

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

*Մամվել Մանուկյան**

Բանալի բառեր՝ ինտերնետ, ինտերնետային լրատվական կայքեր, լսարան, լոգարիթմ, գլոբալ ազդեցություն, լոկալ ազդեցություն:

Խնդիրը

Հայաստանում ինտերնետի նշանակությունը որպես լրատվամիջոց ինտենսիվորեն աճում է, հատկապես երիտասարդության շրջանում: Հայաստանի հասարակությունում ինտերնետի դերի և ազդեցության համապարփակ և խոր գնահատումը բարդ և ռետուսատար խնդիր է: Այդ խնդրի լուծման ոլորտում ռետուսների արդյունավետ օգտագործման համար անհրաժեշտ է Հայաստանի լրատվական ինտերնետային կայքերի օգտագործման ծավալի նախնական գնահատում: Հողվածում ներկայացված են Հայաստանի ամենամեծ լսարանն ունեցող ինտերնետային լրատվական կայքերի մի քանի բնութագրերի նախնական գնահատման արդյունքները:

Տվյալները և մեթոդաբանություն

Ուսումնասիրության համար կիրառվել են *Alexa Internet, Inc.* կազմակերպությանը պատկանող <https://www.alexa.com/> կայքով Հայաստանի ինտերնետային լրատվական կայքերի վերաբերյալ հավաքագրված տվյալները՝ 2018թ. հուլիսի 16-ի դրությամբ:

alexa.com-ը ինտերնետային կայքերի կարգերը (ռանգերը) հաշվարկում է երկու ցուցանիշների միջոցով՝ 1. նախորդ ամսվա ընթացքում տվյալ կայքի այցելուների օրական միջին քանակը և 2. դիտած էջերի միջին քանակը: Ամենամեծ գնահատականը ստացած կայքին տրվում է 1 կարգը (ռանգը): Այսինքն, որքան ավելի փոքր է կայքի կարգը ներկայացնող թիվը, այնքան ավելի «հաճախելի» է այդ կայքը: Այդ գնահատականով հնարավոր է կարգեր սահմանել ինտերնետային կայքերի կամայական խմբում:

* «Նորավանք» ԳԿՀ փորձագետ, unq.գ.թ.:

Հայաստանի առավել մեծ լսարան ունեցող ինտերնետային լրատվական կայքերի բնութագրերը գնահատվել են տվյալների կոնսոլիդացման, ինդեքսավորման, մաթեմատիկական և ցանցային վերլուծության միջոցով:

Հայաստանի ինտերնետային լրատվական կայքերի լոկալ և գլոբալ ազդեցությունը

Կայքերի լոկալ և գլոբալ նշանակության գնահատումն ըստ կարգերի. Աղյուսակ 1-ում տրված են հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերի կարգերը Հայաստանում և տարբեր երկրներում: Աղյուսակի տողերում են հայաստանյան 17 առավել բարձր կարգեր ունեցող ինտերնետային լրատվական կայքերը, որոնք գտնվում են alexa.com-ի կազմած Հայաստանի 50 առավել բարձր կարգ ունեցող կայքերի ցուցակում:

Աղյուսակ 1

Հայկական առավել հաճախվող լրատվական կայքերի կարգերը տարբեր երկրներում

Կայքեր	ՀՀ	Ֆրանսիա	ՌԴ	Գերմանիա	Ադրբեյջան	ԱՄՆ	ՉԺՀ	Իսպանիա	Վրաստան
news.am	1 (7)	1 (1369)	2 (4052)	-	1 (378)	1 (18050)	-	-	-
mamul.am	2 (17)	2 (2803)	6 (13249)	1 (7181)	-	6 (83120)	-	-	-
lin.am	3 (18)	3 (3515)	-	3 (10091)	2 (587)	2 (31550)	-	-	-
shamshyan.com	4 (23)	12 (6593)	9 (23063)	9 (25131)	-	9 (119626)	-	-	-
armtur.am	5 (24)	9 (5543)	8 (20145)	11 (32318)	-	-	-	1 (23658)	-
azatutune.am	6 (25)	4 (3912)	5 (12621)	4 (11438)	-	3 (44685)	-	-	-
newstime.am	7 (26)	15 (7326)	7 (16593)	10 (26766)	-	5 (65502)	-	-	-
blognews.am	8 (27)	8 (5372)	3 (10496)	13 (40873)	-	7 (94302)	-	-	-
tert.am	9 (29)	6 (4694)	10 (24018)	-	5 (3217)	4 (55637)	-	-	-
hynews.ru	10 (36)	10 (6009)	4 (10906)	12 (34454)	-	-	-	-	1 (1062)
aravot.am	11 (37)	17 (14892)	11 (25660)	6 (13763)	-	-	1 (23190)	-	-
lragir.am	12 (40)	11 (6580)	-	5 (13382)	4 (846)	-	2 (29906)	-	-
lurer.com	13 (42)	14 (7322)	15 (39924)	14 (61414)	-	11 (265246)	-	-	-
armtimes.com	14 (43)	7 (5259)	12 (29058)	7 (13835)	-	10 (134995)	-	-	-
asekose.am	15 (46)	5 (4392)	13 (30191)	8 (15391)	-	-	-	2 (33568)	-
168.am	16 (47)	16 (8257)	14 (32095)	15 (68672)	-	8 (109303)	-	-	-
armeniasputnik.am	17 (49)	13 (7261)	1 (2002)	2 (9963)	3 (654)	-	-	-	-

Աղյուսակի յուրաքանչյուր սյունում *փակագծերում* տրված են հայաստանյան 17 ինտերնետային լրատվական կայքերի կարգերը (ռանգերը) տվյալ երկրի *բոլոր* կայքերի շրջանում, իսկ փակագծերից առաջ՝ կարգերը (ռանգերը) տվյալ երկրում *հայաստանյան* ինտերնետային լրատվական կայքերի շրջանում:

տային լրատվական կայքերի շրջանում] կարգերի գումարի բնական հիմքով լոգարիթմը: Հայաստանի 17 առավել բարձր կարգ ունեցող ինտերնետային լրատվական կայքերի լոկալ և գլոբալ նշանակությունը ներկայացված է Գծապատկեր 1-ում: Որքան ավելի աջ է տեղադրված կայքը ներկայացնող կետը, այնքան բարձր է կայքի լոկալ նշանակությունը: Որքան ավելի վեր է դիրքավորված կայքը ներկայացնող կետը, այնքան ավելի բարձր է կայքի գլոբալ նշանակությունը:

alex.com-ը բացահայտել է հայկական լրատվական կայքերի մեծ լսարաններ նախ և առաջ այն երկրներում, որտեղ բնակվում են մեծ քանակով հայեր, մասնավորապես՝ Ֆրանսիայում, Ռուսաստանում, ԱՄՆ-ում, Գերմանիայում, Վրաստանում: Սակայն բացահայտվել են բավական մեծ լսարաններ նաև Ադրբեջանում, Իսպանիայում և ՉԺՀ-ում:

Դիտարկենք հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերի լոկալ և գլոբալ նշանակությունը:

news.am – Հայաստանում ամենամեծ և՛ լոկալ, և՛ գլոբալ նշանակություն ունեցող ինտերնետային լրատվական կայքն է: Կայքը 4 երկրներում գտնվում է հայաստանյան ազդեցիկ ինտերնետային լրատվական կայքերի հնգյակում, ընդ որում՝ այդ երկրներից յուրաքանչյուրում նույնպես իր ազդեցությամբ առաջինն է՝ բացի Ռուսաստանից: Այսպես, Ֆրանսիայում դիտվող հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերի կազմում այն 1-ին տեղում է (սակայն Ֆրանսիայում դիտվող կայքերի շրջանակում այն 1369-րդն է): Ռուսաստանում 2-րդն է (ռուսաստանյան կայքերի շրջանակում՝ 4052-րդը) armeniasputnik.am կայքից հետո, Ադրբեջանում 1-ինն է (ադրբեջանական կայքերի շրջանակում՝ 378-րդը), ԱՄՆ-ում՝ նույնպես 1-ինը (ԱՄՆ կայքերի շրջանակում՝ 18052-րդը):

lin.am – Կայքը երկրորդն է գլոբալ ազդեցությամբ և երրորդը՝ լոկալ ազդեցությամբ: Այն չորս երկրներում հայաստանյան ազդեցիկ կայքերի հնգյակում է, այդ թվում՝ Ֆրանսիայում՝ 3-րդը, Գերմանիայում՝ 3-րդը, Ադրբեջանում՝ 2-րդը և ԱՄՆ-ում՝ 2-րդը:

mamul.am – կայքը երկրորդն է լոկալ նշանակությամբ և երրորդը՝ գլոբալ նշանակությամբ: Այն 1-ինն է Գերմանիայում, 2-րդը՝ Ֆրանսիայում, 6-րդը՝ ԱՄՆ-ում և Ռուսաստանում:

Նշված երեք կայքերից հետո գալիս է կայքերի երեք խումբ, որոնք հստակ արտահայտած են Գծապատկեր 1-ում: Առաջին խմբում են համեմատաբար բարձր լոկալ և գլոբալ նշանակությամբ **azatutune.am** և **tert.am** կայքերը, երկրորդում՝ լոկալ նշանակությամբ առաջին խմբին համարժեք,

սակայն գլոբալ նշանակությամբ այդ խմբին զիջող՝ **blognews.am**, **news-time.am**, **shamshyan.com** և **armlur.am** կայքերը, իսկ երրորդում՝ համեմատաբար ցածր լոկալ և գլոբալ նշանակությամբ **armeniasputnik.am**, **lragir.am**, **armtimes.com**, **asekose.am**, **hynews.ru**, **aravot.am**, **168.am**, **lurer.com** կայքերը:

Այնուամենայնիվ, նշված խմբերում հարկ է առանձնացնել մի քանի կայքեր, որոնք ունեն կարևոր յուրահատկություններ:

azatutune.am - կայքը լոկալ ազդեցությամբ Հայաստանում 6-րդն է, սակայն ունի նշանակալի գլոբալ ազդեցություն, քանի որ այն **ազդեցիկ հնգյակում է չորս երկրներում**՝ Ֆրանսիայում՝ 4-րդը, Ռուսաստանում՝ 5-րդը, Գերմանիայում՝ 4-րդը և ԱՄՆ-ում՝ 3-րդը:

armeniasputnik.am - չնայած լոկալ ազդեցությամբ դիտարկված կայքերի շարքում ամենավերջին՝ 17-րդն է, սակայն նրա առանձնահատկությունն այն է, որ **ազդեցիկ հնգյակում է երեք երկրներում**, մասնավորապես՝ Ռուսաստանում իր ազդեցությամբ 1-ինն է, Գերմանիայում՝ 2-րդը, Ադրբեջանում՝ 3-րդը:

lragir.am - Հայաստանում իր ազդեցությամբ 12-րդն է, սակայն գլոբալ ազդեցությամբ 6-րդն է, իսկ երեք երկրներում ազդեցիկ կայքերի հնգյակում է. ՉԺՀ-ում՝ 2-րդը, Ադրբեջանում՝ 4-րդը և Գերմանիայում՝ 5-րդը:

Նշենք, որ Ադրբեջանում առավել դիտվող հայաստանյան կայքերն են՝ **news.am**, **1in.am**, **armeniasputnik.am**, **lragir.am**, **tert.am**: Ընդ որում՝ Ադյուսակ 1-ը վեր է հանում կարևոր փաստ:

Հարկ է ուշադրություն դարձնել այն հանգամանքին, որ Ադրբեջանում հայկական կայքերի լսարաններն ավելի մեծ են, քան Վրաստանում: Մեր կարծիքով, այս փաստի առավել հավանական մեկնաբանությունն այն է, որ alexa.com-ը կայքի պատկանելությունը որոշում է միջազգային ստանդարտներին համապատասխան, այսինքն՝ Արցախի բնակչությունը, որն ինտենսիվորեն օգտվում է հայաստանյան կայքերից, նույնականացվում է որպես Ադրբեջանի տարածքի բնակիչներ: Չի բացառվում նաև, որ Ադրբեջանի բնակչության շրջանում, որը ենթարկվում է հակահայկական հզոր ինֆորմացիոն ազդեցության, նույնպես բարձր է հետաքրքրվածությունը հայկական կայքերի բովանդակությամբ: Այս համատեքստում նշենք, որ Ադրբեջանում ամենից ավելի դիտվող հայաստանյան կայքը **news.am**-ն է, որն ադրբեջանական բոլոր կայքերի շարքում 378-րդն է (1in.am-ն՝ 587-րդը, armeniasputnik.am-ն՝ 654-րդը, իսկ lragir.am-ը՝ 846-րդը), իսկ Վրաստանում առավել դիտվող հայաստանյան կայքը՝ **haynes.ru**-ն, վրացական բոլոր կայքերի շարքում 1062-րդն է:

Հայաստանյան ինտերնետային կայքերի լսարանների բաշխումն ըստ երկրների. Հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերի լոկալ և գլոբալ ազդեցությունների մեկ այլ գնահատական է յուրաքանչյուր կայքի ամբողջ լսարանի բաշխումը Հայաստանի և այլ երկրների միջև: Այդ բաշխումները ներկայացված են Աղյուսակ 2-ում: Աղյուսակի սյուները ցույց են տալիս, թե տվյալ կայքի լսարանի որ տոկոսն է գտնվում տվյալ երկրում:

Աղյուսակ 2

Կայքերի լսարանների բաշխումները երկրներում

Կայք	ՀՀ	Ֆրան.	ՌԴ	Գերմ.	Ադրբ.	ԱՄՆ	ԶԺՀ	Իսպ.	Վրաս.	Շեդ.	Այլ
news.am	39.7%	14.4%	7.0%	-	12.0%	5.7%	-	-	-	78.8%	21.2%
mamul.am	51.3%	18.2%	5.1%	8.6%	-	3.0%	-	-	-	86.2%	13.8%
lin.am	41.0%	12.3%	-	6.5%	15.7%	7.3%	-	-	-	82.8%	17.2%
shamshtyan.com	64.3%	14.7%	5.1%	5.3%	-	3.6%	-	-	-	93.0%	7.0%
armhur.am	60.6%	19.4%	5.7%	3.1%	-	-	-	2.6%	-	91.4%	8.6%
azatutune.am	39.5%	17.1%	7.4%	7.6%	-	7.5%	-	-	-	79.1%	20.9%
newstime.am	57.2%	12.7%	6.9%	4.7%	-	6.1%	-	-	-	87.6%	12.4%
blognews.am	51.9%	15.1%	12.9%	2.6%	-	3.9%	-	-	-	86.4%	13.6%
tect.am	47.2%	17.3%	4.3%	-	5.6%	5.9%	-	-	-	80.3%	19.7%
hynews.ru	52.9%	20.9%	15.4%	4.6%	-	-	-	-	2.0%	95.8%	4.2%
aravot.am	50.3%	8.6%	4.5%	9.1%	-	-	13.1%	-	-	85.6%	14.4%
iragir.am	32.8%	13.4%	-	7.0%	22.0%	-	6.9%	-	-	82.1%	17.9%
hurez.com	63.7%	21.9%	4.7%	3.3%	-	2.6%	-	-	-	96.2%	3.8%
armtimes.com	46.3%	20.4%	4.9%	8.9%	-	4.0%	-	-	-	84.5%	15.5%
asekose.am	46.5%	27.0%	4.4%	8.8%	-	-	-	2.5%	-	89.2%	10.8%
168.am	57.8%	19.1%	5.4%	3.4%	-	6.0%	-	-	-	91.7%	8.3%
armeniasputnik.am	11.8%	6.6%	34.5%	7.0%	15.0%	-	-	-	-	74.9%	25.1%

Աղյուսակի առաջին սյունում տրված են կայքերի լսարանների ծավալները Հայաստանում: Սյունը առանձնացված է աղյուսակի մնացած երկրների հատվածից դրա և աղյուսակի այլ երկրների հատվածի վանդակների գունավորումների ընկալումները միմյանցից զատելու նպատակով: Հայաստանի սյունում որքան ավելի մուգ կարմիր է վանդակի գույնը, այնքան ավելի բարձր է տվյալ կայքի լսարանում հայաստանյան հատվածի ծավալը: Որքան ավելի մուգ կապույտ է վանդակի գույնը, այնքան ավելի փոքր է լսարանի հայաստանյան հատվածի ծավալը: Աղյուսակի այլ երկրներին վերաբերող ամբողջ հատվածում՝ Ֆրանսիայից մինչև Վրաստան, գունավորման մգությունը համադրելի է **ըստ երկրների**, որքան ավելի մուգ կարմիր է վանդակը, այնքան ավելի մեծ է տվյալ երկրում տվյալ կայքի լսարանի ծավալը: Տարբեր երկրների վանդակների գույների երանգները համադրելի չեն:

Աղյուսակի «Ընդ.» սյունում տրված է տվյալ կայքի Հայաստանում և բացահայտորեն նշված երկրներում լսարանի ընդհանուր ծավալը, իսկ «Այլ» սյունում՝ լսարանի այն ծավալը, որը բաշխված է աղյուսակում բացահայտորեն չնշված երկրներում:

Հայաստան. Սեփական լսարանի ամենամեծ ծավալը Հայաստանում ունեն shamshyan.com (իր լսարանի ամբողջ ծավալի 64.3%-ը), lurer.com (63.7%) և armlur.am (60.6%) կայքերը, իսկ ամենափոքր ծավալները՝ armeniasputnik.am (11.8%), lragir.am, (32.8%), azatutune.am (39.5), news.am (39.7%), lin.am (41.0%) կայքերը: Նշենք, որ իրենց լսարանի 50%-ից ավելին այլ երկրներում ունի դիտարկված 17 կայքերից 8-ը:

Ֆրանսիա. Հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերի Հայաստանից հետո ամենամեծ լսարանները Ֆրանսիայում են: Այդպիսի կայքերի քանակը 13 է: Ֆրանսիայում իրենց լսարանի ծավալի ամենամեծ հատվածն ունեն asekose.am (27.0%), lurer.am (21.9%), hynews.ru (20.9%), armtimes.com (20.4%) և armlur.am (19.4%) կայքերը:

Ռուսաստանում իր լսարանի ամենամեծ հատվածն ունի armeniasputnik.am (34.5%) կայքը: Դրա ռուսաստանյան լսարանի ծավալը գերազանցում է հայաստանյան լսարանի ծավալը, որը կազմում է 11.8%: Ռուսաստանում լսարանի նշանակալի ծավալներ ունեն նաև Haynes.ru (15.4%) և blognews.am (12.9%) կայքերը: Մնացած կայքերի լսարանների ծավալները Ռուսաստանում գտնվում են 4.4-7.4% միջակայքում: Նշենք, որ lragir.am և lin.am կայքերի դեպքում ռուսաստանյան լսարանը չի գտնվում երկրների առաջին հնգյակում (համապատասխան վանդակները դատարկ են):

Գերմանիայում համեմատաբար ավելի մեծ սեփական լսարաններ ունեն aravot.am (9.1%), armtimes.com (8.9%), asekose.am (8.8%), mamul.am (8.6%) կայքերը: Մնացած կայքերի լսարանների ծավալները Գերմանիայում կազմում են 2.6-7.6%: Ընդ որում՝ news.am և tert.am կայքերի դեպքում գերմանական լսարանը չի մտնում երկրների առաջին հնգյակում: Հարկ է նշել, որ չնայած Գերմանիայում բնակվում է մոտ 50,000 հայ, սակայն այստեղ հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերի նկատմամբ հետաքրքրությունը համադրելի է Ռուսաստանի հետ, որտեղ բնակվում է շուրջ 2.5 միլիոն հայ և ակնհայտորեն գերազանցում է ԱՄՆ ցուցանիշներին, որտեղ բնակվում է շուրջ 1.3 միլիոն հայ:

Ադրբեջանում իրենց լսարանների ամենամեծ հատվածներն ունեն lragir.am (22.0%), lin.am (15.7%), news.am (12.0%) և armeniasputnik.am (15.0%) կայքերը: Մնացած կայքերի դեպքում լսարանի ադրբեջանական

հատվածը չի մտնում այդ կայքերի լսարանների բաշխման երկրների առաջին հնգյակում: Iragir.am-ի լսարանի շատ մեծ ծավալը Ադրբեջանում, որը, եթե ճիշտ է վերևում առաջարկված ենթադրությունը, որ «Ադրբեջանում» հայաստանյան կայքերի լսարանների գերակշիռ հատվածը Արցախում է, բացատրվում է նրանով, որ այդ կայքի հիմնադիրներն ու հիմնական լրագրողներն ունեն արցախյան ծագում, լավ են տիրապետում Արցախի ներքին կոնյունկտուրային, հաճախակի հրապարակում են Արցախի հարցի վերաբերյալ «Էքսկլյուզիվ» տեղեկություններ: news.am և lin.am կայքերի մեծ լսարաններն Արցախում կարելի է բացատրել նրանով, որ դրանք գտնվում են հայաստանյան առավել հեղինակավոր կայքերի շարքում, իսկ armeniasputnik.am կայքի մեծ լսարանը Արցախում կարող է բացատրվել նրանով, որ հավանաբար, արցախյան լսարանը համարում է, որ այդ կայքում է հնարավոր գտնել Արցախի հարցի վերաբերյալ ռուսաստանյան դիրքորոշումների առավել լայն և աղեկատ տեղեկություններ:

ԱՄՆ. ԱՄՆ-ում իր լսարանի ամենամեծ ծավալներն ունեն azatune.am (7.5%) և lin.am (7.3%) կայքերը: Մնացած կայքերի լսարանների ծավալները ԱՄՆ-ում գտնվում են 2.6-6.1% միջակայքում: Եթե հաշվի առնենք, որ ԱՄՆ-ում բնակվող հայերի քանակը՝ 1.3 միլիոնի կարգի, թվաքանակով զիջում է միայն Ռուսաստանում բնակվող հայերի քանակին՝ 2.5 միլիոնի կարգի, ապա պետք է համարել, որ այստեղ հայկական ինտերնետային լրատվական կայքերի նկատմամբ ուշադրությունն ավելի ցածր է, քան Ֆրանսիայում, Ռուսաստանում և հատկապես Գերմանիայում: Հարկ է նշել նաև, որ դիտարկված 17 կայքերից 6-ի դեպքում ԱՄՆ-ը չի գտնվում առավել մեծ լսարան ունեցող երկրների հնգյակում:

ՉԺՀ – Այստեղ իր լսարանի նշանակալի ծավալն ունի aravot.am կայքը՝ 13.1%: Այս կայքի համար ՉԺՀ լսարանը ծավալով երկրորդն է: ՉԺՀ-ում է Iragir.am կայքի լսարանի 6.9%-ը: Դիտարկված 17 կայքերից 15-ի դեպքում ՉԺՀ-ն չի մտնում իր լսարանի մեծության երկրների առաջին հնգյակ:

Իսպանիա. Դիտարկված 17 կայքերից միայն երկուսի՝ armlur.am (2.6%) և aseko.se.am (2.5%) դեպքում է Իսպանիան մտնում իր լսարանի ծավալով երկրների առաջին հնգյակ:

Վրաստան. Ուշագրավ և անհանգստացնող պետք է համարել այն, որ չնայած Վրաստանում բնակվում է մոտ 170,000 հայ, սակայն դիտարկված 17 կայքերից միայն մեկի՝ haynes.ru (2.0%) դեպքում է Վրաստանը մտնում իր լսարանի ծավալով երկրների առաջին հնգյակ: Դժվար է գտնել այս երկույթի գիտականորեն հիմնավորված բացատրություն, սակայն կարելի է

առաջ քաշել ենթադրություն, որ, հավանաբար, հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքերում վրացահայերը չեն գտնում իրենց համար հետաքրքիր տեղեկություններ:

Այլ երկրներ. Ադրուսակի «Այլ» սյան տվյալները թույլ են տալիս առաջ քաշել հիմնավորված ենթադրություն՝ որքան ավելի բարձր է կայքի «Այլ» երկրներ սյան ցուցանիշը, այնքան ավելի բարձր է հավանականությունը, որ մնացած հավասար պայմաններում այդ կայքն ավելի շատ երկրներում ունի նշանակալի լսարան: Այս ենթադրության պայմանական ընդունման դեպքում կարելի է առաջ քաշել հիպոթեզ, որ դիտարկված կայքերի շրջանակում, երկրների համեմատաբար ավելի մեծ քանակում ունեն նշանակալի լսարաններ՝ armeniasputnik.am (որի լսարանի 25.1%-ի դեպքում հասանելի չեն եղել alexa.com-ի տվյալները), news.am (21.2%), azatutune.am (20.9%) և tert.am (19.7%) կայքերը: Կայքերի անուններն անուղղակիորեն հիմնավորում են առաջ քաշած ենթադրությունը, քանի որ մեծ հավանականությամբ azatutune.am կայքը հեղինակավոր է բազմաթիվ երկրներում, armeniasputnik.am կայքը՝ հետխորհրդային երկրներում, իսկ news.am կայքը՝ իր ամենադիտվող կայքի կարգավիճակում:

Հղումներ կայքերին

Կայքերի այցելությունների և փոխազդեցության տեսակետից կարևոր է բացահայտել, թե ինչպես են այցելուները մուտք գործում տվյալ կայքը: Նկար 1-ում սոցիոգրամի տեսքով ներկայացված է, թե որ կայքերից են առավելապես անցում կատարում դեպի դիտարկվող 17 հայաստանյան ինտերնետային լրատվական կայքեր: Սոցիոգրամում այն կայքը, որից ավելի շատ և ավելի ինտենսիվ են անցում կատարում դեպի այլ կայքեր, ունի ավելի կենտրոնական դիրք՝ գտնվում է ավելի փոքր շառավղով շրջանագծի վրա: Որքան ավելի ինտենսիվ է կատարվում անցումը, այնքան ավելի հաստ է գազաթները միացնող սլաքը: Սոցիոգրամում կայքերը համարակալված են, իսկ դրա աջ կողմի ադրուսակում տրված են կայքերի անունները:

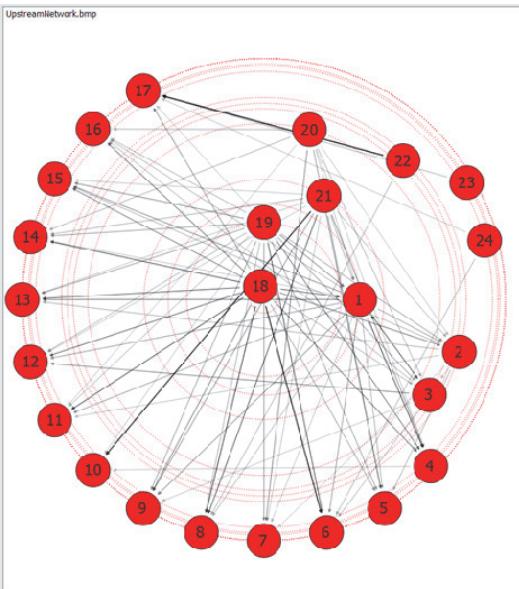
Սոցիոգրամը ցույց է տալիս, որ դեպի դիտարկվող ինտերնետային լրատվական կայքեր անցումներն առավել ինտենսիվ կատարվում են google.com (18) որոնողական համակարգից, որից դիտարկված 17 կայքերը, որպես կանոն, ստանում են իրենց հոսքի 7-9%-ը¹: Ընդ որում՝ azatutune.am (6) կայքը ստանում է իր հոսքի 15.6%-ը: Դիտարկված կայքերը youtube.com

¹ Տվյալ դեպքում միջին արժեքները կիրառելի չեն, քանի որ հայտնի չէ ընդհանուր հոսքում յուրաքանչյուր կայքի ստացած մասնաբաժինը (կշիռը):

(19) նույնպես որոնողական համակարգից ստանում են իրենց հոսքի 4-7%-ը: Այս դեպքում նույնպես առանձնանում է azatutune.am-ը, որը youtube.com-ից ստանում է իր հոսքի 9.3%-ը: Ինտերնետային անցումների երրորդ կարևոր բաշխիչը ոչ թե որոնողական համակարգ է, այլ հայաստանյան առավել նշանակալի news.am (1) կայքը, որից մնացած կայքերը ստանում են մոտավորապես նույնպիսի հոսք, ինչպիսին youtube.com-ից: Այս կայքից առավել շատ հղումներ է ստանում shamshyan.com կայքը՝ 9.1% և tert.am-ը՝ 7.3%: facebook.com-ից կայքերը ստանում են իրենց հոսքի մոտ 3%-ը: Այս դեպքում առանձնանում է newstime.am-ը՝ որը facebook-ից (20) ստանում է իր հոսքի 5.6%-ը: Հայաստանյան լրատվական կայքերին նշանակալի հղումներ են ուղղորդում նաև lin.am-ը (3) և mamul.am-ը (2):

Նկար 1

Հայաստանի ինտերնետային լրատվական կայքերի անցումների սոցիոգրամը: Մլաքները ցույց են տալիս անցումների ուղղությունը: Մլաքի հաստությունը ուղիղ համեմատական է անցումների ինտենսիվությանը



Նկարում գազաթների համարներին համապատասխանող կայքերը

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. news.am | 2. mamul.am |
| 3. lin.am | 4. shamshyan.com |
| 5. armlur.am | 6. azatutune.am |
| 7. newstime.am | 8. blognews.am |
| 9. tert.am | 10. hynews.ru |
| 11. aravot.am | 12. fragir.am |
| 13. lurer.com | 14. armtimes.com |
| 15. asepose.am | 16. 168.am |
| 17. armeniasputnik.am | 18. google.am |
| 19. youtube.com | 20. facebook.com |
| 21. ok.ru | 22. yandex.ru |
| 23. google.ru | 24. google.com |

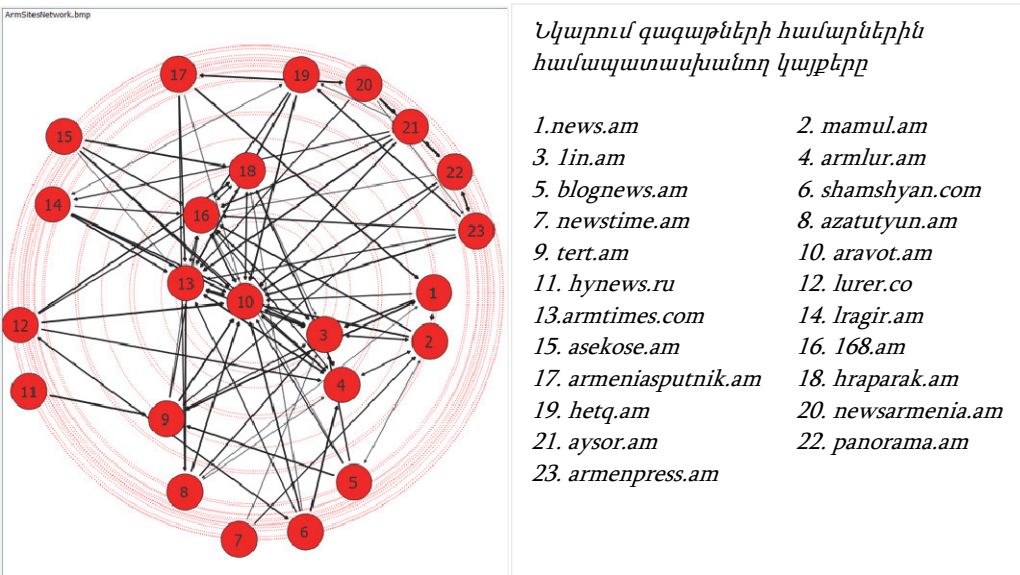
Ռուսական yandex.ru (22) որոնողական համակարգից իր հոսքի նշանակալի հատվածն է ստանում armeniasputnik.am-ը՝ (17) 15.2%: Առանձնահատուկ կերպար ունի ok.ru (21) կայքը, որից իր հոսքի 49%-ն է ստանում haynews.ru (10) կայքը:

Կայքերն ըստ «հեղինակության աստիճանի»

alexa.com-ը տվյալներ է ներկայացնում, թե որոնք են տվյալ կայքի լսարանի հետ ամենամեծ ընդհանուր լսարան ունեցող առաջին հինգ կայքերը: Լրատվական կայքերը սոցիալական ցանցերի տեսության շրջանակներում ուսումնասիրելիս, այդ տվյալները կարող են կիրառվել՝ հաշվարկելու համար սոցիալական ցանցի տվյալ գագաթի (լրատվական կայքի) «հեղինակության աստիճան» (*Degree Prestige*) ցուցանիշը: Ցուցանիշն իրենից ներկայացնում է տվյալ գագաթը մտնող կապերի քանակը: Ցուցանիշի բովանդակությունը բխում է նրանից, որ որքան շատ կայքերի լսարաններն են տեղեկություններ ստանում նաև տվյալ կայքից, այնքան ավելի մեծ է տվյալ կայքի «հեղինակությունը» դիտարկվող կայքերի լսարանների շրջանում:

Նկար 2

Հայաստանի լրատվական կայքերի սոցիալական ցանցն ըստ լրատվական կայքերի «հեղինակության աստիճան» ցուցանիշի



Նկար 2-ում ներկայացված է դիտարկվող ինտերնետային լրատվական կայքերի սոցիալական ցանցն ըստ կայքերի «հեղինակության աստիճան» ցուցանիշի: Որքան ավելի շատ սլաքներ են մտնում տվյալ կայք, այնքան ավելի բարձր է նրա «հեղինակության աստիճանը» և այնքան ավելի կենտրոնական դիրք է գրավում կայքը սոցիալական ցանցում:

Այս ցուցանիշը հաշվարկելիս հայաստանյան ամենահաճախվող 17 լրատվական կայքերին ավելացվել է ևս 5-ը, որոնք հայաստանյան առավել հաճախվող 50 կայքերի ցանկում չեն, սակայն ունեն բարձր հաճախելիություն: Դրանք են՝ hrparak.am, hetq.am, newsarmenia.am, aysor.am, panorama.am, armenpress.am:

Պատկերից երևում է, որ դիտարկվող 22 կայքերի շրջանում ամենամեծ «հեղինակության աստիճան» ունի aravot.am (10) կայքը, այն լսարանի վերաձածկումներ ունի 22 դիտարկված կայքերից 19-ի հետ: Դրան հետևում են armtimes.am (13) և 168.am (16) կայքերը, որոնք լսարանի վերաձածկումներ ունեն 15-ական այլ կայքերի հետ: Չորրորդը lin.am (3) կայքն է, որը լսարանի վերաձածկումներ ունի 11 այլ կայքերի հետ:

Եզրակացություն

Ստորև Աղյուսակ 3-ում ներկայացված է, թե ռեսուրսների սղության պայմաններում, տարբեր ուղղորդված հետազոտությունների համար, հայաստանյան որ լրատվական կայքերն է նպատակահարմար կիրառել՝ հնարավորինս նվազագույն քանակով:

Աղյուսակ 3

Հայաստանյան ինտերնետ լրատվության մասնագիտացված հետազոտությունների համար խորհուրդ տրվող կայքերի նվազագույն ցանկ

Հետազոտական ուղղություն	Կայքերի նվազագույն ցանկ
Հայաստանի ինտերնետային լրատվական տիրույթի խորացված հետազոտություններ	news.am, lin.am, azatutune.am, armeniasputnik.am
Ազդեցություն Ռուսաստանի և ԱՊՀ տարածքի լսարանների վրա	armeniasputnik.am, news.am
Ազդեցություն Ֆրանսիայի և ԱՄՆ լսարանների վրա	news.am, azatutune.am
Ազդեցություն Գերմանիայի լսարանի վրա	mamul.am, lragir.am
Ազդեցություն Արցախի լսարանի վրա	news.am, armeniasputnk.am, lragir.am
Հայաստանյան ինտերնետ տարածքի ընդհանուր արժեքային-մշակութային ազդեցություն	blognes.am
Ազդեցություն ՉԺՀ լսարանի վրա	aravot.am, lragir.am
Ազդեցություն Վրաստանի լսարանի վրա	Անհրաժեշտ է լրացուցիչ հետազոտություն:

Հուլիս, 2018թ.

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԿԱՅՔԵՐԻ
ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ**

Մամվել Մանուկյան

Ամփոփագիր

Հայաստանում ինտենսիվորեն աճում է ինտերնետի՝ որպես լրատվամիջոցի նշանակությունը: Հայաստանյան հասարակությունում ինտերնետի դերի և ազդեցության համապարփակ և խոր գնահատումը բարդ և ռեսուրսատար խնդիր է: Այդ խնդրի լուծման ոլորտում ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործման համար անհրաժեշտ է Հայաստանի լրատվական ինտերնետային կայքերի օգտագործման ծավալի նախնական գնահատում: Հոդվածում ներկայացված են մեր երկրի ամենամեծ լսարանն ունեցող լրատվական կայքերի մի քանի բնութագրերի նախնական գնահատման արդյունքները:

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ
ИНФОРМАЦИОННЫХ САЙТОВ АРМЕНИИ**

Самвел Манукян

Резюме

В Армении стремительно растет значение интернета в качестве средства массовой информации. Комплексная и глубокая оценка роли и воздействия интернета на общество Армении – сложная и ресурсоемкая задача. Для эффективного использования ресурсов при решении этой задачи необходима предварительная оценка объема использования информационных интернет-сайтов Армении. В статье представлены предварительные результаты оценки нескольких характеристик информационных сайтов с наибольшей аудиторией.

A STUDY OF INFLUENCE OF THE ARMENIAN NEWS WEBSITES

Samvel Manukyan

Resume

The significance of internet as mass media rapidly grows in Armenia. The comprehensive and deep study of the role and influence of internet on the Armenian society is a hard and resource-consuming task. The efficient utilization of the resources in resolving this problem requires a preliminary assessment of Armenia news websites usage. The article presents the results of preliminary evaluation of several characteristics for the news websites that have the largest audiences in Armenia.