

ՀԱՆԴՈՒՐԺՈՂԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ
ՀԱՅԿԱԿԱՆ
ԶԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ.
ՀԵՌՈՒՍՏԱՄԱՍՈՒԼԻ ՄՈՆԻԹՈՐԻՆԳ

ԿՈՎԿԱՍԻ ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ

Գյուլիսանդանյան Էվելինա

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ	4
Աղյուսակ 1. Հետազոտված հեռուստաալիքը և հեռուստահաղորդումները.....	6
Աղյուսակ 2. Եթերում ամենահաճախ հանդիպող թեմաների քանակական և տոկոսային համամասնությունները	7
Աղյուսակ 3. Լուրերում 5 ամենահաճախ հանդիպող թեմաները լրատվական հաղորդումներում.....	8
Աղյուսակ 4. Վերաբերմունքի տիպերը	9
Աղյուսակ 5. Վերաբերմունքի տիպերը հաշվարկված առանց հանդուրժողական թեմաների	9
Աղյուսակ 6. Յուրաքանչյուր վերաբերմունքի մեջ ամենամեծ տոկոս ունեցող սուբյեկտները	10
Աղյուսակ 7. Իր թեմաների մեջ ամենահանդուրժողական հեռուստածրագիրը.....	11
Աղյուսակ 8 Յուրաքանչյուր աղբյուրների արտահայտած վերաբերմունքի քանակական և թվային արտահայտությունը.....	12
Աղյուսակ 9. Վերաբերմունքի ամենամեծ տոկոսները ամենահաճախ անդրադարձ ունեցող սուբյեկտների նկատմամբ.....	14
ԱՍՓՈՓՈՒՄ	15
ՀԱՄԵՄԱՏԱԿԱՆ. տպագիր, ինտերնետային և հեռուստամամուլի համեմատությունը	16
Աղյուսակ 10. Վերաբերմունքի ամենամեծ տոկոսները սուբյեկտների նկատմամբ հեռուստամամուլում, տպագիր և ինտերնետային մամուլում	17
ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1	18
ՁԼՄ-ներում հանդուրժողականության մոնիթորինգի մեթոդոլոգիան....	18
ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2	21

ԵՐԱՆՏԻՔԻ ԽՈՍՔ

Կովկասի ինստիտուտը իր երախտիքն է հայտնում ՄԱԿ-ի ազգային զարգացման ծրագրին, որի աջակցությամբ հնարավոր դարձավ ուսումնասիրել հանդուրժողականությունը հայկական մամուլում:

Ծրագրի արդյունավետ իրականացմանը մեծապես նպաստեցին ՄԱԶԾ ծրագրի համակարգողներ Ալլա Բակունցի և Մարինե Մալխասյանի արժեքավոր գաղափարները:

ԿԻ-ն շնորհակալություն է հայտնում փորձագետներ Իոսիֆ Ջիալոշինսկուն և Դիանա Միրոյուրովային ծրագրի ընթացքում իրենց խորհուրդների և առաջարկների համար:

ԿԻ-ն իր երախտիքն է հայտնում Եվրախորհրդի հայաստանյանին գրասենյակին “Հանդուրժողականությունը հայկական լրատվամիջոցներում” ծրագրի երկրորդ փուլի կազմակերպման համար հեռուսամոնիթորներ և ձայնագրման սարքեր տրամադրելու համար:

ԿԻ-ն շնորհակալ է նաև, բոլոր այն լրատվամիջոցներին, որոնք իրենց դիտարկումներով արձագանքեցին ծրագրի առաջին փուլի արդյունքներին: Տպագիր և ինտերնետային լրատվամիջոցներում տեղ գտած տեսակետների ինտերնետային հասցեները տես հավելված 2-ում:

Վերջում, բայց ոչ վերջին հերթին ԿԻ-ն հայտնում է իր երախտիքը ծրագրի կողավորողներ՝ Ջոնի Մելիքյանին, Էլլա Կարագուլյանին, Աիդա Միրմաքսումովային, Անի Հարությունյանին, Գոռ Ողորմյանին և Արշալույս Մզդեայանին իրենց բարեխիղճ և արհեստավարժ աջխատանքի համար:

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Ծրագրի նպատակը

Մամուլի և հեռուստատեսության մոնիթորինգի ՄԱԶԾ նախագիծը, որ իրականացրեց “Կովկասի ինստիտուտ” հիմնադրամը, ուղղված էր հայկական ՁԼՄ-ների հանդուրժողականության ուսումնասիրությանը: Նախագիծը խնդիր ուներ մշակել հայկական լրատվամիջոցներում հանդուրժողականության գնահատման գործիք դուրս բերել ՁԼՄ-ներում արտացոլված հանդուրժողականությանն առնչվող ամենասուր հիմնախնդիրները, ինչպես նաև բարձրացնել հասարակության և լրատվամիջոցների տեղեկացվածությունը հանդուրժողականության խնդիրների շուրջ և խրախուսել հասարակությանն անդրադառնալ հիմնախնդրին:

Ծրագրի կառուցվածքը

Նախագիծը բաղկացած է երկու փուլից:

Նախագծի առաջին փուլում ուսումնասիրվեց տպագիր և ինտերնետային մամուլը: Երկրորդ փուլում ուսումնասիրվեց հեռուստամամուլը:

Մեթոդոլոգիական հիմքերը

Ծրագրի ընթացքում Կովկասյան ինստիտուտը հիմնվեց 2008թ.-ի հոկտեմբերի 20-24-ը ՄԱԶԾ-ի կողմից կազմակերպած “Հանդուրժողականության մեդիա մոնիթորինգի մեթոդոլոգիա” սեմինարի ընթացքում առաջարկված մեթոդների և մոտեցումների վրա:

Մոնիթորինգի ժամանակահատվածը

Կողմնորման դաշտային աշխատանքներն իրականացվել են պատահաբար ընտրված 10 օր, 2009թ.-ի փետրվարին:

Մոնիթորինգի սկզբունքները

Մոնիթորինգի ընթացքում հաշվի է առնվել ոչ թե տեքստի բովանդակությունը, այլ ձևը՝ որքանով հանդուրժողական/անհանդուրժողական ձևով է գրված/ներկայացված նյութը:

Հեռուստաալիքների և հաղորդումների ընտրությունը

Ընտրանքը ներկայացուցչական չէ և ստացված տվյալները վերաբերում են միայն հետազոտված 7 հեռուստաալիքների ուսումնասիրված հաղորդումներին՝ տվյալ ժամանակահատվածում: Արդյունքները չեն

կարող տարածվել այլ հեռուստաալիքների, հեռուստածրագրերի կամ այլ ժամանակային հատվածների վրա:

Ընտրանքում ընդգրկվել են այսպես կոչված prime time-ի ժամանակահատվածի ծրագրերը, լրատվական հաղորդումների հիմնական թողարկումները: Մոնիթորինգն իրականացվել է երկուշաբթիից ուրբաթ օրերին: Փորձնական մոնիթորինգի համար ընտրվել են հետևյալ հեռուստաալիքները.

- Հ1
- Հ2
- Արմենիա
- ԱԼՄ
- Երկիր մեդիա
- Կենտրոն
- Շանթ

Նշված հեռուստաալիքներում հետազոտվել են հետևյալ հեռուստահաղորդումները.

Լուրեր (հիմնական թողարկում)

1. Օրեցօր (ԱԼՄ)
2. Հայլուր (Հ1)
3. Լրաբեր (Հ2)
4. Երկիրն այսօր (Երկիր մեդիա)
5. Ժամը (Արմենիա)
6. Զարկերակ (միջազգային լուրեր, ԱԼՄ)
7. Էպիկենտրոն (Կենտրոն)
8. Հորիզոն (Շանթ)

Հեռուստատեսային հարցազրույցներ

9. Ուրվագիծ (Կենտրոն)
10. Հեռանկար (Շանթ)
11. Այցեքարտ (ԱԼՄ)
12. 25 րոպե (Հ1)

Ժամանցային ծրագրեր

13. Իմ մեծ, չաղ հայկական հարսանիքը (Արմենիա)
14. Դեսից դենից (Երկիր)
15. Իրարանցում (Կենտրոն)

Տեղեկատվական հաղորդումներ

16. 02 (Հ1)
17. Ինչ են գրում թերթերը (Կենտրոն)
18. Հատուկ ռեպորտաժ (Հ1)

Հետազոտվել է 18 հաղորդման 133 տարբեր հեռարձակում 7 հեռուստատալիքներում: Յուրաքանչյուր հաղորդման ընթացքում առանձին կոդավորվել են հաղորդման մեջ ընդգրկված տարբեր թեմաները: Ընդհանուր առմամբ հաշվարկվել է 1619 թեմա:

Աղյուսակ 1. Հետազոտված հեռուստատալիքը և հեռուստահաղորդումները

Հեռուստատալիքը	Հաղորդումը	Քանակը
Հ1	Հայլուր	10
	25րոպե	4
	Հատուկ ռեպորտաժ	4
	02	2
Արմենիա	Ժամը	10
	Իմ մեծ չաղ հայկական հարսանիքը	9
Հ2	Լրաբեր	10
	Կենսորոն	10
Կենսորոն	Էպիկենտրոն	10
	Ուրվագիծ	10
	Ինչ են գրում թերթերը	8
	Իրարանցում	2
ԱԼՄ	Օրեցօր	10
	Զարկերակ	10
	Այցեքարտ	3
Շանթ	Հորիզոն	10
	Հեռանկար	8
Երկիր մեդիա	Երկիրն այսօր	10
	Դեսից դենից	3
Ընդամենը		133

Հետազոտված փոփոխականներ. Մոնիթորինգի ընթացքում տեղեկատվություն է քաղվել հետևյալ փոփոխականների վերաբերյալ.

- *Թեման* (օր.՝ ՀՀ ներքին քաղաքականություն, տնտեսություն, կրթություն, պատմական իրողություններ և այլն)
- *Վերաբերմունքի տիպը* (այս դեպքում առանձնացվել են հանդուրժողական թեմաները և որևէ տիպի ոչ հանդուրժողական վերաբերմունք պարունակող թեմաները)
- *Վերաբերմունքի սուբյեկտը* (առանձնացվել են այն սուբյեկտները, որոնց նկատմամբ գրանցվել է այս կամ այն տիպի վերաբերմունք)
- *Աղբյուրը* (նշվել է անհանդուրժողական վերաբերմունքի աղբյուրը) Գործիքը մանրամասն տես հավելված 1-ում:

ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

Հաղորդումները, որ ենթարկվել են մոնիթորինգի, խմբավորվել են (տես էջ 5) և արդյունքում ստացվել են հետևյալ 4 տիպի հեռուստահաղորդումները.

- Լուրեր (հիմնական թողարկում)
- Հեռուստատեսային հարցազրույցներ
- Ժամանցային ծրագրեր
- Տեղեկատվական հաղորդումներ

Վերլուծության ընթացքում տարբեր հաղորդաշարեր և հեռուստաալքիներ համեմատվել են այս խմբերի ներսում(համապատասխան այս խմբերի):

Ստորև աղյուսակներում հաշվարկված են հեռուստամամուլում քննարկվող թեմաների, եթերում ամենահաճախ հանդիպող սուբյեկտների նկատմամբ վերաբերմունքի, հանդուրժողական և անհանդուրժողական թեմաների քանակական և տոկոսային համամասնությունները, ինչպես նաև հետազոտության ընթացքում բացահայտված մի շարք այլ ուշագրավ ցուցանիշներ:

Աղյուսակ 2-ում առանձնացված են եթերում ամենահաճախ անդրադարձ ունեցող սուբյեկտները: Տվյալները ցույց են տալիս, որ եթերում առավել հաճախ քննարկվում են *օտարերկրյա քաղաքականության* և *արտաքին աշխարհին* առնչվող թեմաները (16.3%): Անդրադարձը ներքին քաղաքականությանը 7.1%-ով ընդամենը հինգերորդ հորիզոնականում է: Թեև ոչ վերջին հորիզոնականում, բայց բավականին ցածր ցուցանիշ ունեն ՁԼՄ-ների առնչվող թեմաները (1.1%):

Աղյուսակ 2. Եթերում ամենահաճախ հանդիպող թեմաների քանակական և տոկոսային համամասնությունները

Հաղորդման թեմաները	Քանակ	Տոկոս
Օտարերկրյա քաղաքականություն, արտաքին աշխարհ	261	16.3%
Տնտեսություն, գյուղատնտեսություն, ֆինանսներ	226	14.0%
Առօրյա հանցագործություններ, աղետներ	138	8.5%
Միջազգային հարաբերություններ, միջազգային ինտեգրացիա	135	8.3%
ՀՀ ներքին քաղաքականություն	114	7.1%
Կենցաղ, սոցիալական խնդիրներ	115	7.0%
...
ՁԼՄ-ներ	18	1.1%
....

Աղյուսակ 3-ում հաշվարկված են լրատվական հաղորդումներում ամենահաճախ հանդիպող թեմաները: Հայլուր լրատվականում ամենահաճախ անդրադարձ է կատարվում *օտարերկրյա քաղաքականությանը* և *արտաքին աշխարհի նորություններին* (14.9%), նույն թեմային մնացած թեմաներից առավել հաճախ անդրադառնում են Լրաբերը (17.1%), Հորիզոնը (13.5%), Երկիրն այսօրը (16.8%), ինչպես նաև Էպիկենտրոնը (14.3%), որը նույն համամասնությամբ անդրադառնում է նաև *հայաստանյան տնտեսությանը*, *գյուղատնտեսությանը* կամ *ֆինանսական հարցերին*: Այս խնդիրներին ամենաշատ անդրադարձն ունի նաև Օրեցօրը (20.0%): Ժամն առավելապես անդրադառնում է *կենցաղին* և *հասարկության սոցիալական խնդիրներին* (18.8%):

Աղյուսակ 3. Լուրերում 5 ամենահաճախ հանդիպող թեմաները լրատվական հաղորդումներում

Աղբյուր	Թեման									
	ՀՀ ներքին քաղաքականություն	Օրենսդրական, քաղ. բարեփոխումներ	Միջազգ. հարաբերություններ, միջ. ինտեգրացիա	Ղարաբաղ, բանակցայի և որժրնթաց	Օտարերկրյա քաղաքականություն, արտաքին աշխարհ	Տնտեսություն, գյուղատնտեսություն, ֆինանսներ	Միջոցառումներ	Կենցաղ, սոցիալական խնդիրներ	Առօրյա հանցագործություններ, աղետներ	Մշակույթ
Հայլուր			15 9.3%	12 7.5%	24 14.9%	32 19.9%			14 8.7%	
Լրաբեր			16 6.8%		40 17.1%	31 13.2%	18 7.7%		21 9.0%	
Օրեցօր		11 5.6%	16 8.2%		11 5.6%	39 20.0%			14 7.2%	
Հորիզոն	14 9.0%		18 11.6%		21 13.5%	18 11.6%			15 9.7%	
Ժամը			12 8.7%		10 7.2%	22 15.9%		26 18.8%	12 8.7%	
Երկիրն այսօր		12 7.7%	20 12.9%		26 16.8%				15 9.7%	12 7.7%
Էպիկենտրոն	16 11.4%		15 10.7%	13 9.3%	20 14.3%	20 14.3%				

Աղյուսակ 4-ում ներկայացված են վերաբերմունքի տիպերը: Այստեղ կարելի է դիտարկել, որ հետազոտված թեմաների 85.1% հանդուրժողական են և չեն պարունակում որևէ տիպի վերաբերմունք:

Աղյուսակ 4. Վերաբերմունքի տիպերը

<i>Վերաբերմունքի տիպը</i>	<i>Քանակ</i>	<i>Տոկոս</i>
Ողջ թեման հանդուրժողական է	1429	85.1%
Դրական վերաբերմունք	40	2.4%
Կանխակալ աջակցություն ի հաշիվ ուրիշի	12	0.7%
Խտրականություն	2	0.1%
Բացասական վերաբերմունք ¹	77	4.6%
Պիտակավորում, հեզնանք, վիրավորանք, ծաղր	67	4.0%
Այս կամ այն խմբին/անդամին ուղղված մեղադրանք հասարակության, պետության վրա բացասական ազդեցության շուրջ/ իշխանությունը զավթելու կամ այլ տիպի մեղադրանք	47	2.8%
Խտրականությունն ու հանցագործությունն արդարացնող արտահայտություններ	3	0.2%
Դժվարանում եմ կողավորել	3	0.2%
Ընդամենը	1680	100%

Աղյուսակ 5-ում հաշվարկված են վերաբերմունքի տիպերն առանց հանդուրժողական թեմաների: Ընդհանուր առմամբ անհանդուրժողական վերաբերմունք պարունակող թեմաների քանակը 251-ն է, որոնց թվում առավել մեծ տոկոս են կազմում բացասական վերաբերմունքը (30.7%), պիտակավորումը, հեզնանքը, ծաղրը, վիրավորանքը միասին (26.7%), այս կամ այն խմբին ուղղված մեղադրանքը (18.7%), և չորրորդ ամենամեծ ցուցանիշն ունի դրական վերաբերմունքը (15.9%):

Աղյուսակ 5. Վերաբերմունքի տիպերը հաշվարկված առանց հանդուրժողական թեմաների

<i>Վերաբերմունքի տիպերը հաշվարկված առանց հանդուրժողական թեմաների</i>	<i>Քանակ</i>	<i>Տոկոս</i>
Բացասական վերաբերմունք	77	30.7%
Պիտակավորում, հեզնանք, վիրավորանք, ծաղր	67	26.7%

¹ այս կամ այն խմբի բացասական կերպարի ստեղծում, երբ զուգակցված չէ կոնկրետ մեղադրանքներով, որոնց -վերաբերում են մյուս կետերը

Այս կամ այն խմբին/անդամին ուղղված մեղադրանք հասարակության, պետության վրա բացասական ազդեցության շուրջ/իշխանությունը զավթելու կամ այլ տիպի մեղադրանք	47	18.7%
Դրական վերաբերմունք	40	15.9%
Կանխակալ աջակցություն ի հաշիվ ուրիշի	12	4.8%
Խտրականությունն ու հանցագործությունն արդարացնող արտահայտություններ	3	1.2%
Դժվարանում եմ կողավորել	3	1.2%
Խտրականություն	2	0.8%
Ընդամենը	251	100%

Աղյուսակ 6-ը ցույց է տալիս, թե յուրաքանչյուր առանձին վերաբերմունքի դեպքում, որ սուբյեկտներին է եղել ամենամեծ անդրադարձը: Օրինակ, *շարքային քաղաքացիներն* ամենամեծ մասնաբաժինն ունի պիտակավորում, հեզնանք, վիրավորանք, ծաղր (19.4%) վերաբերմունքի դեպքում, ինչպես նաև 10.6%-ով *այլ (կրթության, մշակույթի ներկայացուցիչներ և այլն)* տարբերակի հետ մեկտեղ ամենամեծ արտահայտվածությունն ունի այս կամ այն խմբին ուղղված մեղադրանքի դեպքում: Եթերում տեղ գտած դրական վերաբերմունքն առավելապես ուղղված է Հայաստանին կամ հայերին (30.0%):

Աղյուսակ 6. Յուրաքանչյուր վերաբերմունքի մեջ ամենամեծ տոկոս ունեցող սուբյեկտները

Վերաբերմունքի տիպը	Սուբյեկտը	
Դրական վերաբերմունք	Հայաստան, հայեր	30.0%
Կանխակալ աջակցություն ի հաշիվ ուրիշի	Այլ (կրթության, մշակույթի և այլն ներկայացուցիչներ)	33.3%
Խտրականություն	Հայաստան, հայեր	50.0%
	Ռուսաստան, ռուսներ	
Բացասական վերաբերմունք ²	Այլ ազգություններ, պետություններ	15.6%
Պիտակավորում, հեզնանք, վիրավորանք, ծաղր	Շարքային քաղաքացիներ	19.4%
Այս կամ այն խմբին/անդամին ուղղված մեղադրանք հասարակության, պետության վրա	Շարքային քաղաքացիներ	10.6%

² այս կամ այն խմբի բացասական կերպարի ստեղծում, երբ զուգակցված չէ կոնկրետ մեղադրանքներով, որոնց որոնց վերաբերում են մյուս կետերը

բացասական ազդեցության շուրջ/ իշխանությունը զավթելու կամ այլ տիպի մեղադրանք	Այլ (կրթության, մշակույթի և այլն ներկայացուցիչներ)	
Խտրականությունն ու հանցագործությունն արդարացնող արտահայտություններ	Թուրքիա, թուրքեր	50.0%
	Այլ ազգեր, պետություններ	

Աղյուսակ 7-ում ամփոփված են մոնիթորինգի ենթարկված բոլոր հեռուստաձրագրերում հանդուրժողական թեմաների համամասնությունները: Տեղական լրատվական լուրերի (առանց Ջարկերակ միջազգային լուրի) շարքում առավել մեծ քանակությամբ հանդուրժող թեմաներ է պարունակում Հորիզոն լրատվականը (93.5%), իսկ ամենաքիչը՝ Էպիկոնտրոնը (83.8%): Հեռուստատեսային հարցազրույցներից առավել մեծ թվով հանդուրժողական թեմաներ է ներառում Հեռանկարը, որին Ուրվագիծը զիջում է 3.1%-ով³, իսկ ամենավերջին տեղում Այցեքարտն է (54.2%): Տեղակատվական հաղորդումների շարքում, առանց որևէ անհանդուրժողական արտահայտության տեղեկություններ է հաղորդում 02 լրատվականը: Ժամանացային հաղորդումներն հանդուրժողականության իրեն ցուցանիշով զիջում են մյուս բոլոր տիպի հաղորդումներին:

Ընդհանուր հաղորդումների շարքում հանդուրժողականության առավել ցածր ցուցանիշներ ունեցող 5 հաղորդումներն են (մզեցված վանդակներում)՝ Ժամանցային հաղորդաշարեր՝ Դեսից դենից (31.2%), Իմ մեծ չաղ հայկ. հարսանիքը (45.0%), Իրարանցումը (50.0%), այնուհետև հեռուստատեսային հարցազրույցներից Այցեքարտը (54.2%) և Ուրվագիծը (58.9%): Հեռուստատեսային հարցազրույցների դեպքում, պետք է հաշվի առնել, սակայն, որ այստեղ ընդգրկված է նաև ուղիղ եթերում հյուրերի խոսքը:

Աղյուսակ 7. Իր թեմաների մեջ ամենահանդուրժողական հեռուստաձրագիրը

Հեռուստաալիքը		Տոկոս
Իր թեմաների մեջ ամենահանդուրժողականը		
Լրատվական հաղորդումներ		
Ջարկերակ (միջազգային լուրեր)		99.5%

³ Ուղիղ հեռարձակմամբ հարցազրույցների դեպքում պետք է հաշվի առնել, որ հաղորդման ընդհանուր հաշվարկում համատեղված է թե լրագրողի՝ հարցազուցավարի, և թե նրա հյուրի վերաբերմունքերը:

Հորիզոն	93.5%
Լրաբեր	91.9%
Երկիրն այսօր	91.8%
Հայրուր	87.9%
Ժամը	89.4%
Օրեցօր	86.0%
Էպիկենտրոն	83.8%
Հեռուստատեսային հարցազրույցներ	
Հեռանկար	62.0%
Ուրվագիծ	58.9%
25 րոպե	85.0%
Այցեքարտ	54.2%
Տեղեկատվական հաղորդումներ	
02	100%
Ինչ են գրում թերթերը	73.6%
Հատուկ ռեպորտաժ	80.0%
Ժամանցային հաղորդումներ	
Իմ մեծ չաղ հայկ. հարսանիքը	45.0%
Դեսից դենից	31.2%
Իրարանցում	50.0%

Աղյուսակ 8-ում ներկայացված է յուրաքանչյուր աղբյուրի արտահայտած վերաբերմունքը: Ամենամեծ տոկոսները ընդգծված են մուգ վանդակներում: Աղյուսակից պարզ է դառնում, որ լրատվամիջոցի աշխատակիցները անհանդուրժողական վերաբերմունքի հնարավոր տարբեր դրսևորումներից տասնօրյա հեռառձական ընթացքում առավել կիրառում են պիտակավորումը, հեզնանքը, ծաղրը կամ վիրավորանքը 24 դեպք (44.4%): Բավականին մեծ համամասնություն են կազմում շոու ծրագրերի մասնակիցների կողմից անհանդուրժողականության ծայրահեղ դրսևորումները, նրանց կողմից անդրադարձած թեմաների 54.5%-ը պարունակում են ծաղր, հեզնանք, վիրավորանք կամ պիտակավորում: Հյուրերի կամ հարցազրույց տվողների կողմից անհանդուրժողականության առավել մեծ ցուցանիշ գրանցվել է թեմաների 31.5%-ում (բացասական վերաբերմունք):

Աղյուսակ 8 Յուրաքանչյուր աղբյուրների արտահայտած վերաբերմունքի քանակական և թվային արտահայտությունը

Վերաբերմունքը

Աղբյուրը	Դրական վեր.	Կանխակ ալ աջակց. ի հաշիվ ուրիշի	Խտրականություն	Բացասական վերաբերմունք	Այս կամ այն խմբին ուղղված մեղադրանք	Խտրականությունը արդարացնող արտահայտություններ	Պիտակավորում, հեզնանք, ծաղր	Դժ. կող.	Վերաբերմունք արտահայտած աղբյուրները
Լրատվամիջոցի լրագրող, հաղորդավար	11.3%	5.7%	-	34.0%	15.1.8%	-	43.4%	1 1.9%	54
Ցիտված այլ տեղական լրատվամիջոցից	14.3%	4.8%	-	38.1%	28.6%	-	23.8%	4.8%	21
Միջազգային լուրեր, ցիտված այլ միջազգ. աղբյուրներից	6.7%	6.7%	-	33.3%	26.7%	-	40.0%	-	15
Հյուր, հարցազրույց տվող	21.3%	5.6%	-	31.5%	23.1%	1%	22.2%	0.9%	108
Ցիտված, հարցազր. տվողի խոսքը	35.0%	5.0%	-	45.0%	20.0%	5.0%	10.0%	-	20
Շոու ծրագրի մասնակից	-	-	18.2%	27.3%	-	-	54.5%	-	11

Աղյուսակ 9-ում ամփոփված են եթերում որևէ տիպի վերաբերմունքով ամենամեծ անդրադարձ ունեցող 5 սուբյեկտների նկատմամբ գրանցված առավել մեծ վերաբերմունքները:

Եթերը ամենից հաճախ անդրադառնում է *շարքային քաղաքացիներին` 30* դեպք, որից 43.3%-ը պիտակավորման, հեզնանաքի, վիրավորանքի կամ ծաղրի դեպքեր են: *Այլ* (կրթության, մշակույթի ներկայացուցիչներ և այլն) տարբերակի դեպքում առավել մեծ համամասնությամբ դիտարկվել է բացասական վերաբերմունքում (28.6%): *Հայաստանի և հայերի* դեպքում մեծ ցուցանիշ է կազմում դրական վերաբերմունքը (46.2%), սակայն, միևնույն ժամանակ բացասական վերաբերմունքի և պիտակավորման գումարային տոկոսը կազմում է 42.3% (=23.1%+19.2%): *Այլ ազգությունների, պետությունների* նկատմամբ գրանցված բացասական վերաբերմունքի տոկոսը ևս մեծ է ընդհանուրի շարքում 14 դեպք (*այլ ազգություններ, պետություններ*-ը վերաբերում է բոլոր ազգություններին բացառությամբ` ռուսների, թուրքերի, վրացիների, ադրբեջանցիների, ամերիկացիների, եվրոպացիների, որոնց նկատմամբ վերաբերմունքը հաշվարկվել է առանձին): Նախօրոք առանձնացված ազգությունների/պետությունների դեպքում գրանցվել են հետևյալ քանակական ցուցանիշները.

- Ռուսաստան, ռուսներ – 2 դեպք,
- Թուրքիա, թուրքեր – 10 դեպք,
- Վրաստան, վրացիներ – 5 դեպք,
- Ադրբեջան, ադրբեջանցիներ – 8 դեպք,
- ԱՄՆ, ամերիկացիներ – 4 դեպք,
- Եվրոպա, եվրոպացիներ 6 դեպք (ներառյալ 1 դեպք Արևմուտքը),
- *ընդհանուրը` 35* դեպք:

Եթե այս ցուցանիշին ավելացնենք այլ ազգերի, պետությունների 14 դեպքը, գումարային կստացվի 49: Ընդ որում այս դեպքերից և ոչ մեկը

դրական վերաբերմունք կամ կանխակալ աջակցություն ի հաշիվ ուրիշի⁴ չէ, ինչը վկայում է այն մասին, որ ուսումնասիրված եթերն ընդհանուր առմամբ հայերից առավել անհանդուրժող է այլ ազգերի նկատմամբ: Ընդ որում եթե հաշվի առնենք, որ հայերի նկատմամբ անհանդուրժողականություն պարունակող 30 թեմաներից 12 դրական վերաբերմունք և 1-ն ի հաշիվ ուրիշի կանխակալ աջակցություն են պարունակում հայերի նկատմամբ, ապա ստացվում է, որ հայերի նկատմամբ գրանցել է 17 (=30-12-1) նեգատիվ-անհանդուրժող վերաբերմունքի դեպք, ապա մյուս ազգությունների նկատմամբ՝ 48 (=49-1) դեպք՝ 31 դեպքի տարբերությամբ:

Աղյուսակ 9. Վերաբերմունքի ամենամեծ տոկոսները ամենահաճախ անդրադարձ ունեցող սուբյեկտների նկատմամբ

<i>Վերաբերմունքը</i>					
<i>Սուբյեկտը</i>	Դրական վերաբերմունք	Բացասական վերաբերմունք	Պիտակավորում, հեզնանք, վիրավորանք, ծաղր	Այս կամ այն խմբին ուղղված մեղադրանք	Ընդհանուր դեպքերի քանակը
Շարքային քաղաքացիներ	10.0%	36.7%	43.3%	16.7%	30
Հայաստան, հայեր	46.2%	23.1%	19.2%	7.7%	30
Այլ (կրթության, մշակույթի ներկայացուցիչներ և այլն)	25.0%	28.6%	17.9%	17.9%	28
Նախարարություններ, կառավարություն	12.5%	62.5%	18.8%	12.5%	16
Այլ ազգություններ, պետություններ	0%	85.7%	7.1%	14.3%	14

⁴ Բացառությամբ մեկ դեպքի, երբ առավելությունը կանխակալ աջակցությամբ տրվել է այլ ազգեր, պետություններ տարբերակին:

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Հեռուստատեսության փորձնական մոնիթորինգը հնարավորություն ընձեռեց փորձարկել և կատարելագործել գործիքը՝ հարմարեցնելով այն եթերին: Մոնիթորինգը հնարավորություն տվեց նաև դիտարկել հայկական եթերում տեղ գտած անհանդուրժողականության տիպերի և աղբյուրների հիմնական ձևերը, նախանշել հիմնական միտումները: Մասնավորապես, հեռուստատեսությունում հանդուրժողականության ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ ուսումնասիրված հեռուստադրագրերում առավելապես շոշափվում են թեմաներ, որոնք չեն առնչվում Հայաստանին. եթերում առավել հաճախ քննարկվող թեման օտարերկյա քաղաքականությունն է և արտաքին աշխարհին առնչվող նորությունները (16.3%): Ընդ որում հետազոտված 1680 թեմաների 14.9%-ը պարունակել են այս կամ այն տիպի անհանդուրժողական վերաբերմունք, ուստի թեմաների միայն 85.1%-ն է հանդուրժողական:

Եթերը հայերից առավել անհանդուրժողական է այլ ազգերի և պետությունների նկատմամբ.

- Դրական վերաբերմունքը մեծամասամբ ուղղված է Հայաստանին կամ հայերին (30.0%)
- Միևնույն ժամանակ բացասական վերաբերմունքի 15.6%-ն ուղղված է այլ ազգերին պետություններին⁵
- Բացասական վերաբերմունքը անհանդուրժողական վերաբերմունքի ամենահաճախ հանդիպող ձևն է (30.7%) եթերում
- Լրատվական հաղորդումներից առավել մեծ թվով անհանդուրժողական թեմաներ ունի Էպիկենտրոն լրատվականը (Կենտրոն), իսկ ամենաքիչը՝ Հորիզոնը (Շանթ)
- Հեռուստատեսային հարցազրույցներից առավել մեծ թվով հանդուրժողական թեմաներ է պարունակում 25 րոպեն (Հ1), ամենաքիչը՝ Այցեքարտը (ԱԼՄ):
- Տեղեկատվական հաղորդումներից առավել քիչ հանդուրժողական թեմաների անդրադառնում է Ինչ են գրում թերթերը (Կենտրոն) հաղորդումը:
- Դեսից դենիցը (Երկիր մեղիա) ամենաքիչ հանդուրժողական թեմաներ ունեցող ժամանցային հաղորդումն է:

Ընդհանուր առմամբ հեռուստատեսությունում առավելապես անհանդուրժողական են ժամանցային ծրագրերը:

⁵ Առանձին են հաշվարկված վերաբերմունքը Ռուսաստանի/ռուսների, Թուրքիայի/թուրքերի, Ադրբեջանի/ադրբեջանցիների, Վրաստանի/վրացիների, ԱՄՆ-ի/ամերիկացիների, Եվրոպայի/եվրոպացիների և արևմուտքի նկատմամբ: Մանրամասն տես աղյուսակ 9:

ՀԱՄԵՄՏԱՏՎԱԿԱՆ տպագիր, ինտերնետային և հեռուստամամուլի համեմատությունը

Թեև մոնիթորինգի առաջին և երկրորդ փուլերը ենթակա չեն ուղղակի համեմատության, այնուամենայիվ, կարելի է համեմատել որոշ ընդհանուր տվյալներ և ընդհանուր միտումներ: Ստորև ներկայացված են հիմնական տարբերությունները:

- Տպագիր և ինտերնետային մամուլում ընթերցվել է 2347, իսկ հեռուստամոնիթորինգի ընթացքում կողավորվել է 1680 թեմա:
- Տպագիր և ինտերնետային մամուլն առավել շատ անդրադառնում է ներքին քաղաքականությանը, մինչդեռ հեռուստատեսքերում առավել հաճախ քննարկվում են օտարերկյա քաղաքականությանը և արտաքին աշխարհի իրադարձությունները:
- Տպագիր և ինտերնետային մամուլն ընդհանուր հաշվարկում առավել շատ է պարունակել անհանդարժողական հոդվածներ (ուսումնասիրված հոդվածների ընդամենը 59.3%-ն է հանդուրժողական) ի տարբերություն հեռուստատեսության (թեմաների 85.1%-ն է հանդուրժողական), ինչը վկայում է այն մասին, որ եթերն առավել հանդուրժողական է, քան տպագիր և ինտերնետային մամուլը:

Աղյուսակ 10-ում ներկայացված է երկու հետազոտությունների ընդհանուր համեմատական պատկերը, որտեղ խմբավորված են վերաբերմունքի տիպերը: Դրական, կանխակալ աջակցություն ի հաշիվ ուրիշի և ցիտված դրական վերաբերմունք (մամուլի դեպքում) տարբերակները խմբավորված են մեկ ընդհանուր պայմանական անվամբ՝ դրական անհանդուրժողականություն (ինպիսին են օրինակ ներխամբային ֆավորիտիզմի դրսևրումները) և բացասական անհանդուրժողականություն (ինպիսին են օրինակ արտախմբային ագրեսիայի տարբեր դրսևրումները): Ինչպես երևում է աղյուսակից, հեռուստատեսքերում դրական անհանդուրժողականության դեպքում մյուս սուբյեկտներից առավել տոկոսային հարաբերությունն ունեն հայերը/Հայաստանը (30.0%): Ինչը վկայում է, որ հայկական եթերը այս կամ այն կերպ գովաբանում կամ առհասարակ ընդգծված դրական է անդրադառնում հայերին/Հայաստանին: Բացասական անհանդուրժողականության դեպքում նույն 30.0%-ով արդեն առաջին հորիզոնականում են շարքային քաղաքացիները, ինչը նշանակում է, որ մամուլը բացասական է անդրադառնում ՀՀ շարքային քաղաքացիներին: Տպագիր և ինտերնետային մամուլի դեպքում դրական անհանդուրժողականության հիմնական օբյեկտը կրկին հայերն են, Հայաստանը (20.7%) գրեթե նույն հանդիպման հաճախությամբ, ինչ եթերում, իսկ բացասական անդրադարձի թիրախը պետական կառույցներն են (ՏԻՄ, ԱԺ, կառավարություն և այլն)՝ 19.8%:

Աղյուսակ 10. Վերաբերմունքի ամենամեծ տոկոսները սուբյեկտների նկատմամբ հեռուստամամուլում, տպագիր և ինտերնետային մամուլում
Հեռուստատեսություն

Դրական անհանդուրժողականություն	Հայաստան, հայեր	12 30.0%
Բացասական անհանդուրժողականություն	Շարքային քաղաքացիներ	12 30.0%

Տպագիր և ինտերնետային մամուլ

Դրական անհանդուրժողականություն	Հայաստան, հայեր	41 20.7%
Բացասական անհանդուրժողականություն	Պետական կառույցներ	197 19.8%

Այսպիսով, մոնիթորինգի երկու փուլերի ընդհանուր համեմատությամբ Հայաստանում հեռուստամամուլն առավել հանդուրժողական է ի տարբերություն տպագիր և ինտերնետային մամուլի: Ջանգվածային լրատվամիջոցներում ընդգծված դրական արձագանքն ուղղված է հայերին կամ Հայաստանին, իսկ բացասական-անհանդուրժող վերաբերմունքի դեպքում հեռուստաեթերն առավելապես ուղղված է շարքային քաղաքացիներին, իսկ տպագիր և ինտերնետային մամուլն անհանդուրժող-բացասաբար է վերաբերում առավելապես պետական կառույցներին:

ՁԼՄ-ներում հանդուրժողականության մոնիթորինգի մեթոդոլոգիան

Գործիքի նկարագրություն

Յուրաքանչյուր կողավորող, կարդավորվ թերթի թեմաները, նախապես մշակված կողավորման թերթիկ է մուտքագրել տեղեկատվությունը հետևյալ փոփոխականների վերաբերյալ:

- *Հեռուստաալիքի անունը*
- *Հաղորդման անունը*
- *Ամսաթիվը*
- *Թեման*
- *Վերաբերմունքի տիպը*
- *Վերաբերմունքի սուբյեկտը*
- *Աղբյուրը*

Թեման ներառում է հետևյալ արժեքները.

1. ՀՀ ներքին քաղաքականություն, ազգային անվտանգություն
2. Օրենսդրական և քաղաքական բարեփոխումներ
3. ՀՀ միջազգային հարաբերություններ, ՀՀ միջազգային ինտեգրացիա
4. Ընտրություններ
5. Կոռուպցիա, կազմակերպված քրեականություն
6. Ղարաբաղ, բանակցային գործընթացներ, Ղարաբաղյան պատերազմ
7. Տարածաշրջանային ինտեգրացիա (Հարավային Կովկաս)
8. Օտարերկյա քաղաքականություն, արտաքին աշխարհ, միջազգային նորություններ
9. պատմական իրողություններ (ցեղասպանություն, երկրորդ համաշխարհային պատերազմ և այլն)
10. Տնտեսություն, գյուղատնտեսություն, ֆինանսներ, բիզնես
11. Միգրացիա, փախստականներ
12. Ենթակառուցվածք (այդ թվում նաև շինարարություն)
13. Կրթություն
14. Շրջակա միջավայր, բնապահպանություն
15. Մշակույթ
16. Կրոն
17. Գիտություն
18. Առողջապահություն
19. ՁԼՄ-ներ
20. Սպորտ
21. Միջոցառումներ
22. Կենցաղ, սոցիալական խնդիրներ
23. առօրյա հանցագործություն, քրեականություն, աղետներ
88. այլ
99. Դժվարանում եմ կողավորել

Հանդիպելով որևէ տիպի ոչ հանդուրժողական վերաբերմունքի՝ կողավորողը մուտքագրել է թե վերաբերմունքի տիպը, և թե վերաբերմունքի սուբյեկտը: Կողավորողների կողմից մուտքագրվել են յուրաքանչյուր թեմայի այն սուբյեկտները (մինչև 5 սուբյեկտ), որոնց նկատմամբ արտահայտված է որևէ տիպի վերաբերմունք (յուրաքանչյուր սուբյեկտի համար մինչև 2 վերաբերմունքի հնարավորությամբ): Եթե մեկ թեմայում միևնույն սուբյեկտի նկատմամբ միևնույն տիպի վերաբերմունքը դիտարկվել է մի քանի անգամ, ապա մուտքագրվել է միայն մեկը: Այդպիսով, դիտարկվել են վերաբերմունքի հնարավոր դեպքերը և ոչ դրանց հանդիպման հաճախությունը թեմաներում:

Մուտքագրվել են նաև բոլոր ամբողջությամբ հանդուրժողական թեմաները:

“Վերաբերմունքի տիպ” փոփոխականն ունի հետևյալ արժեքները.

1. Ողջ թեման հանդուրժողական է
 2. Դրական վերաբերմունք (երբ գովաբանում են որևէ մեկին)
 3. Կանխակալ աջակցություն ի հաշիվ ուրիշի (Приоритетная поддержка за счет других)
 4. Խտրականություն
 5. Բացասական վերաբերմունք (*այս կամ այն խմբի բացասական կերպարի ստեղծում, որը գուցակցված չէ ոչ կոնկրետ մեղադրանքներով՝ որոնց վերաբերում են մյուս կետերը*)
 6. պիտակավորում, հեզմանք, վիրավորանք, ծաղր
 7. սպառնալիք, կոչեր ուղղված բռնությանը, խտրականությանը
 8. այս կամ այն խմբին/անդամին ուղղված մեղադրանք հասարակության, պետության վրա բացասական ազդեցության շուրջ/ իշխանությունը զավթելու կամ այլ տիպի մեղադրանք
 9. խտրականությունն ու հանցագործությունն արդարացնող արտահայտություններ
88. այլ

99. Դժվարանում եմ պատասխանել

«Աղբյուր» փոփոխականը իր մեջ ներառել է հետևյալ արժեքները.

1. Լրատվամիջոցի լրագրող, հաղորդավար (այդ թվում նաև լուրերի հաղորդավարը)
 2. Ցիտված այլ տեղեկան լրատվամիջոցից
 3. Միջազգային լուրեր/ցիտված միջազգային աղբյուրներից
 4. Հյուր/հարցազրույց տվող/ելույթ ունեցող
 5. Ցիտված հարցազրույց տվողից/հյուրից
 6. Շոու ծրագրի մասնակից/դերակատար (*խոսքը ժամանացային ծրագրերի դերակատարների մասին է, օր. իմ չաղ հայկական հարսանիքը*)
77. Այլ
99. Դժվարար է որոշել

Նախապես առանձնացված սուբյեկտների ցանկը հետագայում համալրվել է՝ արդյունքում դառնալով 42 տարբեր սուբյեկտ:

Կողավորման սկզբունքները

Տեղեկատվության վստահելիությունն ապահովելու նպատակով կողավորողներից յուրաքանչյուրը ռոտացիոն սկզբունքով կողավորել է տարբեր հեռուստաալիքներն հեռուստահաղորդումներ:

2 աշխատանքային շաբաթվա ընթացքում միաժամանակ աշխատել է 6 կողավորող:

Վերլուծության մեխանիզմ

Ստացված տեղեկատվությունն այնուհետև մուտքագրվել և մշակվել է SPSS վիճակագրական տվյալների վերլուծության ծրագրի միջոցով:

SPSS ծրագիրը հնարավորություն է տալիս վերլուծել քանակական տեղեկատվությունը, հաշվել յուրաքանչյուր փոփոխականի հանդիպման հաճախությունը, ինչպես նաև համեմատել ու փոխկապել տարբեր փոփոխականները միմյանց հետ:

Մամուլի արձագանքը մոնիթորինգի առաջին փուլի փետրվարի 20-ի մամուլն
ասուլիսին:

Ինտերնետային հասցեներ`

<http://new.aravot.am/am/home/archive/0/view/2009-02-24>

<http://new.aravot.am/am/articles/education/56031/view>

<http://www.zhamanak.com/article/11424/>

<http://telecom.arka.am/rus/smi/2009/02/20/896.html>