

ԱՇԽԱՐՀԻ ԿԵՐՊԱՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ԼՈՒՐԵՐՈՒՄ

Մամվել Մանուկյան՝ Դիանա Գալստյան՝, Լիլիթ Հակոբյան՝

Խնդիրը. Հետազոտությունները ցույց են տվել, որ Հայաստանի 18+ հեռուստալսարանի 77.4%-ի համար 1-ին կամ 2-րդ առավել դիտվող ալիքներն են «Արմենիան», «Շանթը» և «Հ1»-ը: Երեկոյան 18:00-24:00-ը հեռուստացույց է դիտում Հայաստանի բնակչության 84%-ը: Իսկ հեռուստատեսային լուրերը՝ հեռուստահաղորդումների դիտման գերադասելիության տեսակետից, երկրորդ տեղում են սերիալներից հետո: Հետևաբար.

- **Հեռուստատեսային լուրերը շատ կարևոր դեր ունեն Հայաստանի հասարակության պատկերացումների կազմավորման հարցում՝ արդի աշխարհի, արդի Հայաստանի, աշխարհում Հայաստանի տեղի և դերի, ինչպես նաև համաշխարհային և հայաստանյան զարգացումների վերաբերյալ:**
- **Այլ կերպ՝ հեռուստատեսային լուրերը կազմավորում են «աշխարհի կերպարը» Հայաստանի հասարակության պատկերացումներում:**

Անբարենպաստ քաղաքական, տնտեսական և ռազմական կոնյունկտուրայի պայմաններում հասարակական ընկալումներում աշխարհի կերպարի անհամապատասխանությունն ազգային անվտանգության և ազգային զարգացման նպատակներին բարձրացնում է ազգային աղետի հավանականությունը:

Հետևաբար.

- **Աշխարհի կերպարը հասարակական գիտակցությունում հանդիսանում է կրիտիկական ենթակառուցվածք:**

^{*} «Նորավանք» ԳԿՀ փոխտնօրեն, սոց.գ.թ.:

^{**} «Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավարի տեղակալ:

^{***} «Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի փորձագետ:

Հոդվածում դիտարկել ենք այն հարցերը, թե աշխարհի ինչ կերպար է ձևավորում Հայաստանի հասարակությունում Հայաստանի հեռուստատեսային լրատվական ինֆորմացիոն դաշտը, և արդյոք այն համապատասխանում է Հայաստանի ազգային անվտանգության և ռազմավարական զարգացման նպատակներին:

Հետազոտության շրջանակը.՝ Ներկայացված են Հայաստանի երեք առավել դիտվող հեռուստաալիքների՝ «Արմենիայի», «Շանթի» և «Հ1»-ի, ինչպես նաև «Հ3» հեռուստաալիքի լուրերի հիմնական թողարկումների կոնտենտ վերլուծության արդյունքները: Առաջին երեք հեռուստաալիքները լրատվության 1-ին կամ 2-րդ աղբյուրն են Հայաստանի 18 և ավելի տարեկան հեռուստալսարանի 77.4%-ի համար: Հետևաբար, դրանք են հիմնականում կազմավորում Հայաստանի նշված հեռուստալսարանի «աշխարհի կերպարը»:

Հետազոտությունն իրականացվել է 2017թ. սեպտեմբերի 4-10-ը, «փրայմ թայմ»՝ 18:00-24:00 միջակայքում: Դիտարկվել են հետևյալ լրատվական հաղորդումները՝ «Օրակարգ» («Հ1», 21:00-21:35), «Ժամը» («Արմենիա», 20:00-20:50), «Հորիզոն», («Շանթ», 22:00-22:35) և «Օրը լրատվական» («Հ3», 21:30-22:00)¹:

Հեռուստալուրերի ընդհանուր բնութագրերը.՝ *Աղյուսակ 1*-ում ներկայացված են դիտարկված հեռուստաալիքների լուրերի հիմնական թողարկման ժամանակային ծածկույթները: Աղյուսակը ցույց է տալիս, որ այդ հեռուստաալիքների հիմնական լրատվական հաղորդումները լուրեր են մատուցում հեռուստալսարանին 20:00-ից մինչև 22:35-ն անընդհատ: Հատկանշական է, որ.

- Հայաստանի 3 առավել դիտվող հեռուստաալիքների լուրերի գլխավոր թողարկումների ժամանակային միջակայքերը չեն վերածածկվում (*Աղյուսակ 1*):

¹ Կիրակի՝ սեպտեմբերի 17-ին, ուսումնասիրվել է միայն «Հ1»-ը: Սեպտեմբերի 18 և 19-ին՝ «Շանթի» լուրերի քանակը եղել է նշանակալիորեն ավելի քիչ, քան այլ օրերին:

Աղյուսակ 1

Այիք	20:00	20:05	20:10	20:15	20:20	20:26	20:30	20:35	20:40	20:46	20:50	20:56	21:00	21:05	21:10	21:15	21:20	21:26	21:30	21:35	21:40	21:45	21:50	21:55	22:00	22:05	22:10	22:15	22:20	22:26	22:30	22:36	
Արմենիա																																	
Հ1																																	
Հ3																																	
Շանթ																																	

Լուրերը հեռարձակելիս հեռուստաալիքները հաղորդում են նաև անոնսներ և գովազդ: Անոնսները կազմել են բոլոր հեռուստաալիքների հեռարձակման միավորների 4.7%-ը և ժամանակի 5.8%-ը, իսկ գովազդը համապատասխանաբար՝ 5 և 0.8%-ը (Աղյուսակ 2): Ըստ ժամանակի ծավալի, անոնսները մոտավորապես հավասար հեռարձակել են «Շանթը» (անոնսների ամբողջ ժամանակային ծավալի 29.6%-ը), «Արմենիան» (27.6%), «Հ1»-ը (25.5%), համեմատաբար ավելի փոքր ծավալով՝ «Հ3»-ը (17.3%): Լուրերի միջև գովազդ հեռարձակել է միայն «Արմենիան»: Լուրերն ուսումնասիրելիս անոնսները և գովազդը չեն հաշվառվել:

Աղյուսակ 2

Այիք	Ընդամենը հեռարձակված լուր 1 շաբաթում	Ընդամենը հեռարձակված լուր 1 շաբաթում, % քանակից	Ընդամենը, հեռարձակված լուր 1 շաբաթում, ժամ	Ընդամենը, հեռարձակված լուր 1 շաբաթում, %, ժամերից	Մեկ լուրի միջին տևողությունը ²
Արմենիա	157	25.0%	3:57:17	28.3%	0:01:31
Հ1	172	27.4%	4:09:09	29.7%	0:01:27
Հ3	165	26.3%	2:25:03	17.3%	0:00:53
Շանթ	134	21.3%	3:27:33	24.7%	0:01:33
Ընդամենը	628	100.0%	13:59:02	100.0%	0:01:31

Աղյուսակի տվյալներից երևում է, որ.

- Մեկ լուրի միջին տևողությունը 1 րոպե 31 վայրկյան է, որը համարյա նույնն է երեք «մեծ ալիքների» համար: «Հ3»-ի լուրի միջին տևողությունն է 53 վայրկյան:

² Աղյուսակի տվյալները համակշռված են: Կիրառված են հետևյալ կշիռները. «Արմենիա»՝ 0.446, «Շանթ»՝ 0.418, «Հ1»՝ 0.134, «Հ3»՝ 0.002: Կշիռները ցույց են տալիս, որ «Հ3»-ն ըստ էության լուրերի կառուցվածքում որևէ նշանակություն չունի՝ նրա ազդեցությունը տասնորդական տոկոսի չափով է, և բոլոր աղյուսակներում «Ընդամենը» սյունն ըստ էության ներկայացնում է «Արմենիա», «Շանթ» և «Հ1» հեռուստաալիքների ընդհանուր համակշռված ցուցանիշը:

Աշխարհը, Հայաստանն ու Արցախը հեռուստաալիքների լուրերում. Հետազոտությամբ դիտարկվել է հեռուստատեսային լուրերի աշխարհագրությունը: *Աղյուսակ 3*-ում տրված է հեռուստատեսային լուրերի աշխարհագրությունը վեց ընդհանրացված կատեգորիաներում՝ 1. Հայաստանի Հանրապետություն (համահայաստանյան լուրեր), 2. Լուրեր Երևանի մասին, 3. Լուրեր Հայաստանի քաղաքների մասին, 4. Լուրեր Հայաստանի գյուղերի մասին, 5. Լուրեր Արցախի մասին և 6. Լուրեր «մնացած աշխարհի» մասին: Ստացվել է հետևյալ պատկերը:

- **Բոլոր հեռուստաալիքների լուրերի ընդհանուր ժամանակի 37%-ը նվիրվել է Երևանին, 28%-ը՝ համահայաստանյան թեմաներին, 28%-ը՝ «մնացած աշխարհին», ընդամենը 4.7%-ը Հայաստանի մարզերին և ընդամենը 2.5%-ը՝ Արցախին:**
- **Ընդ որում՝ Հայաստանի քաղաքներին տրամադրվել է լուրերի հետարձակման ժամերի 2.4%-ը, իսկ գյուղերին՝ 2.3%-ը:**

Եթե ենթադրենք, որ «արդարացի» կլիներ, եթե ժամերը Երևանի, Հայաստանի մնացած քաղաքների և Հայաստանի գյուղերի միջև բաշխվեին այդ բնակավայրերի բնակչության քանակի համամասնությամբ³, ապա Երևանին պետք է տրամադրվեր ժամանակահատվածի 15.5%-ը, քաղաքներին՝ 11.7%-ը, իսկ գյուղերին՝ 14.6%-ը: Եթե որպես ժամանակի «արդարացի» բաշխման ցուցանիշ վերցնենք տնտեսության ծավալը, ապա Երևանին պետք է հատկացվեր ընդհանուր ժամանակի 13.8%-ը⁴: Եթե նույնիսկ Երևանին, որպես մայրաքաղաք, տրվեր ժամանակային «բռնուս», ապա ակնհայտ է, որ.

- **Լուրերի ժամանակահատվածի առկա բաշխումը հայաստանյան հեռուստալուրերի ինֆորմացիոն դաշտում ունակ չէ տալու հայաստանյան իրավիճակի աղեկվատ պատկերը:**

Նշենք, որ Հայաստանի քաղաքների և գյուղերի միջև բաշխված լրատվական ժամանակը շատ մոտ է վերը նշված «արդարության» սկզբունքին:

³ Երևանում է բնակվում Հայաստանի բնակչության 37%-ը, քաղաքներում՝ 28%-ը, իսկ գյուղերում՝ 36%-ը:

⁴ Երևանի մասնաբաժինը կազմում է Հայաստանի տնտեսության 33%-ը:

Աղյուսակ 3

Տարածաշրջան	Ընդամենը հեռարձակված լուր 1 շաբաթում, քանակ	Ընդամենը հեռարձակված լուր 1 շաբաթում, % բոլոր հեռուստատալիքների հեռարձակած լրատվական ժամերից
Աշխարհ	274	27.7%
ՀՀ	136	28.0%
Երևան	189	37.0%
ՀՀ մարզեր, այդ թվում՝	18	4.7%
ՀՀ քաղաքներ	10	2.4%
ՀՀ գյուղեր	8	2.3%
Արցախ	11	2.5%
Ընդամենը	628	100.0%

Նույն տվյալներն՝ ըստ դիտարկված հեռուստատալիքների, տրված են Աղյուսակ 4-ում:

Աղյուսակ 4

Տարածաշրջան	Ընդամենը հեռարձակված լուր 1 շաբաթում, % բոլոր հեռուստատալիքների հեռարձակած լրատվական ժամերից			
	«Արմենիա»	«Հ1»	«Հ3»	«Շանթ»
Աշխարհ	23.9%	19.6%	45.0%	29.7%
ՀՀ	29.6%	40.2%	13.4%	22.0%
Երևան	40.7%	29.2%	37.8%	41.8%
Մարզեր, այդ թվում՝	4.8%	5.5%	3.0%	4.9%
ՀՀ գյուղեր	2.1%	2.1%	2.4%	2.7%
ՀՀ քաղաքներ	2.7%	3.4%	0.6%	2.2%
Արցախ	1.1%	5.6%	0.9%	1.5%
Ընդամենը	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Աղյուսակի տվյալներն արտապատկերում են դիտարկված հեռուստատալիքների լրատվական հաղորդումների առանձնահատկությունը: Տարածաշրջաններին տրամադրվող լրատվության ժամանակի բաշխման տեսակետից.

- Միայնակ շատ նման են «Արմենիան» և «Շանթը»: Դրանցում նշանակալիորեն ավելի գերակա տարածաշրջան է Երևանը:

- «Հ1»-ի առանձնահատկությունն այն է, որ այստեղ նշանակալիորեն գերակա է համահայկական լրատվությունը (ինչը բնութագրում է այն որպես համահայկական ալիք), ինչպես նաև, մնացած ալիքների համեմատ, ավելի մեծ տեղ է տրվում Արցախի մասին լրատվությանը՝ 5.6% (ինչը նույնպես բնութագրում է այն որպես համահայկական ալիք), այն դեպքում, երբ մնացած ալիքներում Արցախին է տրամադրվում լրատվական ժամանակի 0.9-1.5%-ը:
- «Հ3»-ի առանձնահատկությունն է, որ այստեղ նշանակալիորեն ավելի գերակա է «մնացած աշխարհին» տրամադրվող լրատվական ժամանակը (40.2%), ի հաշիվ համահայկական լրատվության (13.4%):

Աշխարհի երկրների և տարածաշրջանների ներկայացվածությունը լուրերում. - «Մնացած աշխարհին» տրամադրված լրատվական ժամանակի կազմում դիտարկվել է առանձին երկրներին տրամադրված ժամանակը: Դիտարկված հեռուստաալիքների «աշխարհագրական նախապատվությունները» տրված են *Աղյուսակ 5*-ում: Նույն աղյուսակում «Ընդամենը» սյունը համակշռված է այնպես, որպեսզի արտապատկերի դիտարկվող 4 հեռուստաալիքների լսարանների հարաբերակցությունը:

Ընդհանուր առմամբ, դիտարկված հեռուստաալիքների շրջանակում Հայաստանի հեռուստատեսային ինֆորմացիոն լրատվական դաշտում անվերապահորեն գերիշխում է ԱՄՆ-ի վերաբերյալ լրատվությունը, որը կազմում է «մնացած աշխարհի» մասին լրատվության 17.1%-ը: Նրան նշանակալիորեն զիջում են երկրորդ տեղում գտնվող Մեծ Բրիտանիան (8.1%), երրորդ տեղում՝ Ադրբեջանը (7.8%), չորրորդում՝ Ռուսաստանը (6.8%), հինգերորդում՝ Իսրայելը (6.5%) և վեցերորդում՝ Թուրքիան (6.0%):

Առանձին հեռուստաալիքների լրատվության կազմում նորից կազմավորվել է հեռուստաալիքների նմանության նույն պատկերը, ինչ «Աշխարհ – Համահայկական լուրեր – Երևան, ՀՀ քաղաքներ – ՀՀ գյուղեր – Արցախ» դասակարգման դեպքում:

- «Արմենիայի» և «Շանթի» աշխարհագրական գերակայությունները բավական «նման են» միմյանց, և դրանցում առաջին տեղում է ԱՄՆ-ը, իսկ հետո՝ եվրոպական երկրները:

«Արմենիայի» նախապատվություններն էին ԱՄՆ-ը («մնացած աշխարհին» տրամադրված ամբողջ ժամանակի 13.2%), Մեծ Բրիտանիան (11.3%), Իսրայելը (11.0%) և Իսպանիան⁵ (9.6%), որոնց հաջորդում են ՌԴ-ն (8.3%) և Ֆրանսիան (8.3%):

«Շանթի» լուրերի աշխարհագրական նախապատվությունները դիտարկվող շաբաթվա ընթացքում եղել են ԱՄՆ-ը («մնացած աշխարհին» տրամադրված ամբողջ ժամանակի 22.6%-ը), Ադրբեջանը (13.1%), «Եվրոպան»՝ որպես միասնական տարածաշրջան (10,9%) և Ուկրաինան⁶ (9.9%): «Շանթի» լրատվության կազմում Ռուսաստանի Դաշնությանը տրամադրվել է «աշխարհի մասին» լրատվության ընդամենը 1.5%-ը:

- **Հատկանշական է, որ «Արմենիայի» և «Շանթի» լրատվության շրջանակներում բացակայում էր Իրանը:**

«Հ1»-ի լրատվական հաղորդումներում աշխարհագրական գերակայությունների դիտարկումը հանգեցնում է եզրակացության, որ.

- **«Հ1»-ի լրատվական հաղորդումներում աշխարհագրական գերակայությունները լիովին համապատասխանում են Հայաստանի համար առավել ակտուալ «արտաքին աշխարհին»:**
- **«Հ1»-ի ուշադրության կենտրոնում է նախ և առաջ Հայաստանի ռազմական կարևորագույն (փաստորեն միակ) ռազմական դաշնակիցը՝ ՌԴ-ն:**
- **Երկրորդն է «ամենամեծ թշնամին»՝ Թուրքիան:**
- **Երրորդն է ԱՄՆ-ը՝ աշխարհի միակ գերտերությունը, որը որպես շատ հզոր գործոն ներկա է աշխարհի բոլոր կետերում, այդ թվում նաև Հայաստանում:**
- **Չորրորդը Սիրիան է՝ որտեղ դիտարկվող ժամանակահատվածում ընթացող պատերազմն ուղղակիորեն կապված էր Հայաստանի ազգային անվտանգության հետ և, բացի դրանից, վերաբերում էր հայկական Սփյուռքի կարևորագույն հատվածներից մեկին՝ սիրիահայությանը:**

⁵ Իսպանիան ներկայացված է բացառապես ֆուտբոլային լուրերով:

⁶ Դիտել Ուկրաինայի և Ռուսաստանի համեմատական երանգները:

- Հինգերորդը Հայաստանի երկրորդ կարևորագույն դաշնակիցն է, որի նշանակությունը Հայաստանի համար և ամբողջ տարածաշրջանում ավելի ու ավելի է աճում՝ Իրանը:

«Հ3»-ի լրատվությունն աշխարհի մասին առանձնանում է նրանով, որ այստեղ առկա են միայն երկու ակնհայտորեն գերակա երկրներ.

- «Հ3»-ի նախապատվություններ էին Թուրքիան (19.1%) և ԱՄՆ-ը (17.0%), որոնց տրված ժամանակը մոտավորապես նույնն էր, և նշանակալիորեն գերազանցել են ցանկացած այլ երկրին տրված ժամանակին:
- «Հ3»-ի լրատվական ժամանակի միայն 4.8%-ն էր վերաբերում Ռուսաստանի Դաշնությանը և մոտավորապես հավասար էր Ուկրաինային տրամադրված ժամանակին:

Աղյուսակ 5

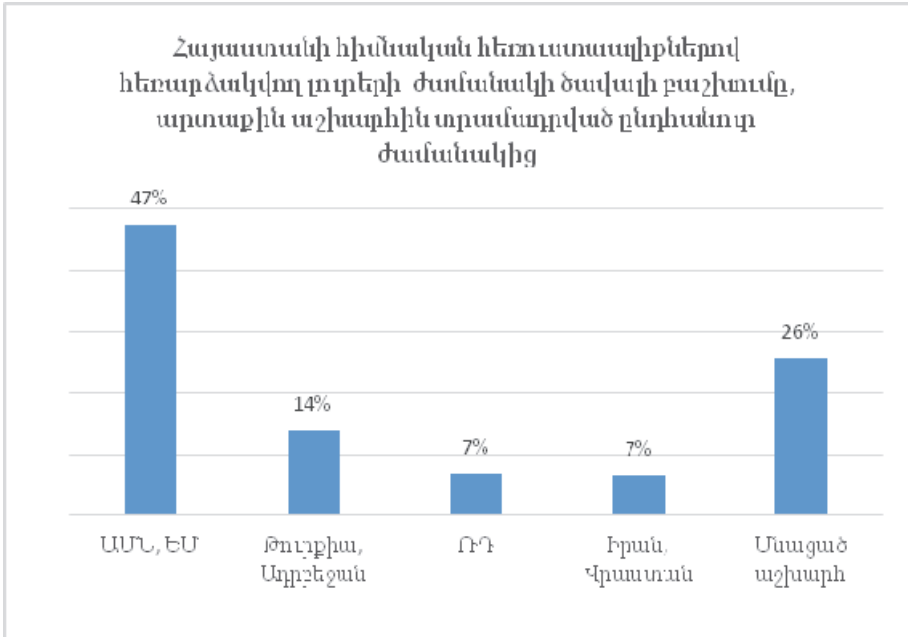
Մտադ/Երկիր	Արմենիա	Մտադ/Երկիր	Եմե	Մտադ/Երկիր	ՀԱ	Մտադ/Երկիր	ՀՅ	Մտադ/Երկիր	Շեղաններ
ԱՄՆ	13.2%	ԱՄՆ	22.6%	Ուր	18.3%	Թուրքիա	19.1%	ԱՄՆ	17.1%
ՄԲ	11.3%	Արցախ	13.1%	Թուրքիա	13.9%	ԱՄՆ	17.0%	ՄԲ	8.1%
Իրան	11.0%	Եվրոպա	10.9%	ԱՄՆ	12.8%	Ուր	4.8%	Արցախ	7.8%
Իսրայել	9.6%	Ուկրաինա	9.9%	Միլիտ	10.6%	ՄԲ	4.7%	Ուր	6.8%
Ուր	8.3%	Վրաստան	7.0%	Իրան	8.2%	Ուկրաինա	4.6%	Իրան	6.5%
Ֆրանսիա	8.3%	Իրաք	6.6%	Եվրոպա	7.4%	Եվրոպա	4.5%	Թուրքիա	6.0%
Թուրքիա	7.0%	ՄԲ	5.9%	Արցախ	7.1%	Արցախ	4.2%	Եվրոպա	5.6%
Ֆեդերալ	4.4%	Իրան	3.9%	Վրաստան	5.9%	Ֆեդերալ	3.6%	Վրաստան	5.5%
Վրաստան	3.9%	Ֆեդերալ	3.0%	ՄԲ	4.2%	Վրաստան	3.2%	Իսրայել	5.1%
Արցախ	3.0%	Նախագահ Վր	2.7%	Իսրայել	3.2%	Իրաք	2.9%	Ուկրաինա	4.4%
Քեդա	2.2%	Թուրքիա	2.4%	Ֆրանսիա	2.9%	Ուսմանիա	2.9%	Ֆրանսիա	4.2%
Իրան	2.2%	Թուրքիայի	1.8%	Թուրքիայի	1.5%	Միլիտ	2.9%	Ֆեդերալ	3.2%
Թուրքիայի	2.2%	Ղարաբաղ	1.8%	Իսրայել	1.4%	Ֆրանսիա	2.3%	Իրաք	2.8%
Ճարման	1.9%	Իսրայել	1.5%	Քեդա	0.8%	Աշխարհ	2.2%	Թուրքիայի	1.9%
Բարձրագույն	1.0%	Ուր	1.5%	Նախագահ	0.8%	Իսրայել	2.0%	Միլիտ	1.9%
Ար	9.9%	Ար	5.4%	Ար	1.0%	Ար	18.9%	Ար	13.1%
Շեղաններ	100.0%	Շեղաններ	100.0%	Շեղաններ	100.0%	Շեղաններ	100.0%	Շեղաններ	100.0%

Աղյուսակ 5-ի տվյալների ընդհանրացումը (Գծապատկեր 1) տալիս է «Արտաքին աշխարհի» այն կերպարը, որը բովանդակությամբ է լցվում Հայաստանի հեռուստատեսային լրատվությամբ:

- Հայաստանի հասարակության համար «Արտաքին աշխարհի» մոտ կերպ ներկայացնում է Արևմուտքը, այդ թվում ԵՄ-ը՝ 30%, իսկ ԱՄՆ-ը՝ 17%:
- Թշնամիները «ցնում» են «Արտաքին աշխարհի» 14%-ը, այդ թվում՝ Թուրքիան՝ 6% և Ադրբեջանը՝ 8%:

- «Դաշնակիցները» կազմում են դրա ևս 14%-ը, այդ թվում Ռուսաստանը՝ միայն 7%-ը:
- Իսկ «մնացած աշխարհը» կազմում է «Արտաքին աշխարհի» մոտ քառորդ մասը:

Գծապատկեր 1



- Ռազմավարական տեսակետից Հայաստանի հեռուստատեսային լրատվության նման շեղումը խիստ անբարենպաստ է:
- Հայաստանի հասարակությանը շատ քիչ տեղեկություններ է հաղորդվում ինչպես իր ֆիզիկական անվտանգությունն ապահովող ռազմավարական դաշնակցի՝ ՌԴ-ի, այնպես էլ իր այն հարևանների վերաբերյալ՝ Վրաստան և Իրան, որոնց շնորհիվ մեղմանում է Հայաստանի տնտեսական շրջափակման ազդեցությունը:
- Իսկ Իրանի դեպքում շատ քիչ է տեղեկատվությունը Հայաստանի այն ռազմավարական դաշնակցի մասին, ում անբացահայտ և չհրապարակվող աջակցությունն Արցախի հարցում Հայաստանի համար հույժ կարևոր է:

Թեմաներ և ոլորտներ.- Հասարակական գիտակցության և կարծիքի ձևավորման տեսակետից կարևոր է նաև այն, թե ինչ թեմաներ են արժարժվում ինֆորմացիոն դաշտում: Աղյուսակ 6-ում ներկայացված են դիտարկված հեռուստաալիքներում արժարժված թեմաներին տրամադրված ժամանակի բաշխումներն ինչպես առանձին հեռուստաալիքներում, այնպես էլ համակշռված ընդհանուր ժամանակը:

Աղյուսակ 6

Թեմաներ	«Արմենիա»	«Շանթ»	«Հ1»	«Հ3»	Ընդամենը
Քաղաքական	13.8%	29.1%	13.4%	29.2%	20.1%
Տնտեսական	18.9%	13.5%	27.4%	6.8%	18.0%
Սոցիալական	14.8%	11.8%	14.9%	16.1%	14.3%
Սփյուռք	12.3%	9.8%	13.2%	3.1%	10.4%
Մշակութային	7.9%	4.4%	12.0%	18.2%	10.0%
Աղետներ	8.2%	8.1%	4.1%	8.3%	7.0%
Սպորտ	7.0%	0.9%	0.6%	11.8%	4.4%
Շոու բիզնեսի իրադարձություններ	4.3%	5.5%	4.2%	2.4%	4.2%
Եղանակ	2.7%	9.1%	0.1%	2.0%	3.4%
Գիտություն և տեխնոլոգիա	3.6%	4.6%	2.8%	0.3%	3.1%
Բնապահպանություն	3.6%	2.4%	2.8%	0.9%	2.6%
Ռազմական	2.7%	0.8%	4.5%	1.0%	2.5%
Ընդամենը	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Աղյուսակի հիմնական առանձնահատկություններն են.

- Դիտարկված հեռուստաալիքներն ամենամեծ ժամանակը հատկացնում են քաղաքական և տնտեսական թեմաներով լուրերին, համապատասխանաբար՝ 20 և 18%: Դրանց հաջորդում են սոցիալական, սփյուռքի վերաբերյալ և մշակութային լուրերը: Այս հինգ թեմաները միասին կազմում են լուրերին տրամադրված ժամանակի 70%-ը:
- Նշանակալի տեղ է տրամադրվում աղետների, պատահարների, ահաբեկչությանը և քրեական լուրերին՝ 7%:
- Այս թեմաներին հաջորդում են սպորտը, շոու բիզնեսի իրադարձությունները, եղանակի տեսությունը: Իսկ այդ շարքն ավարտում են

գիտության և տեխնոլոգիաների մասին լուրերը, որոնց տրամադրվում է ժամանակի ընդամենը 3.1%-ը:

- **Վերջին խմբում են բնապահպանական և ռազմական լուրերը:**

Առանձին հեռուստաալիքների թեմատիկ գերակայությունների առանձնահատկություններից կարելի է նշել հետևյալը.

- Քաղաքական լուրերին նշանակալիորեն ավելի մեծ տեղ են հատկացնում «Շանթը» և «Հ3»-ը:
- Տնտեսական լուրերին՝ «Հ1»-ը և «Արմենիան», որը, սակայն, նշանակալիորեն զիջում է «Հ1»-ին:
- Սփյուռքի թեման համարյա չի արժարժվում «Հ3»-ում, սակայն դրա փոխարեն այստեղ ամենաբարձր ցուցանիշն է *մշակութային լուրերի* տեսակետից, որոնք զբաղեցնում են ժամանակի 18.2%-ը, այն դեպքում, երբ «Շանթում» և «Արմենիայում» մշակութային թեմային տրամադրվող ժամանակը կազմում է լուրերի համապատասխանաբար՝ 4.4 և 7.9%-ը:

Եզրակացություններ.- Հայաստանի հեռուստատեսային ինֆորմացիոն դաշտի լրատվական բլոկի աշխարհագրական և թեմատիկ կառուցվածքները չեն համապատասխանում Հայաստանի ազգային անվտանգության և ռազմավարական զարգացման նպատակներին:

Աշխարհագրական կառուցվածք.- Լրատվական ժամանակի մոտ կեսը տրամադրվում է այն երկրներին և տարածաշրջաններին, որոնք չեն ստանձնել որևէ պարտավորություն Հայաստանի ազգային անվտանգության և տնտեսական զարգացման հարցերում: Միաժամանակ, տարօրինակ կերպով քիչ են Հայաստանի ռազմավարական և ռազմական հիմնական դաշնակցի՝ Ռուսաստանի մասին լուրերը, որոնց տրամադրվող ժամանակը 7 անգամ զիջում է արևմտյան երկրներին տրամադրվող ժամանակին: Այն դեպքում, երբ Ռուսաստանում բնակվում է 1 միլիոնից ավելի հայ, որոնց մասնավոր տրանսֆերտները կազմում են Հայաստանի ՀՆԱ 16%-ը, իսկ Ռուսաստանում տեղի ունեցող դրական զարգացումները և ցնցումներն ամենահզոր գործոններն են Հայաստանի տնտեսական, քա-

դաքական և ռազմական անվտանգության հարցերում: Ընդ որում, Ռուսաստանի վերաբերյալ «Արմենիա» հեռուստաալիքի լուրերում բացասական բնույթի լուրերի ժամանակը կրկնակի գերազանցել է դրական բնույթի լուրերի ժամանակին:

Հայաստանի հաջորդ կարևորագույն ռազմավարական դաշնակցի և հարևանի՝ Իրանի մասին լուրերին հատկացված ժամանակն էլ ավելի տարօրինակ կերպով շատ քիչ է: Բոլոր երկրների շարքում այն կիսում է 19-20-րդ տեղը՝ Կարիբյան կղզիների հետ:

Հայաստանի մասին լրատվությունը խիստ անհամամասնորեն կենտրոնացված է մայրաքաղաքային լուրերի վրա: Շատ քիչ են մարզային լուրերը:

Խիստ անհանգստացնող է Արցախի մասին լրատվության շատ փոքր ծավալը:

Թեմատիկ կառուցվածք. Լրատվության թեմատիկ կառուցվածքը չի համապատասխանում Հայաստանի ռազմավարական զարգացման նպատակներին: Եթե «աշխարհի ապագան» պատկանում է գիտական, տեխնոլոգիական և մտավոր բարձր զարգացած հասարակություններին, միաժամանակ՝ Հայաստանը պետական մակարդակով որպես զարգացման կարևորագույն ռազմավարական հիմք և նպատակ է առաջադրել *գիտելիքահեն տնտեսության և հասարակության կազմավորումը*, ապա խիստ տարօրինակ է և անհանգստացնող, երբ *հեռուստատեսային լրատվական դաշտում գիտությանը և տեխնոլոգիաներին է տրամադրվում ժամանակի ընդամենը 3%-ը՝ ավելի քիչ, քան շոու բիզնեսի սկանդալային իրադարձություններին, քրեական իրադարձություններին, աղետներին, եղանակի տեսությունը և սպորտին տրամադրվող ժամանակը:*

Սոցիալական ոլորտի լուրերի ազդեցության տակ հասարակության շրջանում տպավորություն կարող է կազմավորվել, թե Հայաստանում բնակվում են հիմնականում մտավոր հետամնացներ և բռնության ենթարկված կանայք, որոնց կարիքները պետք է առաջնահերթ հոգալ: Հայաստանի կերպարի վերաբերյալ այդպիսի պատկերացումներ ունեցող հասարակությունում կարող է դժվարին հարց առաջանալ՝ *արդյո՞ք նման*

երկրում կարող է զարգանալ գիտելիքահեն տնտեսություն, որի արդյունքում էապես կբարելավվի բնակչության լայն շերտերի վիճակը:

Այսպիսով, Հայաստանի հեռուստատեսության լրատվական հաղորդումների ուսումնասիրությունը հանգեցնում է հետևյալ հիմնական եզրակացությանը:

Հայաստանի հեռուստատեսության լրատվական ինֆորմացիոն դաշտը խարխալում է ազգային անվտանգության տեսակետից կարևոր կրիտիկական ենթակառուցվածքը՝ Հայաստանի հասարակության պատկերացումներում ազգային զարգացման տեսակետից նպաստավոր «աշխարհի կերպարը»:

Առաջարկներ.՝ Մեր կարծիքով, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության նախաձեռնությամբ անհրաժեշտ է քննարկումներ սկսել Հայաստանի հեռուստատեսային ինֆորմացիոն դաշտի վերաբերյալ՝ հեռուստաընկերությունների ղեկավարների, ինֆորմացիոն անվտանգության ոլորտի մասնագետների, հասարակագիտական հանրության և Հայաստանի կառավարության ներկայացուցիչների միջև՝ պայմանավորվածություններ ձեռք բերելու համար, թե ինչպես կարգաբերել Հայաստանի հեռուստատեսային լրատվական ինֆորմացիոն դաշտը, որպեսզի այն նպաստի Հայաստանի ազգային անվտանգության և ռազմավարական զարգացման նպատակներին: