական զարգացման միջև: Հաշվի առնելով արդի ժամանակաշրջանում կայուն զարգացման վճռորոշ դերը, ցանկալի կլիներ անդրադարձ կատարել այդ հիմնախնդրին:
3. Ատենախոսության առաջին գլխի 3-րդ պարագրաֆում ցանկալի կլիներ ավելի խորը և որոշակի ուղղվածությամբ ուսումնասիրել ու բացահայտել հեռուստատեսության ազդեցությունը զբոսաշրջության վրա:
4. Աշխատանքի տեքստային մասի շարադրման ժամանակ, ըստ երևույթի անհրաժեշտ չէր անդրադառնալ խորհրդային իշխանության զբոսաշրջության փորձին:
5. Թեզի երրորդ գլխի 3-րդ պարագրաֆում շատ ավելի լավ կլիներ ուսումնասիրել ոչ միայն Վրաստանի և Ռուսաստանի, այլ նաև ուրիշ հետխորհրդային երկրների զբոսաշրջության փորձին:

Քննարկման ժամանակ արձանագրվեց, որ Ռ. Վարդանյանի աշխատանքը կատարված է գիտական բարձր մակարդակով, ավարտուն է, ունի գիտատեսական որոշակի նշանակություն այն հաշվով, որ նա հետազոտել է արդի ժամանակի ՀՀ տնտեսության զարգացման հետ որոշակի առնչություն ունեցող հիմնախնդրի մի կարևոր հատված՝ *զբոսաշրջային գիտականորեն հիմնավորված ոլորտի կայացման համար* և կատարել հիմնավորված, իրատեսական եզրակացություններ ու առաջարկություններ: Կատարված այդ հետազոտությունների արդյունքները կարելի է ներդնել հատկապես ՋԼՄ-ների միջոցով զբոսաշրջային տարածքների զրագետ ու բազմակողմանի դիրքավորումը ապահովելու և որոշելու հասկանալ թե երբ, որ փուլում և կոնկրետ որ մեղիա ալիքը առավել շահավետ կծառայի դրված նպատակին հասնելու համար:


Ատենախոսության սեղմագիրը ընդգրկում է նրա հիմնական դրույթները: Հրատարակված հոդվածները ամբողջությամբ արտահայտում են ատենախոսության նյութը:

Ատենախոսությունը հազեցված է հետաքրքիր և ուշագրավ աղյուսակներով, գրաֆիկներով և բազմաթիվ նկարներով:

Ըստ երևույթին հայցորդին հաջողվել է լուծել իր առջև դրված խնդիրները, կատարել լուրջ գիտնականի վայել հետազոտություն, որտեղ երևում է նրա հիմնախնդրի վերաբերյալ սեփական արժեքավոր դատողությունները, վերլուծական միտքն ու տրամաբանական եզրահանգումները: Աշխատանքում մեր կողմից նշված թերությունները բուրբովին չեն ազդում դրա որակի վրա:

Ամբիոնի աշխատակիցները միաձայն գտնում են, որ Ռենա Վարդանյանի **“ՉԼՄ-ների ինֆորմացիայի դերը ՀՀ զբոսաշրջային գրավչության ձևավորման մեջ”** թեմայով ատենախոսությունը համապատասխանում է ԻԴ.03.01 **“Աշխարհագրություն”** մասնագիտությամբ աշխարհագրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման թվանշանին, բավարարում է ՀՀ ԲՈԿ-ի թեկնածուական թեզերի ներկայացվող բոլոր պահանջներին, իսկ դրա հեղինակն արժանի է աշխարհագրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի շնորհմանը:

Աշխատանքը քննարկվել է ՀՊՄՀ աշխարհագրության և նրա դասավանդման մեթոդիկայի ամբիոնի 2022թվականի սեպտեմբերի 14-ի նիստում: Նիստին մասնակցում էին ամբիոնի վարիչի պաշտոնակատար, կենս. գիտ. դոկտոր Ռ. Սադոյանը, աշխ. գիտ. դոկտոր, պրոֆեսոր Գ. Կարապետյանը, դոցենտներ՝ Մ. Մուրադյանը, Ս. Դայանը, Մ. Մինասյանը, Ս. Կրոյանը, ասիստենտ՝ Վ. Հովհաննիսյանը, ամբիոնի մասնագետ Գ. Բարսեղյանը:

Խ. Արովյանի անվան Հայկական պետական մանկավարժական
համալսարանի Աշխարհագրության և նրա դասավանդման
մեթոդիկայի ամբիոնի վարիչի պաշտոնակատար, կենսաբանական
գիտությունների դոկտոր՝  Ռուզաննա Սադոյան

Կենսաբանական գիտությունների դոկտոր Ռուզաննա Սադոյանի
ստորագրությունը հաստատում եմ՝

Խ. Արովյանի անվան Հայկական պետական մանկավարժական
համալսարանի գիտական թեզատուղար՝




Սարգիս Իշախյան

14.09.2022թ.