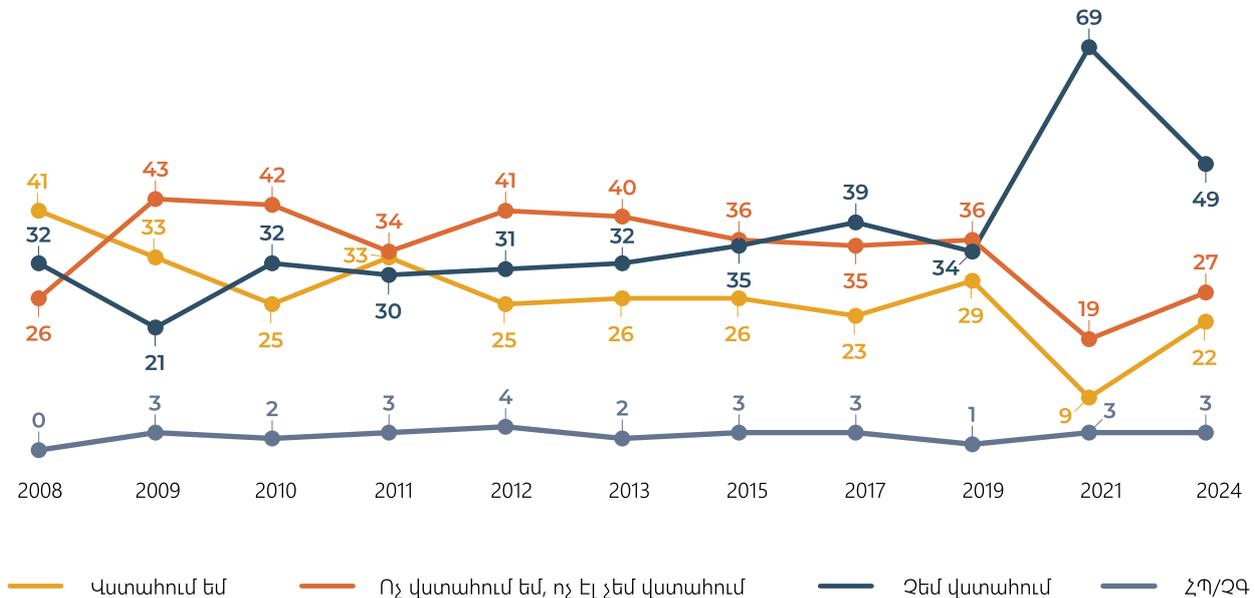


# ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՌՈՏԱԳԻՐ

## ՅՈՐ ԴՈՊԵ ՄԵԴԻԱՅԻ ՄԱՍԻՆ

Հայաստանյան ինստիտուտների գործունեությունը գնահատելու համար [կովկասյան քարտեզը](#) (ԿՔ) համազգային ներկայացուցչական հետազոտությունը խիստ օգտակար տվյալներ է պարունակում: Հանրային վստահությունը չափելու համար՝ հարցվողներին առաջարկվում է 5-բալանոց սանդղակ: Ըստ այդմ՝ լրատվամիջոցներին չվստահող հարցվողները 2024 թ. տվյալներով կազմում են **49%**: 2012 թվականից աստիճանաբար աճող անվստահությունը կտրուկ և թռիչքաձև աճ է գրանցել 2019-ից հետո՝ 2021-ին հասնելով 69%-ի, այնուհետև՝ նվազելով մինչև 49% 2024-ին:

Վստահությունը լրատվամիջոցների նկատմամբ (%)

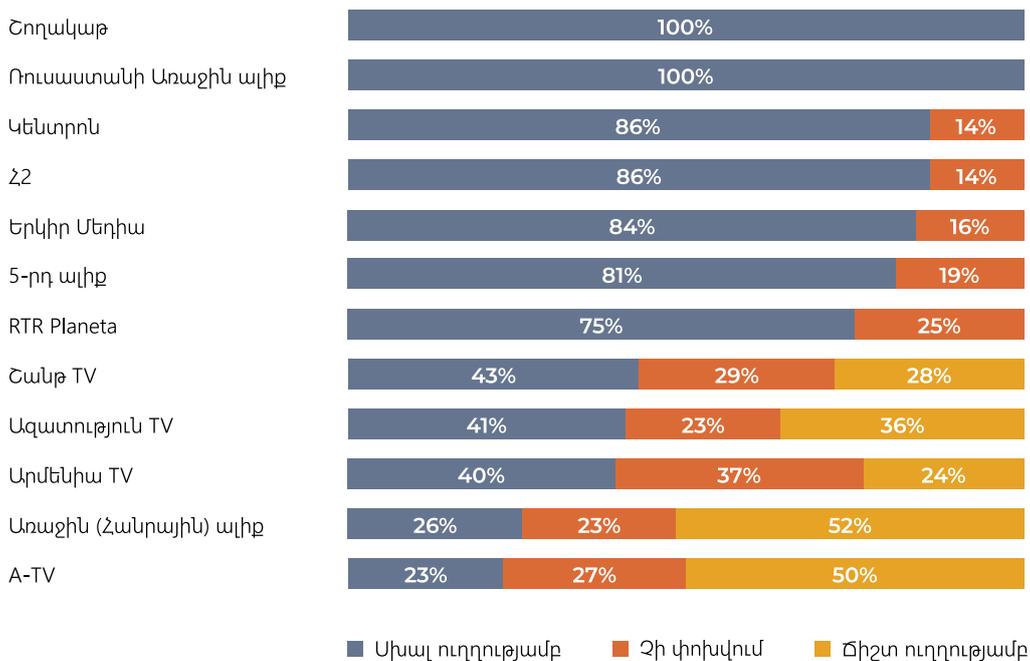


Թեպետ 2024-ի արդյունքը, 2021-ի հետ համեմատած, որոշակի բարելավման նշան է, այնուամենայնիվ, թվով 20 ինստիտուտների և կառույցների վարկանիշային ցանկում մեղիան, ամենաթարմ տվյալներով, վստահության առումով վստահության առումով նախավերջին՝ 19-րդն է:

Ուստի, մենք որոշեցինք փոքր-ինչ ավելի «մոտիկից» գնել, թե **ինչ հանրային տրամադրություններ են կիսում** տարբեր հեռուստաընկերությունների լսարաններ և ինչպիսի **տեղեկատվական խոցելիություն** կարելի է նկատել լսարանի շրջանում:

### **Ի՞նչ պարզեցինք.**

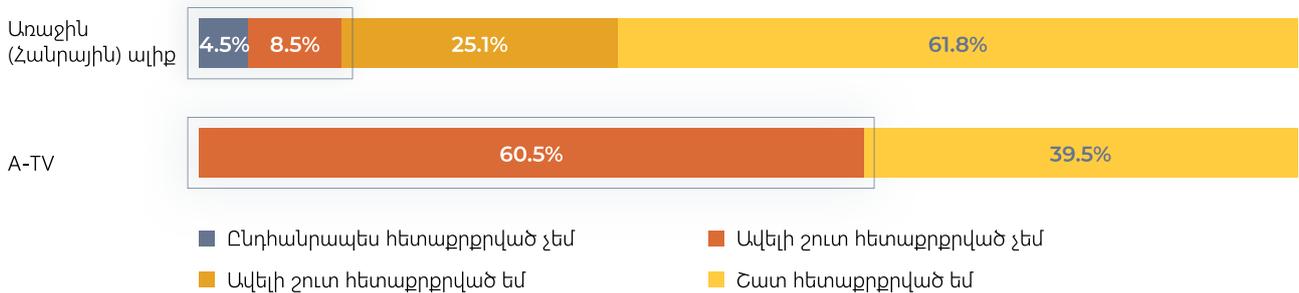
«Ի՞նչ ուղղությամբ է զարգանում Հայաստանի ներքին քաղաքականությունը» հարցին ի պատասխան՝ դիտողները հստակ տարբերվող գնահատականներ են տվել՝ կախված այն հեռուստաընկերություններից, որոնք հարցվողները նշել են որպես քաղաքական լրատվության հիմնական աղբյուր: Այսպես, երկրի ներքին քաղաքականությունը բացառապես կամ առավելապես **սխալ ուղղությամբ** շարժվող են համարում **Ռուսաստանի Առաջին ալիք, Շողակաթ, ՀՀ, Կենտրոն, Երկիր Մեդիա, 5-րդ ալիք** և **RTR Planeta** ալիքների դիտողները, իսկ առավելապես **ճիշտ ուղղությամբ** շարժվող են համարում **Առաջին (Հանրային) ալիքի** և **A-TV**-ի դիտողները:



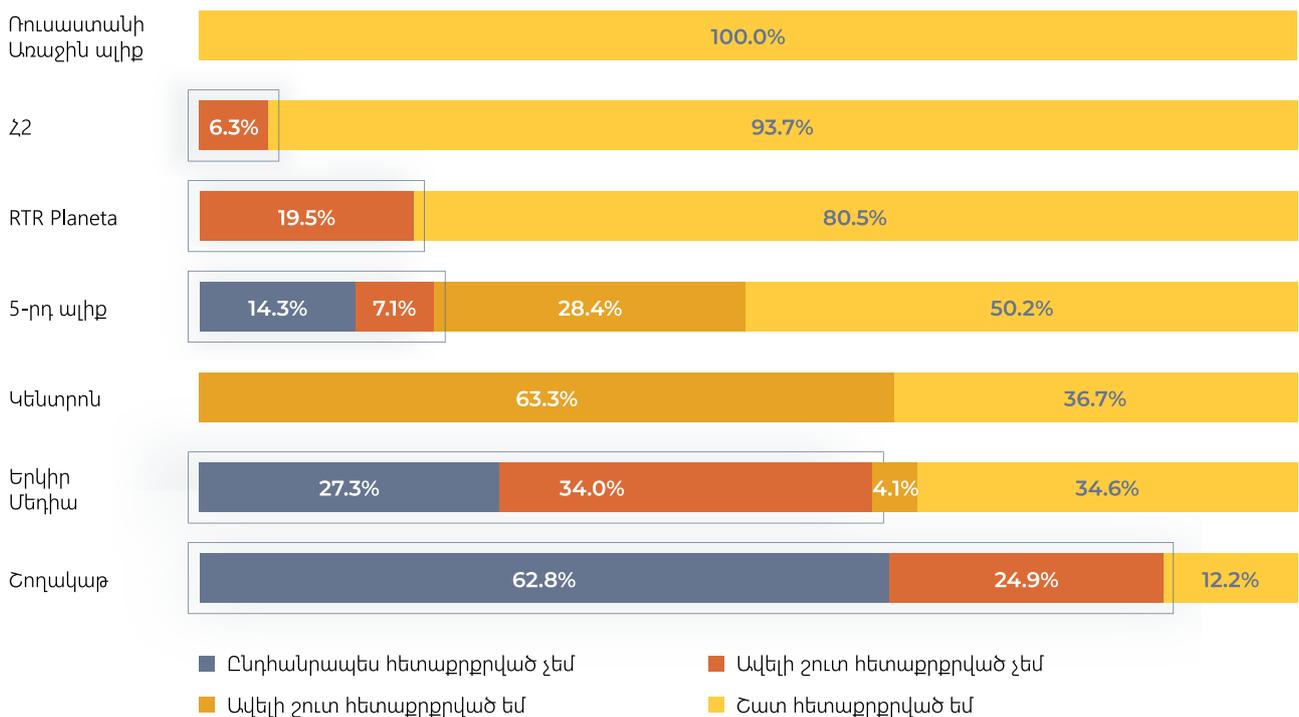
Համեմատության մեջ կարելի է նկատել, որ երկրի զարգացման ուղղության մասով կարծիքների հարաբերականորեն ավելի հավասարակշռված բաշխում նկատվում է **Շանթ TV-ի, Ազատություն TV-ի** և **Արմենիա TV-ի** դեպքում:

Եթե հիշատակված հեռուստաընկերություններից առանձնացնենք երկու խումբ և պայմանականորեն անվանենք նրանց՝ «ճիշտ ուղղության» և «սխալ ուղղության» նարատիվ տարածողներ, ապա հետաքրքրական կարող է լինել դիտարկել այս նարատիվները կիսող հարցվածների քաղաքական ներգրավվածության աստիճանը: Հատկապես ուշագրավ է՝ «Ի՞նչ ուղղությամբ է զարգանում Հայաստանի ներքին քաղաքականությունը» հարցին դրական և բացասական պատասխան տվածների շրջանում ինչ տոկոս են կազմում քաղաքականությամբ **չհետաքրքրվողները**, քանի որ, ըստ Էուրոյան, կարելի է համարել, որ սա մարդկանց այն ենթախումբն է, որն ամենազգալի տեղեկատվական խոցելիությունն է կրում հնարավոր քաղաքական քարոզչություններից:

Ըստ այդմ, «ճիշտ ուղղության» նարատիվը տարածող հեռուստաընկերությունների դիտողների շրջանում քաղաքականապես չհետաքրքրվածների տոկոսը առավել զգալի է A-TV-ի պարագայում **60.5%**, իսկ Հանրայինի դեպքում **13%**:



«Սխալ ուղղության» նարատիվը տարածող մեդիաների պարագայում քաղաքականապես չհետաքրքրվածների համամասնությունն էլ ավելի ցայտուն է երևում, առավելապես՝ Շողակաթի դեպքում (**87.7%**), Երկիր Մեդիայի դեպքում (**61.3%**), ինչպես նաև 5-րդ ալիքի (**21.4%**) պարագայում:



## Ի՞նչ է ստացվում.

Հայաստանում գործող լրատվամիջոցների նկատմամբ վստահությունը մնում է **համակարգայնորեն ցածր**: Միևնույն ժամանակ, հեռուստատեսային լսարանը, կարծես, բաժանված է զուգահեռ **նարատիվային ազդեցությունների** ներքո գտնվող ենթախմբերի. հեռուստատիտողների գնահատականներն այն մասին, թե արդյոք երկիրը շարժվում է «ճիշտ» կամ «սխալ» ուղղությամբ, կտրուկ տարբերվում են՝ ըստ այն ալիքների, որոնք նրանք նախընտրում են դիտել քաղաքական անցուդարձի մասին տեղյակ մնալու համար:

Սա կարևոր է, քանի որ քաղաքականապես ամենաանտարբեր մարդիկ՝ հավանաբար **տեղեկատվության առումով ամենախոցելի ենթախումբը**, անհամաչափորեն կենտրոնացած են մի քանի ամենաուժեղ նարատիվային քլասթերներում: Խնդիրը ոչ միայն ցածր վստահության մեջ է, այլև մեդիա միջավայրի, որտեղ քաղաքացիական ներգրավվածության տարբեր մակարդակներ ունեցող լսարանները սպառում են ակնհայտորեն տարբերակված սյուժեներ՝ ստեղծելով իրականության բազմաթիվ ու հակասական տարբերակներ և հավանաբար նաև հենց այդ պատճառով դժվարացնելով վստահության վերականգնումը ժողովրդավարացման ճանապարհի բռնած երկրի կարևորագույն ինստիտուտներից մեկի՝ մեդիայի նկատմամբ:

## **Տվյալահեն հուշումներ.**

### **Չանգվածային լրատվամիջոցներին**

Քանզի նարատիվային քլասթերայնացումը որոշ ալիքների դեպքում թիրախում է թողնում քաղաքականապես չհետաքրքրված լսարանի բարձր մասնաբաժնին, մեդիայի նկատմամբ վստահության վերականգնման, իսկ երբեմն՝ դրա ստեղծման փորձերը, ցանկալի է, ուղեկցվեն մեկնաբանական մանիպուլյացիաների նվազեցմամբ, եթե ոչ վերացմամբ, և առավել բազմազան ու հավասարակշռված բովանդակության տարածմամբ: Պետք է հստակորեն տարանջատել լուրերը կարծիքներից, որդեգրել ինքնաշտկումների քաղաքականություն, բացահայտել տեղեկատվության սկզբնաղբյուրները և ավելացնել բացատրական լրատվության չափաբաժինը: Այն լրատվամիջոցները, որոնց լսարանն արդեն ավելի հավասարակշռված տեսակետներ է սպառում, նպատակահարմար կլինի կրկնապատկել սա որպես մրցակցային առավելություն և մեծացնել այն լսարանի շրջանակները, որոնք կսկսեն պահանջել անկողմնակալ և բազմակողմանի լրատվություն:

### **Մեդիա մոնիթորինգի և մեդիա զարգացման գործորդներին և ԶՀԿ-ներին**

Հաշվի առնելով, որ քաղաքականապես անտարբեր հեռուստադիտողները կենտրոնացված են որոշակի հեռուստատեսային Էկոհամակարգերում և, հավանաբար, ավելի խոցելի են քարոզչության նկատմամբ, կարելի է առաջնահերթություն տալ թիրախային մոնիթորինգին և հաշվետվողականությանը՝ լսարանի ընդհանուր մեդիագրագիտության բարձրացմանը զուգահեռ: Արժե ձևավորել մեդիա մոնիթորինգի այնպիսի մշակույթ, որը ժամանակի մեջ կհետևի ավանդական լրատվամիջոցների նարատիվների ինտենսիվությանն ու բազմազանությանը: Սա կարելի է համատեղել լրատվամիջոցների լրագրողներին տրամադրվող կարողությունների զարգացման ու խմբագիրներին տրամադրվող խորհրդատվության հետ:

Հրապարակումը հեղինակել է Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն-Հայաստան հիմնադրամը՝ «Հայաստանի զարկերակը. միախուսելով տվյալները արվեստին» ծրագրի շրջանակներում, «Գալուստ Կիլպէնկեան» հիմնարկութեան ֆինանսական աջակցությամբ: Հիմնարկութեան կողմից աջակցությունը չի ենթադրում հավանություն այս հրապարակման մեջ արտահայտված կամ օգտագործված որևէ կոնկրետ կարծիքի, տեսակետի կամ մոտեցման նկատմամբ: Հրապարակումը հիմնված է կշռված առաջնային տվյալների վրա, որոնք հավաքագրվել են Կովկասյան բարոմետր ազգային ներկայացուցչական հարցման շրջանակներում: