



**Աշխարհի սբառկերը հայաստանյան  
մեդիայում. միջոցներ եւ աղբյուրներ**

**The World in the Armenian Media.  
Means and Sources**

# ԱՇԽԱՐՀԻ ՊԱՏԿԵՐԻ ՁԵԻԱՎՈՐՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ

Հայաստանյան լրատվամիջոցների շրջանում հարցումների եւ  
մեդիա դիտարկումների արդյունքներ

Երևան 2015



Եվրոպայում անվտանգության և  
համագործակցության կազմակերպություն  
Երևանյան գրասենյակ

Սույն հետազոտությունն իրականացրել է «Ռեզիոն» հետազոտական կենտրոնը  
«Մամուլի միջազգային «ԴԻԱԼՈԳ» ակումբ. հայաստանյան լրատվամիջոցների համար  
միջազգային տեղեկատվության աղբյուրների բազրազանեցում» ծրագրի  
շրջանակներում, ԵԱՀԿ Երևանի գրասենյակի աջակցությամբ: Փաստաթղթում  
արտահայտված տեսակետները հեղինակներին են եւ անպայման չէ, որ արտացոլում են  
ԵԱՀԿ-ի կամ ԵԱՀԿ Երևանի գրասենյակի տեսակետները:

Հետազոտության գաղափարը, մեթոդաբանությունն ու արդյունքների  
վերլուծությունը՝ «Ռեզիոն» հետազոտական կենտրոնի տնօրեն  
**Լաուրա Բաղդասարյանի:**

Մեդիա դիտարկման խումբը՝ **Սոսի Խանիկյան, Լիլիթ Միդոյան, Անժելա Չոբանյան,  
Մարինե Սարգսյան, Արմենուհի Սուքիասյան:**

Լրատվամիջոցների շրջանում հարցումները՝ **Լիանա Սայադյանի:**

Արդյունքների տեխնիկական մշակումը, աղյուսակներն ու գրաֆիկները՝  
**Շողիկ Ստեփանյանի:**

# Բովանդակություն

Ի՞նչ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ Է ՍԱ.....	4
ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ՏԻՊԱՅԻՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՁԵՌՔԲԵՐՄԱՆ ԵՂԱՆԱԿՆԵՐԸ .....	5
ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՁԵՒԱԶՄՓԵՐԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ.....	6
ԻՆՏԵՐՆԵՏԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՁԵՒԵՐԸ ՕՖԼԱՅՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ .....	7
ՏԵՐՄԻՆԱԲԱՆԱԿԱՆ ԽԱՌՆԱՇՓՈԹ ԵՒ ԲԱԶՄԱԶԱՆՈՒԹՅՈՒՆ .....	8
ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՊԱՏՐԱՍՏՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ .....	9
ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՍՏԱՑՄԱՆ ԵՂԱՆԱԿՆԵՐԸ.....	10
ԱՇԽԱՐՀԻ ՊԱՏԿԵՐԻ ՁԵՒԱՎՈՐՄԱՆ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ ....	12
ՀԵՏԱԶՈՏՎԱԾ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐ ԵՒ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ.....	12
ԻՆՉՊԵՍ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԻՆՏԵՆՍԻՎՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՎԱԾ ԶԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ .....	14
ԻՆՉՊԵՍ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՄԱՏՈՒՑՄԱՆ ՁԵՒԵՐԸ .....	16
ԻՆՉՊԵՍ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԺԱՆՐԵՐԸ.....	18
ԱՐՏԱՔԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԱՇԽԱՐՀԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ .....	20
ԱՆՑՈՒԴԱՐՁԵՐ, ՈՐՈՆՔ ՊԱՅՄԱՆԱՎՈՐԵԼ ԵՆ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐԸ.....	22
ԹԵՄԱՆԵՐԻ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐ .....	24
ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՈՒ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐ .....	24
ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐԸ .....	27
ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐ՝ ԸՍՏ ԴՐԱՆՑ ԶԼՄ-ՆԵՐԻՆ ԱՐՎԱԾ ՀՂՈՒՄՆԵՐԻ.....	30
ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ .....	34
ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1 .....	38
ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2 .....	44

# Ի՞ՆՉ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ Է ՍԱ

2015 թվականի հունիսին ԵԱՀԿ Երևանի գրասենյակի աջակցությամբ մեր «Ռեզիոն» հետազոտական կենտրոնն իրանակացրեց մեղիա հետազոտություն, որն այս անգամ մեծ հաշվով նպատակ ուներ մի կողմից պարզելու, թե հայաստանյան ՁԼՄ-ները միջազգային ակտիվ անցուղարձերի ու երբեմն դրամատիկ գործընթացների ներկայիս ֆոնին ինչ հնարավորություններ ունեն ստանալու, մշակելու արտաքին քաղաքական տեղեկատվություն: Իսկ մյուս կողմից՝ նկարագրելու միջազգային լրահոսի աշխարհագրությունը, մատուցման ձևերը, թեմատիկ շեշտադրումները, որոնք կապ ունեն կամ ՁԼՄ-ների արտաքին քաղաքական նախասիրությունների, կամ էլ զուտ ստեղծագործական հզորությունների հետ:

Այս նպատակով հայաստանյան 50 տարբեր ՁԼՄ-ների ղեկավարներին դիմեցինք մի քանի հարցերով, ուսումնասիրեցինք ՁԼՄ-ների կայքերի որոշ առանձնահատկությունները եւ միաժամանակ մեկ ամսվա ընթացքում մի շարք կոնկրետ հարցադրումներով անցկացրեցինք միջազգային թեմաներով կոնտենտների ուսումնասիրություն:

**Այսպես, ՁԼՄ-ների ղեկավարներին ուղղված հարցերի պատասխաններից եւ կայքերի ընդհանուր ուսումնասիրությունից պետք է պարզեինք հետևյալ հարցերը.**

- Ստեղծագործական ի՞նչ հզորություններ կան խմբագրություններում եւ դրանց ո՞ր մասն է մասնագիտորեն զբաղվում միջազգային թեմաներով,
- Միջազգային լրատվության ձեռքբերման ի՞նչ եղանակներ են կիրառվում:

**Միջազգային թեմաներով նյութերի ուսումնասիրության շնորհիվ նպատակ կար ստանալու հետևյալ կոնկրետ հարցերի արդյունքները.**

- Ի՞նչ մասնաբաժին է կազմում միջազգային տեղեկատվությունը հայաստանյան մեդիայի ամենօրյա թողարկումներում,
- Որքա՞ն լայն է միջազգային լրահոսի աշխարհագրությունը, ինչո՞վ է դա պայմանավորված,
- Ո՞ր երկրներն ու միջազգային կազմակերպություններն են ստաբիլ լուսաբանվում հայաստանյան ՁԼՄ-ների կողմից, իսկ որոնք հայտնվել են լրահոսի վերին հորիզոնականներում այսպես կոչված մեկանգամյա, իրադարձային հիմունքներով,
- Տեղեկատվական ի՞նչ աղբյուրներից են պրակտիկորեն օգտվում միջազգային լրահոսի առօրյա ձեւավորման ընթացքում, ինչպիսի՞ն է սեփական եւ ոչ սեփական նյութերի հարաբերակցությունը:

**ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՁԼՄ-ՆԵՐԻ ՏԻՊԱՅԻՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՁԵՌՔԲԵՐՄԱՆ ԵՂԱՆԱԿՆԵՐԸ**

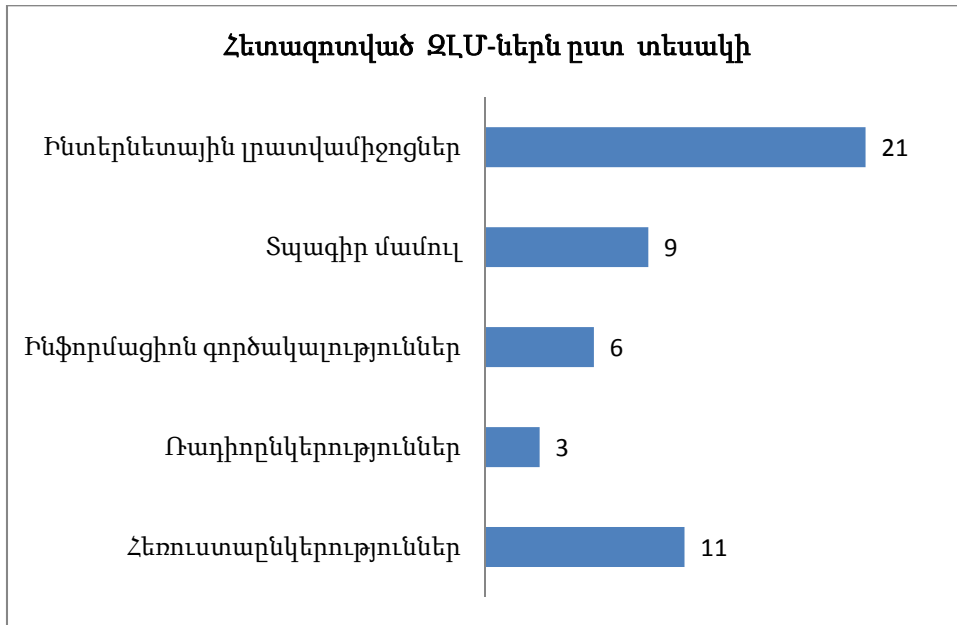
**Տեղեկանք**

Մի քանի հարցերին (թե քանի՞ աշխատակցից է կազմված խմբագրության ստեղծագործական կազմը, եւ դրա ո՞ր մասն է կազմում միջազգային լրատվությամբ մասնագիտացող հատվածը, ունե՞ն պայմանագրեր այլ երկրների ՁԼՄ-ների ու գործակալությունների հետ, ունե՞ն մշտական կամ պայմանագրային հիմունքներով աշխատող թղթակիցներ արտասահմանյան երկրներում եւ այլն) պատասխանել են 50 լրատվամիջոցներից 40-ը: 3 հեռուստաընկերության (Հ1, Հ3, Շանթ), 1 ռադիոկայանի (Լրատվական ռադիո), 2 ինֆորմացիոն գործակալության (Առկա, Նովոստի Արմենիա), 4 ինտերնետային լրատվամիջոցների (News.am, 7or.am, Tert.am, Lurer.com) ղեկավարներն իրենց հրաժարումները բացատրեցին այն հանգամանքներով, որ մեզ հետաքրքրող հարցերը կորպորատիվ նշանակության են եւ ենթակա չեն հրապարակայնացմանը, կամ՝ որ վերը բերված հարցերը քաղաքական բնույթի են ու չեն ուզում պատասխանել, կամ էլ՝ որ իրենց լրատվամիջոցները հարցումների սկզբունքորեն չեն մասնակցում:

## ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԶԼՄ-ՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ

Հետազոտվել են 50 տարբեր լրատվամիջոցներ, այդ թվում՝ 11 հեռուստարձևերություն, 3 ռադիոընկերություն, 6 ինֆորմացիոն գործակալություն, 9 նաև սպազիր տարբերակով հանրությանը ներկայացող լրատվամիջոց, 21 միայն ինտերնետում գործող ՁԼՄ (լրատվամիջոցների ցանկը տես ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1-ում):

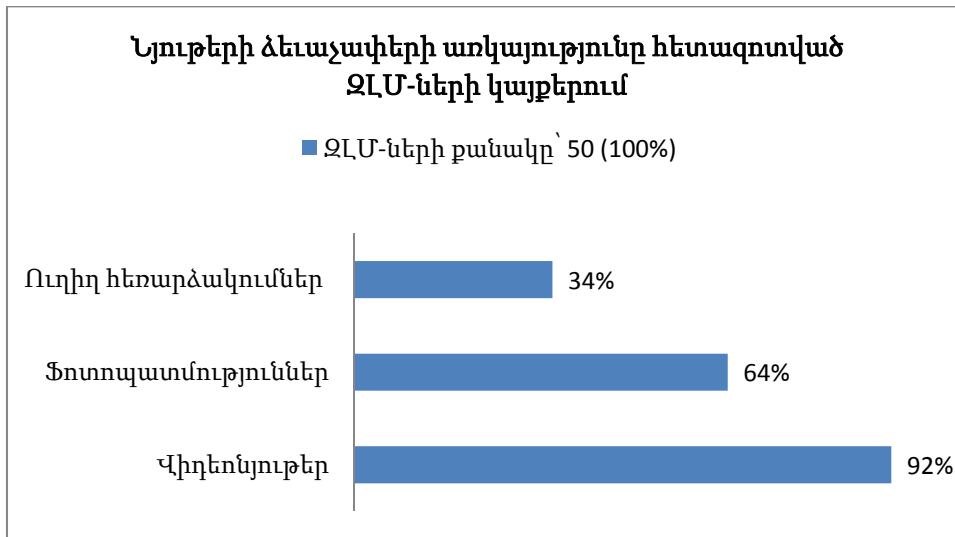
Տես նաև ստորև բերված գրաֆիկը:



ԶԼՄ-ների մասին մնացած տեղեկությունները (նրանց գործունեության ժամկետները, նրանց թողարկային տեղեկությունների առկայությունը, ներառյալ՝ տեղեկատվությունն անձնակազմի ու հիմնադիրների մասին), նրանց կոնտենտների տարածման լեզուները եւ այլն) ներկայացված են ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1 (Գրաֆիկ 2 եւ 3, Աղյուսակ 4):

## ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԶԵԻԱԶԱՓԵՐԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ

50 ՁԼՄ-ների ճնշող մեծամասնությունը կիրառում է վիդեոնյութերի ձեւաչափը (92%), կեսից ավելին (64%) լսարաններին տալիս է ֆոտոպատմություններով տեղեկատվություն, իսկ 1/3-ն իրադարձությունների վայրերից ուղիղ հեռարձակումներ է կազմակերպում:



## ԻՆՏԵՐՆԵՏԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՁԵԻԵՐԸ ՕՖԼԱՅՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ

Բոլոր օֆլայն լրատվամիջոցները (հեռուստատեսություն, ռադիո, տպագիր մամուլ) գործում են նաև ինտերնետում, սակայն՝ տարբեր սկզբունքով:

- 9 նաև տպագիր տարբերակ ունեցող թերթերից միայն 4-ի դեպքում է, որ ինտերնետային ու տպագիր թողարկումները նույն բովանդակությունն ունեն: Մնացած թերթերի դեպքում այդ բովանդակությունները տարբերվում են ինչպես անընդհատ թարմացվող լրահոսի, այնպես էլ մուլտիմեդիա (աուդիո, վիդեո) նյութերի առկայության շնորհիվ:

Այս լրատվամիջոցների կայքերը հանդես են գալիս իրենց տպագիր թերթի անունով, թեև կարող են դասվել առանձին օնլայն ՁԼՄ-ների շարքում: Բացառություն է կազմում Ժողովուրդ թերթը (կայքը՝ [armkur.am](http://armkur.am)):

- 11 հեռուստաընկերություններից 9-ի կայքերը բովանդակային առումով գրեթե չեն տարբերվում եթերից: Պարզապես եթերով տարածվող հաղորդումներից ոչ բոլորն են, կամ դրանց ոչ բոլոր թողարկումներն են տեղ գտնում ինտերնետում:

Բացառություն են կազմում ԱՐ և ԳԱԼԱ հեռուստաընկերությունները:

ԱՐ-ը պաշտոնական կայք չունի, եւ միայն «Ազդարար» լրատվական հաղորդումը կարելի է գտնել ինտերնետում («Ազդարարի» ֆեյսբուքյան էջ):

ԳԱԼԱ-ի կայքում կա անընդհատ թարմացվող լրահոս, ինտերնետում այս հեռուստաընկերությունը գործում է ինտերնետային ՁԼՄ-ին բնորոշ հատկանիշներով:

Բոլոր հեռուստաընկերությունների ինտերնետային կայքերը կրում են նույն անունը:

- Մեր հետազոտած երեք ռադիոկայանների կայքերից երկուսում դարձյալ կան անընդհատ թարմացվող լրահոսեր (Հանրային ռադիո եւ Լրատվական ռադիո), դրանց մի մասը դառնում է աուդիոհաղորդումների նյութ:
- Ինֆորմացիոն գործակալությունների պաշտոնական կայքերն արտացոլում են միայն դրանց արտադրանքի մի հատվածը, մյուս մասը նրանք տարածում են տարբեր տեղեկագրերի միջոցով (պայմանագրային հիմունքներով տեղեկատվական ժապավեններ, թեմատիկ դայջեսթիվներ եւ այլն):

Բոլոր այս գործակալությունների կայքերը նույնպես հանդես են գալիս գործակալության անունով:

Այսպիսով՝ բացի օֆլայն եւ ինտերնետային ձեռնարկներով հանդես եկող ՁԼՄ-ներից հայաստանյան ՁԼՄ-ների շարքերում առաջացել են նաեւ խառը տիպի ՁԼՄ-ներ, որոնք մենք ունենք հիմնականում տպագիր մամուլի ինտերնետ տարբերակների ձեռնարկային հավելումների շնորհիվ (մուլտիմեդիա նյութեր, առցանց թարմացվող լրահոս):

## ՏԵՐՄԻՆԱԲԱՆԱԿԱՆ ԽԱՌՆԱՇՓՈԹ ԵՒ ԲԱԶՄԱԶԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Ուսումնասիրված բոլոր 50 ՁԼՄ-ները տարբեր կերպ են սահմանում սեփական կայքերն ինտերնետում: Եվ պարզվում է, որ ՁԼՄ-ների մեծ մասն էլ է իրենց «Մեր մասին» բաժիններում կամ թողարկային տեղեկատվության մեջ ներկայանում լսարաններին «**ինտերնետային կայք**» կամ պարզապես «**կայք**» սահմանումներով: Այնպես, ինչպես ամենից հաճախ անվանում են ինտերնետային ՁԼՄ-ներին բանավոր խոսքում (օրինակ 7or.am, Lragir.am, Tert.am ինտերնետային կայք): Մեր ուսումնասիրության ժամանակ ինտերնետային ՁԼՄ-ների կայքերում հայտնաբերեցինք նաեւ «**էլեկտրոնային կայք**», «**էլեկտրոնային լրատվամիջոց**» ինքնասահմանումները:

«**Ինտերնետային կայք**», որը պրակտիկորեն ամենից շատն է շրջանառվում, ֆորմալ առումով ընդամենը հայտնում է, որ խոսքը ինտերնետային տիրույթի մասին է: Այն ոչ միայն չի հատկանշում կայքի, այս դեպքում՝ ՁԼՄ-ի տեսակը, այլեւ առհասարակ ՁԼՄ լինելու հանգամանքը: Ինչպես ասենք դասական հեռուստատեսություն, ռադիո եւ մամուլ տերմինների դեպքում է, որոնցով մենք հասկանում ենք, որ խոսքն առհասարակ ՁԼՄ-ների, եւ միաժամանակ՝ նրանց տեսակների մասին է:

Նույնը «**էլեկտրոնային կայք**» կամ «**էլեկտրոնային լրատվամիջոց**» սահմանումների դեպքում է: «**էլեկտրոնային կայք**» այս դեպքում ֆորմալ առումով նոնսենս է: Իսկ «**էլեկտրոնային լրատվամիջոց**» սահմանում է ընդամենը մեկ տարբերանշան (ՁԼՄ-ն տպագիր ր է, թե՞ եւ ոչ տպագիր), եւ դարձյալ չի խորանում այն հարցում, թե խոսքը հեռուստատեսության, ռադիոյի, թե՞ ինտերնետային լրատվամիջոցի մասին է:



Կան ՁԼՄ-ներ, որոնք «Մեր մասին» բաժիններում եւ «Ձեր ՁԼՄ-ի տեսա՝կը» մեր հարցին ի պատասխան ներկայացել են որպէս ինֆորմացիոն գործակալություններ (թեւ գործում են բացառապէս ինտերնետում եւ դասական տիպի ինֆոգործակալությունների նման չեն առաջարկում իրենց լրատվական ժապավենների բաժանորդագրություն): Կան ՁԼՄ-ներ, որոնք ներկայանում են որպէս ինտերնետային հեռուստատեսություն, թեւ կամ չունեն ամենօրյա դասական լրատվական հաղորդումներ ինտերնետում, կամ էլ գոնե չեն նշում իրենց պրոֆիլային առանձնահատկությունները:

Կա այսօր որպէս ՁԼՄ գործող կայք, որն իրեն սահմանում է որպէս «տեղեկատվական հարթակ» (մանրամասները՝ ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1, Աղյուսակ 5):

Այսպիսով՝ այսօր մենք գործ ունենք խառը տիպի ՁԼՄ-ների կայքերի եւ օնլայն լրատվամիջոցների տերմինաբանական խառնաշփոթի հետ, ինչը հայկական լեզվական պրակտիկա է թափանցել անգլերենի եւ ռուսերենի տերմինաբանական կրկնակի ազդեցության արդյունքում: Առավել տարածված տերմինները (ինտերնետային կայք, կայք) կամ ինտերնետային լրատվամիջոցների դեպքում երբեմն գործածվող էլեկտրոնային կայք կամ էլեկտրոնային ՁԼՄ տարբերակները կամ սխալ են, կամ չեն հատկանշում լրատվամիջոցի գլխավոր բնութագիրը, որ այն օնլայն ՁԼՄ է:

Կարծում ենք, որ կա այս հարցում ընդհանուր հայտարարի գալու անհրաժեշտություն: Կարող ենք առաջարկել մեր տարբերակները: Ասենք

- որպէս տիպաբանական եզրույթ **օնլայն թերթ, օնլայն հեռուստատեսություն եւ օնլայն ռադիո**,
- որպէս կոնկրետ ՁԼՄ-ի հիշատակում **Առավոտ օնլայն, Հետք օնլայն, ԳԱԼԱ օնլայն** (որպէս ինտերնետային թողարկում) եւ **ԳԱԼԱ հեռուստատեսություն** (որպէս օֆլայն ՁԼՄ) եւ այլն:

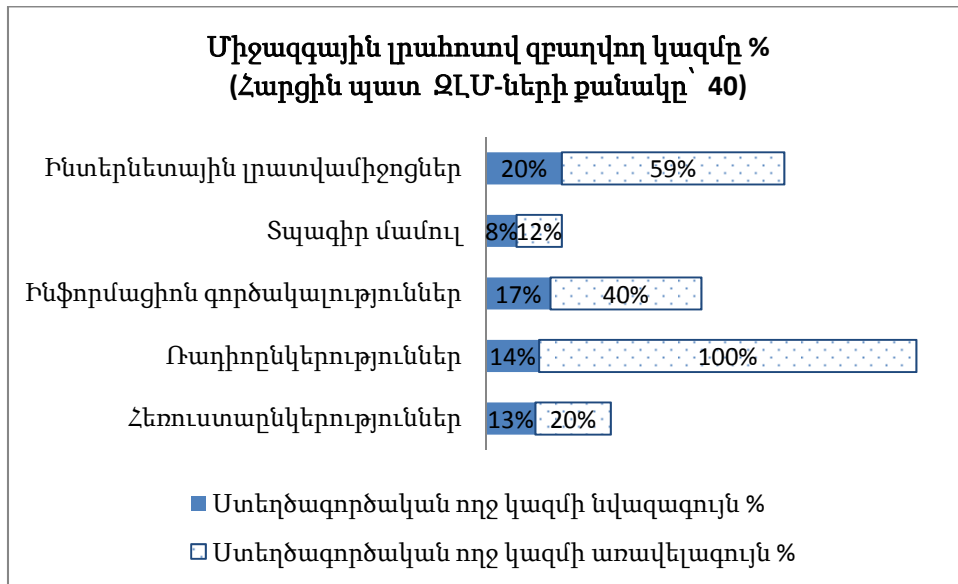
**Քննարկելու հարց է:**

## **ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՊԱՏՐԱՍՏՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ**

Միջազգային թեմաներով զբաղվող աշխատակիցների քանակը տարբեր խմբագրություններում տարբեր է:

Այսպէս, մեր այս խմբի հարցերին պատասխանած հեռուստաընկերությունների լրատվական հաղորդումներում միջազգային թեմատիկայով զբաղվում է 2-9 աշխատակից, ռադիոընկերություններում՝ 2-5 աշխատակից, ինֆորմացիոն

գործակալություններում՝ 2-12 աշխատակից, տպագիր մամուլում՝ 1-6 աշխատակից, ինտերնետային լրատվամիջոցներում՝ 1-10 աշխատակից: Կա մեկ ռադիոընկերություն եւ մեկ ինտերնետային ՁԼՄ, որոնց ողջ աշխատակազմը (համապատասխանաբար 2 եւ 8 աշխատակիցներ) իր այլ նյութերի հետ միաժամանակ պատրաստում է նաեւ միջազգային թեմաներով նյութեր (տես նաեւ՝ ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1, Աղյուսակ 6):



## ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԱՏԱՑՄԱՆ ԵՂԱՆԱԿՆԵՐԸ

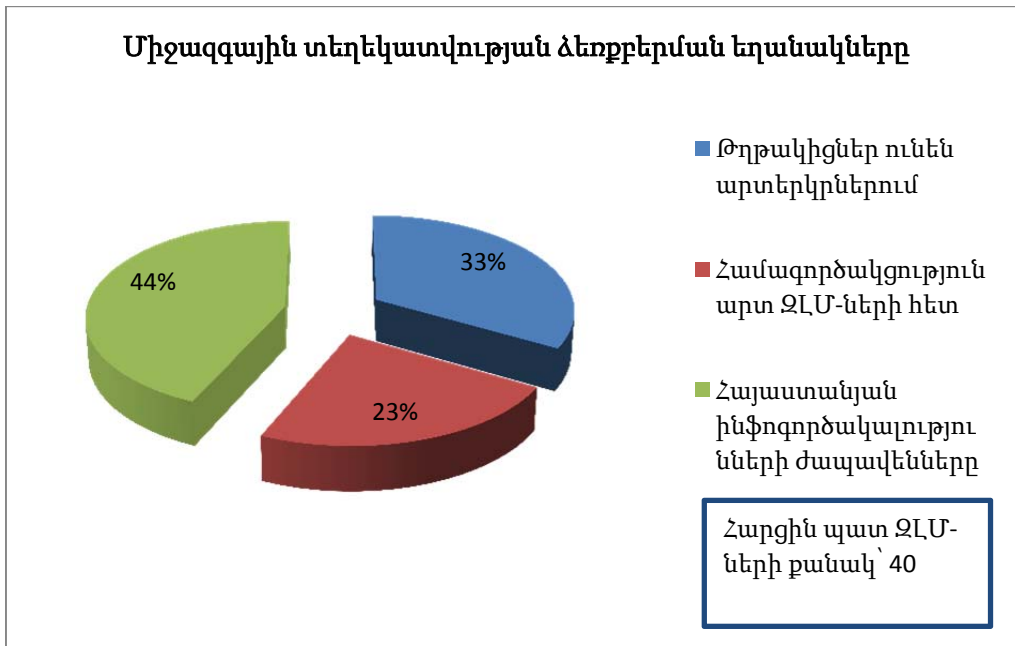
**Սեփական կամ հատուկ թղթակիցներ/հայաստանյան այլ աղբյուրներ** - Մեր հարցերին պատասխանած 40 ՁԼՄ-ների մոտ 1/3 մասը հայտնում է, որ ունի թղթակիցներ արտասահմանյան երկրներում: Այդպես են պատասխանել եւ հեռուստաընկերությունների, ինֆոգործակալությունների եւ մամուլի ղեկավարների մի մասը: Երկրները, որտեղ աշխատում են նրանց գործընկերները մշտական (սեփական թղթակիցներ) կամ պարբերական սկզբունքով (հատուկ թղթակիցներ), ՁԼՄ-ների մեծ մասի դեպքում հետեւյալն են՝ Ռուսաստան, ԱՄՆ, Թուրքիա, Վրաստան: Կան ՁԼՄ-ներ, որոնք ունեն թղթակիցներ Լիբանանում, Սիրիայում, մի քանի եվրոպական երկրներում (մյուսներից ավելի հաճախ նշվել է Գերմանիան):

17 ՁԼՄ (43%) օգտվում է հայաստանյան ինֆոգործակալությունների միջազգային անցուդարձերի մասին ժապավեններից: Հայաստանյան այլ ՁԼՄ-ներից արտատպությունները որպես տեղեկատվության աղբյուր ոչ ոք չի նշել:

**Արտասահմանյան աղբյուրներ** – Մեր հարցերին պատասխանած բոլոր 40 ՁԼՄ-ները որպես միջազգային անցուդարձերի մասին տեղեկատվության աղբյուր նշել են արտասահմանյան բաց աղբյուրները (արտասահմանյան ՁԼՄ-ների ու տարբեր այլ

կառույցների կայքեր): Սոցցանցերը որպես միջազգային թեմաներով տեղեկատվության աղբյուր չի նշել եւ ոչ մի ՁԼՄ-ի դեկավար:

Ընդամենը մոտ 1/5 մասը (40 ՁԼՄ-ներից 9-ը, 23%) ունի գործընկերային հարաբերություններ արտասահմանյան ՁԼՄ-ների հետ (կամ պայմանագրային հիմունքներով, կամ առանց պայմանագրերի ստանում եւ տրամադրում են նյութեր):



Այսպիսով՝ հայաստանյան ՁԼՄ-ների միջազգային թեմաներով տեղեկատվության ստացման, մշակման ու ներկայացման հնարավորություններն էապես տարբեր են: Տեղեկատվությունը հիմնականում ստացվում է արտասահմանյան բաց աղբյուրներից: Մեփական կամ հատուկ թղթակիցների քանակը փոքր է եւ նման բան ունեցող ՁԼՄ-ներում (այդ թղթակիցների քանակը քիչ է, նրանք գործում են մի քանի երկրներում), եւ առհասարակ ուսումնասիրված ՁԼՄ-ների ողջ համայնապատկերում:

ՁԼՄ-ներում միջազգային թեմաներով մասնագիտորեն զբաղվող խմբագրակազմ սահմանումը հայաստանյան ՁԼՄ-ների դեպքում պետք է խիստ պայմանական համարել: Եվ նման աշխատակիցների քանակը անպայման չէ, որ ուղիղ կապ ունի ՁԼՄ-ների միջազգային թեմաներով արտադրանքի ամենօրյա ծավալի հետ:

# ԱՇԽԱՐՀԻ ՊԱՏԿԵՐԻ ՁԵԻԱՎՈՐՄԱՆ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ

## Հայաստանյան լրատվամիջոցների դիտարկումների արդյունքներ (2015թ հունիսի 1-30)

### ՀԵՏԱԶՈՏՎԱԾ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐ ԵՒ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Հետազոտվել են 15 լրատվամիջոցներ: Մասնավորապես 4 հեռուստատարնկերությունների՝ Հ1-ի («Առաջին լրատվական», 21.00), Հ3 («Օրը» լրատվական հաղորդում, 21.30), «Կենտրոնի» («Էպիկենտրոն» լրատվական հաղորդում, 21.30), «Շանթի» («Հորիզոն» լրատվական հաղորդում, 22.00) եւ Հանրային ռադիոյի («Ռադիոլուր», 18.00) լրատվական հաղորդումների հիմնական թողարկումները եթերում, 2 ինֆորմացիոն գործակալությունների (Արմենպրես եւ Նովոստի Ամենիա), «168 ժամ» եւ «Առավոտ» թերթերի, 8 ինտերնետային լրատվամիջոցների (News.am, lin.am, A1plus.am, Civilnet.am, Panorama.am, Lragir.am) կայքերը:

Այս բոլոր ԶԼՄ-ները 50 լրատվամիջոցների ցանկից են, որոնց շրջանում մենք անցկացրել ենք հարցումներ: Եվ 15-ից 5-ը (Հ1, Հ3, Շանթ հեռուստատարնկերություններ, Նովոստի Արմենիա ինֆոգործակալություն եւ News.am օնլայն) վերը նշված տարբեր պատճառաբանություններով հրաժարվել են պատասխանել մեր մի քանի հարցադրումներին:

Արդյունքները դիտարկել ենք երկու խմբով.

- ինֆորմացիոն գործակալություններ եւ ինտերնետային լրատվամիջոցներ,
- ռադիո եւ հեռուստատարնկերություններ:

Առաջին խմբի լրատվամիջոցները տիպային տարբերություններ ունեն (ինֆորմացիոն գործակալություն եւ տպագիր թերթ, ինտերնետային հեռուստատեսություն եւ լրատվական, կամ ավելի բազմաֆորմատ ինտերնետային ԶԼՄ): Սակայն նրանց մեկ խմբում հավաքելու եւ նրանց միջեւ համեմատություն անցկացնելու մեր որոշումը պայմանավորված էր երկու հանգամանքներով.

ա/ այս լրատվամիջոցները գործում են (նաեւ) ինտերնետում

բ/ այս լրատվամիջոցներն ունեն օրվա ընթացքում անընդհատ համալրվող լրահոս:

Ինչպես որ ռադիո եւ հեռուստատեսային կոնտենտների ուսումնասիրության արդյունքներն առանձին խմբում դիտարկելու պատճառն այն էր, որ հետեւել ենք օրվա ընթացքում մի քանի լրատվական թողարկումներից միայն գլխավոր թողարկումների կոնտենտներին, եւ որ հիմք ենք վերցրել եթերը:

Այսպիսով՝ երկու խմբերի ՁԼՄ-ների ընդհանուր հայտարարն այն է, որ նրանք ամեն օր թողարկում են նորություններ, որոնց մի մասը ստաբիլ կազմում է այսպես կոչված միջազգային թեմաների լրահոսը:

**Միջազգային լրահոս ասելով՝** այս դեպքում նկատի ենք ունեցել բոլոր այն բովանդակությունները, որոնք նկարագրում են այլ երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների հետ կապված իրադարձությունները, այդ թվում՝ ՀՀ հետ ունեցած հարաբերություններում:

**Նյութ** - Ինտերնետային լրատվամիջոցների դեպքում որպես մեկ միավոր նյութ ընկալվել են այն բովանդակությունները, որոնք մատուցվել են կայքում առանձին ձեւավորումներով (ունեն առանձին վերնագիր կամ գոնե կայքում տեղադրման ամսաթիվ ու ժամ): Եթերի դեպքում որպես մեկ միավոր նյութ ըկալվել են այն սյուժեները, որոնք ունեցել են բովանդակային ամբողջություն եւ տարանջատվել են իրարից հեռուստատեսային ու ռադիոհաղորդումներին բնորոշ միջոցներով (բլում, այլ տեսակի անցումներ): Որպես միավոր նյութ են ընկալվել նաեւ հաղորդավարական այն տեքստերը, որոնք չեն անոնսավորել դրանց հաջորդած նյութ(եր)ը եւ ունեցել են ինքնուրույն բովանդակություններ:

**Թեմաների ու երկրների, միջազգային կազմակերպությունների քանակը** հաշվարկվել է «մեկ նյութ՝ մեկ եւ ավելի քանակի երկրներ կամ միջազգային կազմակերպություններ», «մեկ նյութ՝ մեկ եւ ավելի թեմա» սկզբունքներով: Մեկ նյութում նույն երկրների, միջազգային կազմակերպությունների անունների, նույն թեմայի մի քանի անգամ կրկնությունը հաշվարկվել է մեկ անգամ:

**Երկրի/ միջազգային կազմակերպության ոչ կոնկրետ ձեւակերպում** – այսպես ընկալվել են երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների այն նկարագրությունները, որոնք հիշատակվել են առանց կոնկրետ անուններ հնչեցնելու, հիմնականում որպես այս կամ այն աշխարհամասի երկիր կամ կազմակերպություն (օրինակ՝ արաբական, եվրոպական երկրներ, իսլամական կազմակերպություններ, եվրոկառույցներ եւ այլն ):

**Նյութի աղբյուրներ** – սրանք այն հղումներն են, որոնք ներկայացված են նյութի շարադրանքում եւ ցույց են տալիս, որ նյութը սեփական արտադրության է, կամ

վերցված է հայաստանյան այլ ՁԼՄ-ներից (Այլ ՁԼՄ), արտասահմանյան ՁԼՄ-ներից (Արտ ՁԼՄ), խմագրության կողմից օգտագործված հայտարարություն/հաղորդագրություններից, հայաստանյան եւ արտասահմանյան տարբեր գերատեսչությունների, կառույցների պաշտոնական կայքերից (Պաշտոնական կայք), սոցիալական ցանցերից:

**Ոչ կոնկրետ հղումներ** են համարվել արտասահմանյան լրատվամիջոցներին այն հղումները, որոնցից հնարավոր չէ իդենտիֆիկացնել ՁԼՄ-ի կոնկրետ անունը (օրինակ՝ արաբական, քրդական, աֆրիկյան լրատվամիջոցներ եւ այլն):

**Օ հղումով նյութեր** համարվել են այն բովանդակությունները, որոնց մեջ չի եղել նյութի որեւէ մի պատկանելիության տարբերանշան, չեն եղել ոչ սեփական («ինչպես հաղորդում է մեր թղթակիցը» եւ այլն), ոչ էլ արտասահմանյան աղբյուրներին պատկանելիության մասին վկայող ձեւակերպումներ, բայց որոնք արտասահմանյան երկրներում նույն կամ նախորդ օրը տեղի ունեցած իրադարձությունները ներկայացրել են ականատեսի, մասնակցի տեսանկյունից: Կարճ ասած, երբ ակնհայտորեն զգացվել է, որ դրանք փոխառնվել են արտասահմանյան ՁԼՄ-ներից, սակայն այդ մասին ոչ մի նշում չի եղել:

**Հղումների եւ աղբյուրների քանակը հաշվարկվել է «մեկ նյութ՝ մի քանի աղբյուր» սկզբունքով, եթե այդ աղբյուրները եւ հղումները տարբեր են եղել:**

## **ԻՆՉՊԵՄ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ**

### **ԻՆՏԵՆՍԻՎՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՎԱԾ ՁԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ**

Միջազգային թեմաներով նյութեր եղել են դիտարկված 15 ՁԼՄ-ներից 10-ի ամենօրյա արտադրանքում: 5 լրատվամիջոցներում միջազգային թեմաներով նյութեր չեն հանդիպել մեկ կամ երկու օրվա ընթացքում, եւ այդ օրերը նշված ՁԼՄ-ներում մյուս օրերի համեմատ առանձնացել են առհասարակ սակավարտադրությամբ:

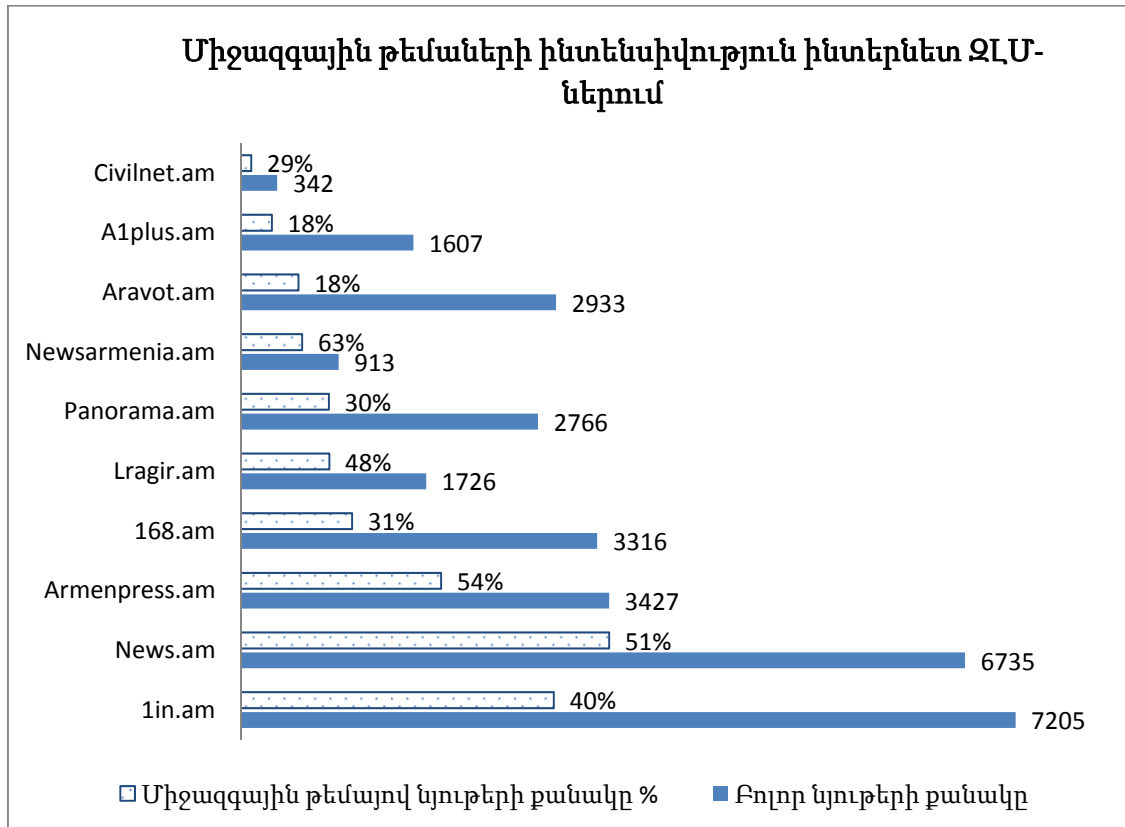
Ընդհանուր համեմատության մեջ ինտերնետային լրատվամիջոցների ու ինֆորմացիոնային ծախսերի խմբում այս կարգի նյութերի ինտենսիվությունը տարբեր է: Կան ՁԼՄ-ներ, որոնց մեկ օրվա ընթացքում միջազգային թեմաներով նյութերի քանակը հասել է 160-ի, ինչը կազմել է այդ օրվա ողջ արտադրանքի 63% (News.am), 124 –ի, ինչը կազմել է այդ օրվա արտադրանքի 47% (1in.am), 106 նյութի, ինչը կազմել է այդ օրվա արտադրանքի 69% (Armenpress.am) (տես ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2, Աղյուսակներ 1 եւ 2):

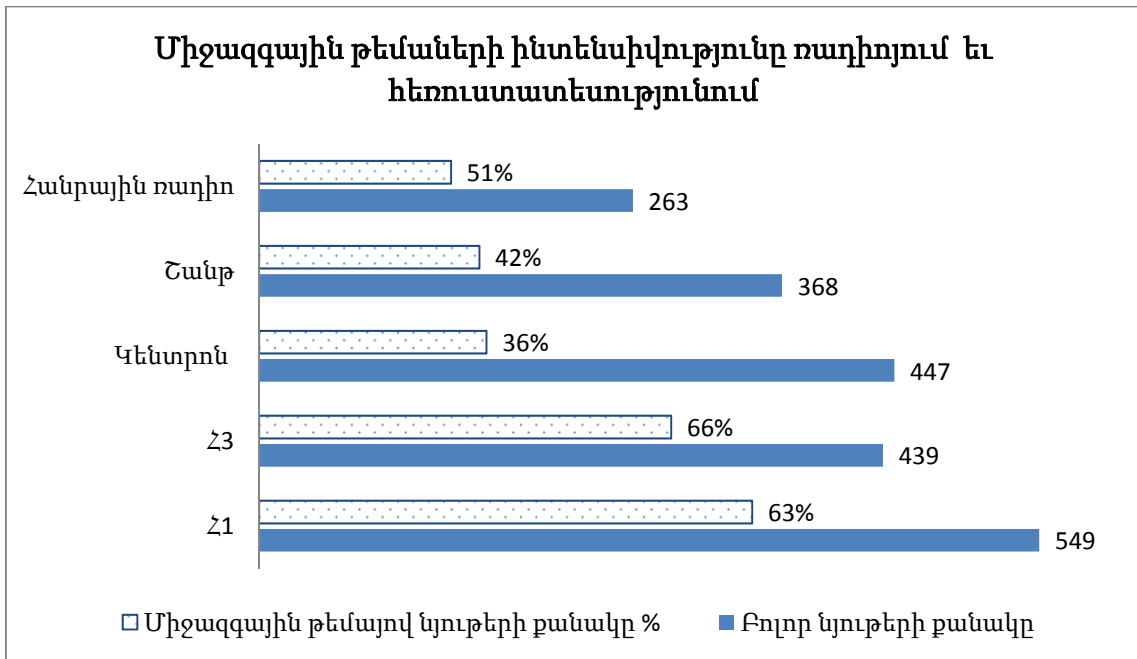
Մեկ ամսվա գումարային արդյունքներով էլ այս խմբի 10 ՁԼՄ-ներն ունեցել են միջազգային թեմաներով նյութերի էականորեն տարբեր քանակ: Սակայն սեփական ողջ արտադրանքի նկատմամբ դրանց տոկոսային հարաբերակցությունը միայն երկու ՁԼՄ-ների դեպքում է, որ մյուսների համեմատ զգալիորեն ավելի ցածր ցուցանիշներ ունի (Aravot.am եւ A1plus.am - ում միջազգային թեմաներով նյութերի քանակը կազմել է

ամսվա ողջ արտադրանքի 18%, նվազագույն ցուցանիշ): Մնացած դեպքերում այս կարգի նյութերը կազմել են իրենց ողջ արտադրանքի մոտ 1/3 -ից մինչև մոտ 2/3 մասը:

Ռադիոյի ու հեռուստատեսության դեպքում պատկերը հակառակն է: Մեկ ամսվա ընթացքում այս խմբի ՁԼՄ-ները եթեր են հեռարձակել համաչափ, իրարից էականորեն չտարբերվող քանակի նյութեր: Սակայն միջազգային թեմաներով նյութերի մասնաբաժինները նվազագույնը կազմել են 36% (Կենտրոն), առավելագույնը 63% (Հ1) եւ 66% (Հ3):

Տես ստորև բերված գրաֆիկները, նաեւ՝ ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2, Աղյուսակներ 3 եւ 4:





Այսպիսով՝ եթե մի կողմ ենք դնում առավել բարձր կամ պակաս արտադրողականության հանգամանքը (օրվա ընթացքում թողարկված նյութերի քանակը), ապա նկատելի է դառնում մեկ ընդհանուր հանգամանք՝ ՁԼՄ-ների ճնշող մեծամասնությունը մեծ տեղ է հատկացրել միջազգային թեմաներով նյութերին, եւ կան քիչ թվով ՁԼՄ-ներ, որոնց նյութերի ճնշող մեծամասնությունը նվիրված է եղել ներհայաստանյան անցուդարձերին ու գործընթացներին: Այսպես է թե ինֆորմացիայի արտադրողականության ինտենսիվության ՁԼՄ-ների խմբում, թե հեռուստատեսային լրատվական հաղորդումների պարագայում: Իսկ մասնավոր հանգամանքն այն է, որ բարձր արտադրողականություն գրանցած ՁԼՄ-ները հասնում են նման ցուցանիշների նաեւ միջազգային թեմաներին նվիրված նյութերի հաշվին:

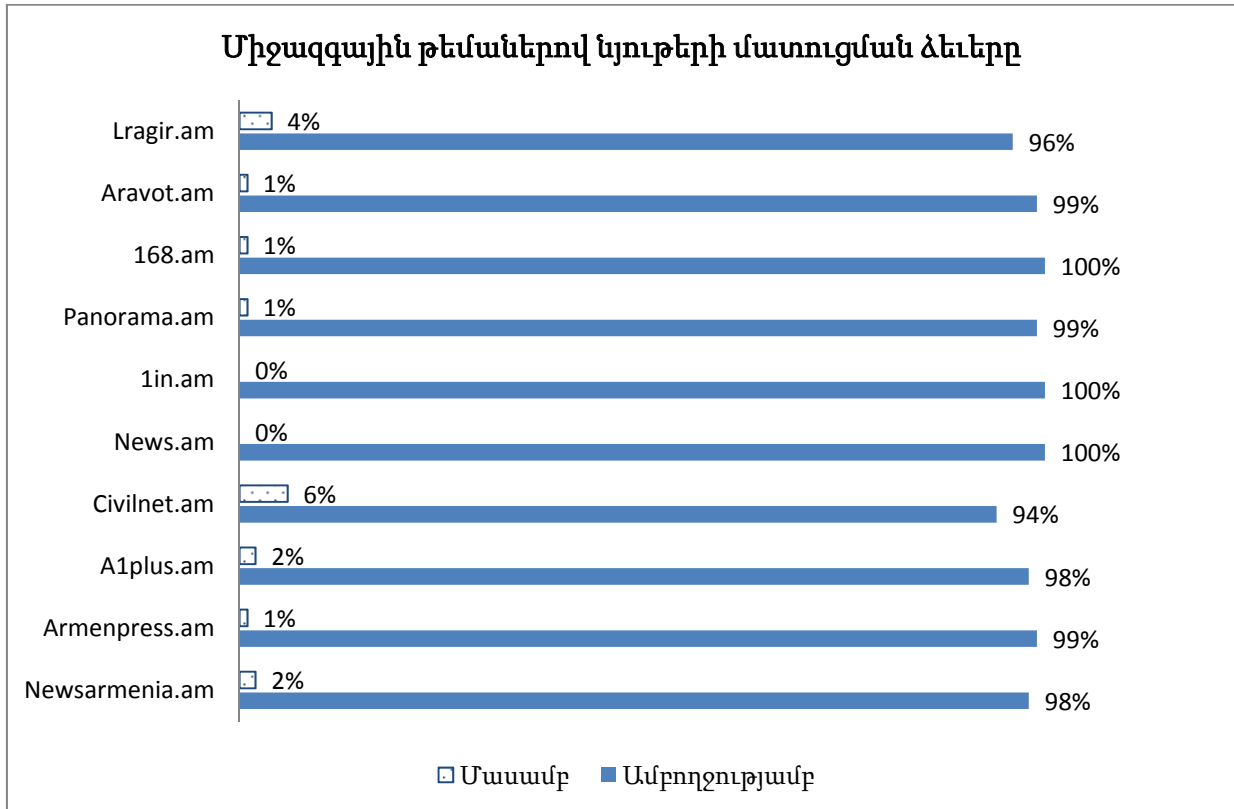
### **ԻՆՉՊԵՄ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՄԱՏՈՒՑՄԱՆ ՁԵԻԵՐԸ**

Միջազգային այուժեներ հանդիպել են ոչ միայն դրանց ամբողջովին նվիրված, այլեւ հիմնականում ներհայաստանյան խնդիրներ արծարծող նյութերում, որպես դրանց մի մասնաբաժին: Հիմնականում որպես հայաստանյան եւ արտասահմանյան իրողությունների համեմատություն, շաբաթվա ընթացքում Հայաստանում եւ այլ երկրներում կատարված անցուդարձերի նկարագրություն:

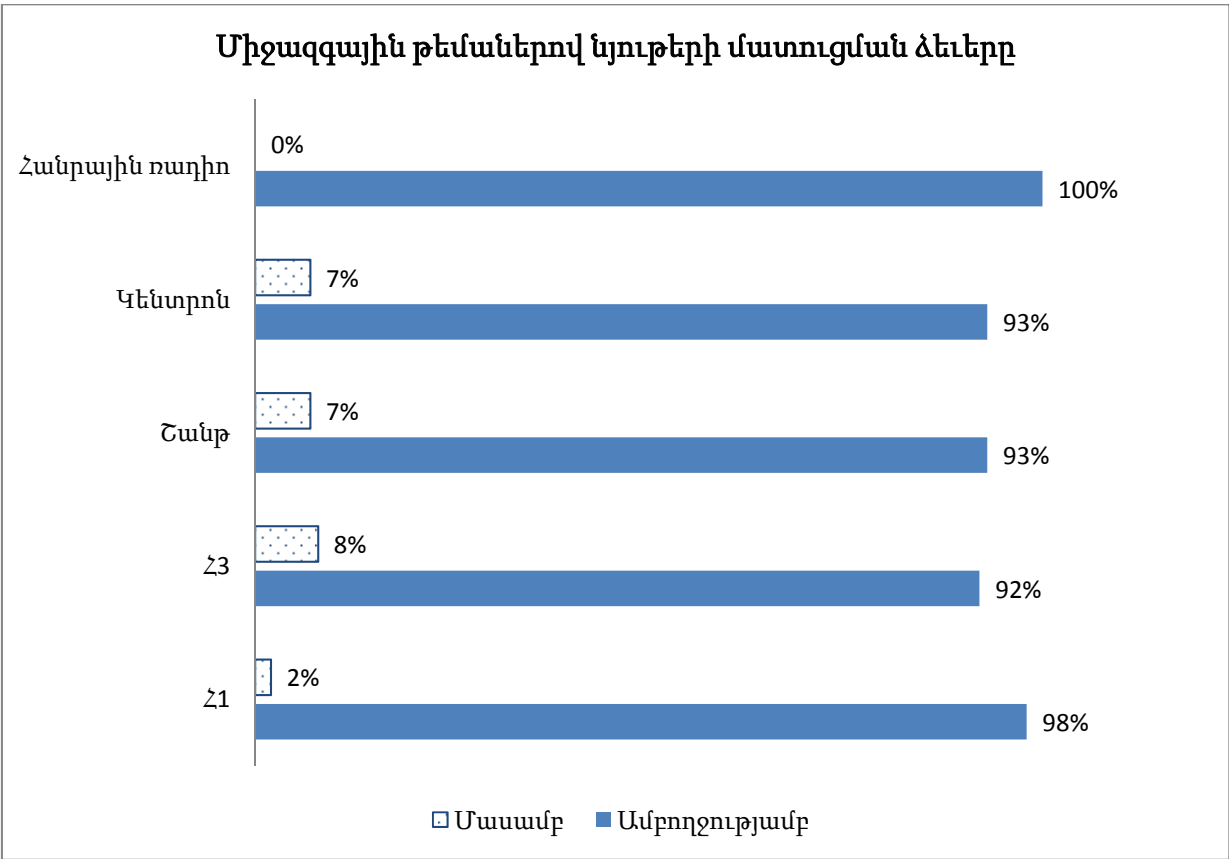
Սակայն ուսումնասիրված բոլոր 15 ՁԼՄ-ներում Հայաստանի սահմաններից դուրս կատարված իրադարձությունների մասին նյութերի ակնհայտ մեծամասնությունը կազմել են միջազգային թեմաներին ամբողջությամբ նվիրված նյութերը: Միջազգային թեմաներին մասնակիորեն նվիրված նյութեր ամենից շատ ունեցել են Civilnet.am (6%



մասնակի նյութեր 94% ամբողջապես միջազգային թեմաներով ներկայացված նյութերի դիմաց) եւ Lragir.am (4% մասնակի նյութեր 96% ամբողջապես միջազգային թեմաներով ներկայացված նյութերի դիմաց): Մնացած դեպքերում հարաբերակցությունը եղել է կամ 1% եւ 2% մասնակի միջազգային թեմայով նյութերը 98% եւ 99% ամբողջովին միջազգային թեմանորեկ նյութերի դիմաց: Կամ էլ մեր ուսումնասիրության առարկա բոլոր նյութերն ամբողջովին են նվիրված եղել միջազգային թեմաներին առանց ներհայաստանյան իրադարձությունների հետ համադրման (այսպես է եղել 1in.am -ի եւ News.am-ի դեպքում):

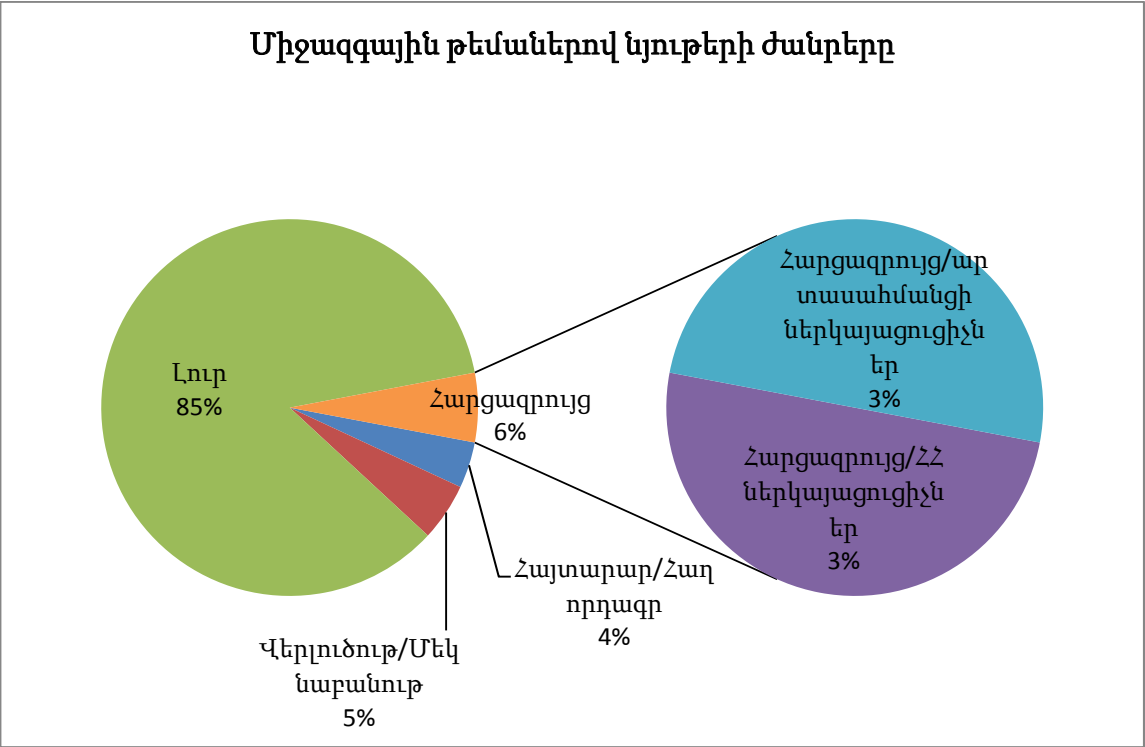


Ռադիո եւ հեռուստահաղորդումների պարագայում էլ ընդհանուր պատկերը նույնն է, ճնշող մեծամասնությամբ գերազանցել են միջազգային թեմաներին ամբողջովին նվիրված նյութերը:

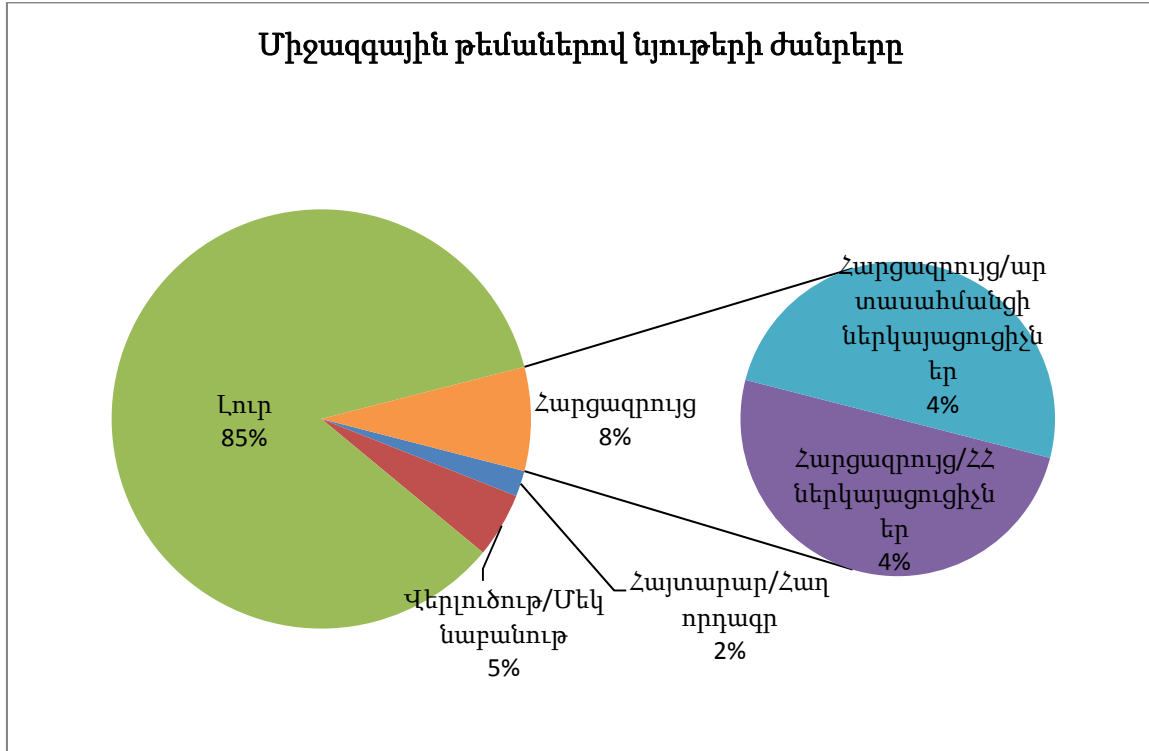


**ԻՆՉՊԵՄ. ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԺԱՆՐԵՐԸ**

Ինֆորմացիոն գործակալություններ եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ներ



**Ռադիո եւ հեռուստատեսություն**



Ինչպես երևում է վերը բերված գրաֆիկներից միջազգային թեմաներով նյութերի ժանրային պատկերները ուսումնասիրված ՁԼՄ-ների երկու խմբերում էլ նույնն են: Գերակշռող մեծամասնություն է կազմում լուրը (85%-ական տոկոս), մնացած ժանրերը (հարցազրույց, վերլուծություն, հայտարարություն) միասնաբար կազմել են այս նյութերի 15%-ը: Էապես տարբեր չեն նաեւ ուսումնասիրված ՁԼՄ-ների այս երկու խմբերի հարցազրույցների, վերլուծությունների ու հայտարարությունների ցուցանիշները (տես նաեւ՝ ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2, Աղյուսակներ 5 եւ 6):

Այսպիսով՝ միջազգային թեմաներով նյութերը թե՛ ռադիո ու հեռուստատեսային լրատվական հաղորդումներում, թե՛ ՁԼՄ-ների այն խմբում, որտեղ բազմաֆորմատ օնլայն ՁԼՄ-ներն ինֆորմացիայություններից ավելի շատ են, ներկայացվում են հիմնականում իրադարձային առիթով եւ ամենօրյա լրահոսի ժապավեններում: Այս կարգի նյութերի ժանրային ձևավորումներն ամենեւին էլ կապ չունեն ՁԼՄ-ների տիպային առանձնահատկությունների հետ (այն հիմնականում արտադրում է նորություններ, թե՛ ոչ միայն, այն հիմնականում արտադրում է աուդիո/վիդեոնյութեր, թե՛ տեքստային նյութեր):

## ԱՐՏԱՔԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԱՇԽԱՐՀԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

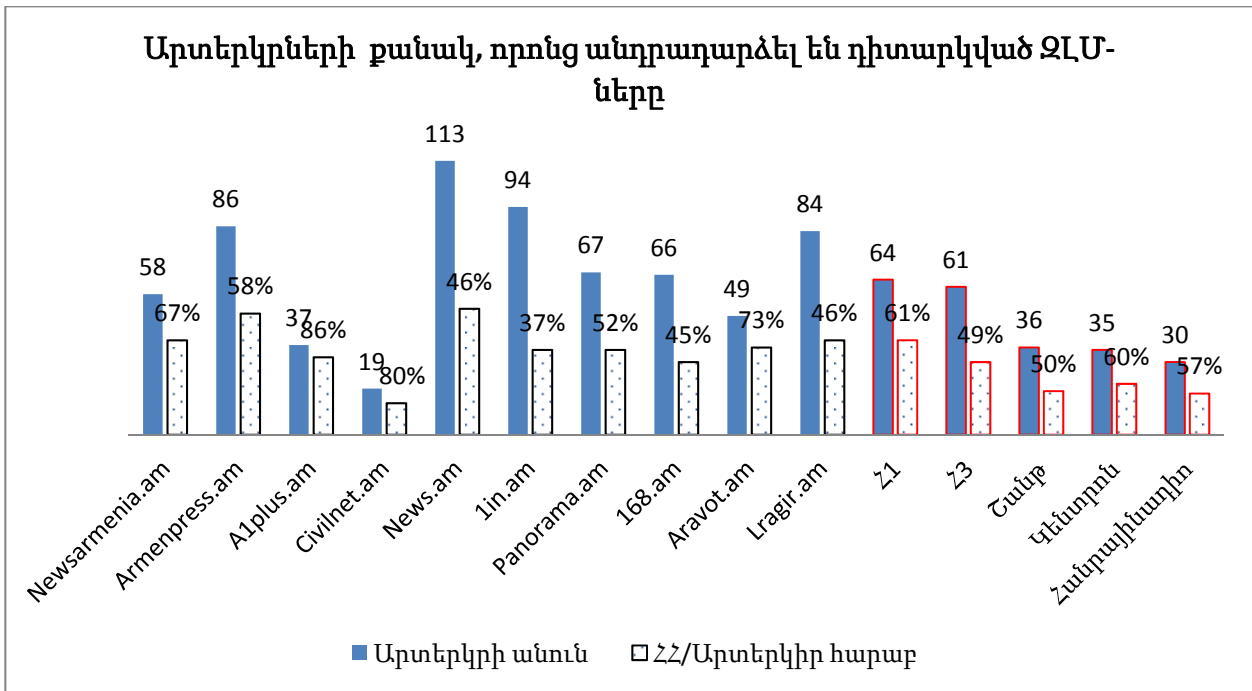
**Արտասահմանյան երկրների ցանկը**, որոնց հետ կապված իրադարձություններին, այդ թվում Հայաստանի հետ հարաբերություններում, անդրադարձել են ուսումնասիրված ՁԼՄ-ները, սույն է: Մենք ունենք ՁԼՄ-ներ, որտեղ մեկ ամսվա ընթացքում ներկայացվել են 113 (News.am), 94 (1in.am), 86 (Armenpress.am), 84 (Lragir.am) տարբեր երկրներում տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին: Նվազագույն ցուցանիշ ունեցել է Civilnet.am-ը (մեկ ամսվա ընթացքում խոսվել է 19 տարբեր երկրների մասին):

Ռադիոյի ու հեռուստատեսության խմբում այս արդյունքներն ավելի համեստ են եւ 64 (Հ1) երկրները չեն գերազանցում: Նվազագույն ցուցանիշ ունեցել է Հանրային ռադիոն (մեկ ամսվա ընթացքում խոսվել է 30 տարբեր երկրների մասին): Սա էականորեն չի տարբերվում Կենտրոն եւ Շանթ հեռուստաընկերությունների լրատվական թողարկումներում արձանագրված ցուցանիշներից (համապատասխանաբար՝ 35 եւ 36 տարբեր երկրների անուններ):

Երկրների մի մասը հիշատակվել կամ նկարագրվել են այդ թվում նաեւ Հայաստանի հետ տարբեր ոլորտներում ունեցած հարաբերությունների առումով:

Ինֆորմացիոն գործակալությունների ու ինտերնետային ՁԼՄ-ների խմբում մենք արձանագրել ենք այնպիսի լրատվամիջոցներ, որոնք արտասահմանյան երկրների մասին նյութերի ճնշող մեծամասնությունը նվիրել են հենց այս դեպքերին, այսինքն Հայաստանի հետ հարաբերություններին: Եվ դրանք հենց այն լրատվամիջոցներն են, որոնք մյուսներից ավելի քիչ թվով երկրների են անդրադարձել (Aravot.am, Civilnet.am, A1plus.am): Իսկ ավելի լայն աշխարհագրությամբ լրատվամիջոցներում արտասահմանյան երկրների մասին նյութերի զանգվածում ՀՀ հետ հարաբերությունները կազմել են դրանց մոտ կեսը (տես ստորեւ բերված գրաֆիկը):

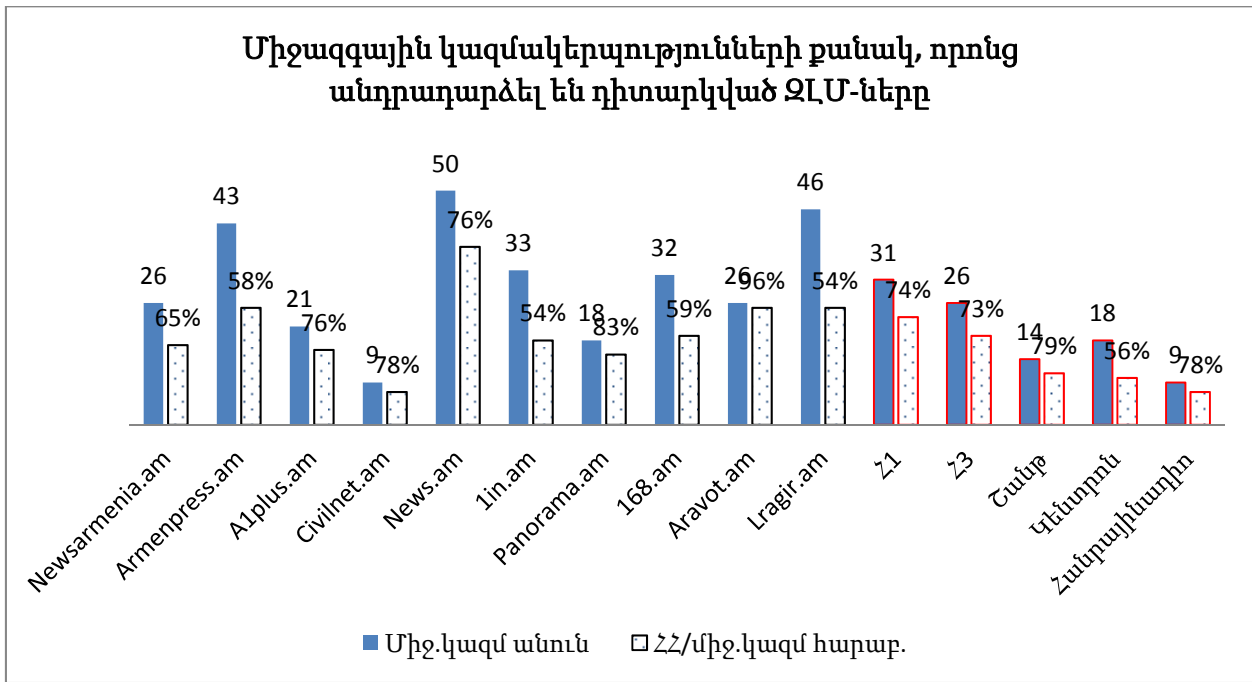
Բացի ավանդաբար եւ ստաբիլ կերպով հայաստանյան լրատվամիջոցներում անդրադարձների արժանացող երկրներից (հարեւան երկրներ, միջազգային ասպարեզում քաղաքական եղանակ ստեղծող երկրներ), այստեղ կան Հայաստանի իրականության, հայաստանյան լսարանների ու դրանց խնդիրների առումով էկզոտիկ այնպիսի երկրների հիշատակումներ, ինչպիսիք են Ուզանդան, Չադը, Հաիթին, Գվինեա Բեսաուն, Ֆիջին, Կոտ Դ'Իվուարը եւ այլն: Փոխարենը անհամեմատ ավելի քիչ քանակի նյութեր կան այնպիսի երկրների մասին, որոնց հետ Հայաստանը ունի ընդհանուր հետաքրքրություններ (օրինակ չկա ինֆորմացիոն հետաքրքրություն բացի Ռուսաստանից ՀԱՊԿ, ԵԱՏՄ այլ անդամ երկրների նկատմամբ): Եվ դրանց մասին հազվադեպ նյութերը բացառապես իրադարձային բնույթի են:



**Միջազգային կազմակերպությունների ցանկը** համեմատաբար ավելի համեստ է: Նվազագույն ցուցանիշ արձանագրվել է Civilnet.am-ում (9 միջազգային կազմակերպության անուն), առավելագույն ցուցանիշներ ունեն News.am-ը (50 կազմակերպություն), Lragir.am-ը (46 կազմակերպություն), Armenpress.am -ը (43 կազմակերպություն): Ի տարբերություն արտասահմանյան երկրների մասին նյութերի, միջազգային կազմակերպությունների մասին նյութերի մեծ մասը թողարկվել է ՀՀ հետ հարաբերությունների հարթությունում:

Մոտավորապես նույն սկզբունքային պատկերն ենք տեսնում ռադիոյի եւ հեռուստատեսության խմբում: Միջազգային կազմակերպությունների անունների քանակը զիջում է յուրաքանչյուր ՁԼՄ-ում հիշատակված արտասահմանյան երկրների քանակին, եւ դրանք ակնհայտ մեծամասնությամբ դարձյալ հիշատակվել են Հայաստանի հետ հարաբերությունների առումով (տես ստորեւ բերված գրաֆիկը):

Այն կազմակերպությունները, որոնց մաս է կազմում Հայաստանը (ԵԱՏՄ, ԵՄ-ի ԱԼԳ ծրագիր) անհամեմատ ավելի քիչ անդրադարձների են արժանացել, քան օրինակ ՆԱՏՕ-ն:



## ԱՆՑՈՒԴԱՐՁԵՐ, ՈՐՈՒՔ ՊԱՅՄԱՆԱՎՈՐԵԼ ԵՆ ՌԵՅՏՆԳՆԵՐԸ

2015 թ հունիսի ընթացքում արտաքին աշխարհում եւ նրա հետ Հայաստանի հարաբերություններում տեղի ունեցան մի շարք իրադարձություններ, որոնք էլ մեծապես ազդեցին արտասահմանյան երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների ռեյտինգների վրա:

Ահա առանցքային մի շարք սյուժետային գծեր, որոնք լուսաբանվել են բոլոր 15 ՁԼՄ-ների կողմից, եւ որոնց մի մասը եղել է նաեւ համաաշխարհային նորությունների առաջին տողերում:

**Այլ երկրների հետ հարաբերություններ** – Հունիսին Երեւանում ընթացան բողոքի ցույցեր, ուղղված ռուսաստանյան «Ինտեր ՌԱՕ ԵԷՍ»-ի դուստր ձեռնարկություն Հայաստանի էլեկտրական ցանցերի ղեկավարության՝ էլեկտրաէներգիայի սակագները թանկացնելու որոշման դեմ: Մեր ուսումնասիրած բոլոր ՁԼՄ-ները չէին դիտարկում այս իրադարձությունները միայն ու միայն հայ-ռուսաստանյան հարաբերությունների համատեքստում, քայց այն Ռուսաստանի մասին սյուժետային գծերից մեկն էր, որն ինտենսիվ դարձավ հենց որ ռուսաստանյան մամուլն սկսեց Երեւանում տեղի ունեցող իրադարձություններն անվանել «Մայրան Հայաստանում», իսկ հետո՝ «Էլեկտրոմայրան Հայաստանում»:

Հունիսին հայտնի դարձավ նաեւ տարեսկզբին Գյումրիում քնած մի ողջ ընտանիքի սպանած ռուս զինծառայողին հայաստանյան արդարադատությանը հանձնելու որոշման մասին: Սրանք Ռուսաստանի թեման ինտենսիվ լուսաբանելու երկու ինֆորմացիոն առիթներ էին հայաստանյան մեդիայի համար: Չնայած որ, Ռուսաստանի

նկատմամբ ինֆորմացիոն բարձր հետաքրքրությունը միայն հայ-ռուսաստանյան հարաբերություններով չեն պայմանավորված եղել հունիսի ընթացքում էլ, ինչպես դատելի է ունենում սովորաբար:

**Միջազգային անցուղարձեք** – Հունիսին տեղի ունեցավ G7-ի հերթական հանդիպումն առանց Ռուսաստանի, մեկնարկեց Իրանի հարցով Նորմանդյան քառյակի եւ Իրանի միջեւ բանակցությունների փուլը, Սիրիայում, Իրաքում, այլ երկրներում ահազնացան ահաբեկչական կազմավորումների գործողությունները, Թուրքիայում ընթացան խորհրդարանական ընտրություններ, դրան հաջորդեց կառավարության կազմավորման հարցի ճգնաժամը, Ուկրաինայում շարունակվող ճգնաժամի համատեքստում Օդեսայի նահանգապետ Սահակաշվիլին սկսեց ձեռնարկել ոչ պոպուլյար քայլեր, դրամատիկ զարգացումներ ընթացան Հունաստան-ԵՄ հարաբերություններում, երբ հանգուցալուծվում էր այս երկրի եվրոգոտու մեջ մնալու հարցը, բարձրացվում էր Բրիտանիայի ԵՄ-ի անդամության հնարավոր դադարեցման ե դրանից բխող հետեւանքների հարցը, հայտնի դարձավ ԱՄՆ-ի կողմից Գերմանիայի եւ Ֆրանսիայի նախագահների հեռախոսային զրույցների գաղտնալսման մասին, Եմենից սկսվեցին դեպի Եվրոպա փախստականների առաջին հոսքերը: Ցանկը շարունակելի է:

**Սպորտ** – Հունիսին հայտնի դարձավ ՖԻՖԱ-յի հետ կապված կոռուպցիոն սկանդալի մասին, Ադրբեջանում տեղի ունեցան առաջին Եվրոպական խաղերը, Թուրքիայում ընթացավ հունահռոմեական ընթշամարտի առաջնությունը, Երեւանում անցավ Հայաստան-Պորտուգալիա ֆուտբոլային խաղը, Իսպանիայում անցավ երկրի ֆուտբոլային առաջնությունը:

**Ղարաբաղյան հակամարտություն** – Հունիսին հայտնի դարձավ ԵԽԽՎ-ում Հայաստանյան պատվիրակության ջանքերի մասին, որոնք ուղղված էին կասեցնելու Ադրբեջանին վերաբերող զեկույցում «օկուպացված տարածքներ» ձեւակերպումը կասեցնելուն, չնայած հայ-ադրբեջանական զորքերի շփման գծում հարաբերական անդորրին, այս հարցը լուսաբանվում էր նաեւ Ադրբեջանում տիրող ներքին իրավիճակի, այս երկրում ընթացող տարբեր բռնաճնշումների ու ձերբակալությունների համատեքստում:

Այս եւ ավելի լոկալ նշանակության բոլոր իրադարձությունները արձանագրվել են ուսումնասիրության ընթացքում հարաբերականորեն ավելի կամ պակաս ինտենսիվությամբ:

Հասկանալի է, որ այս կարգի իրադարձություններն են որ հիմնականում ձեւավորել են հայաստանյան ԶԼՄ-ներում ընդհանուր առմամբ եւ երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների ռեյտինգները, եւ առավել շատ ու անհամեմատ ավելի քիչ անգամ արժարժված թեմաները:

## **ԹԵՄԱՆԵՐԻ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐ**

Արձանագրվել են թվով 21 թեմաներ, որոնց վերին տողերում այս անգամ (գերազանցապես հունիսի ընթացքում տեղի ունեցած մի շարք սպորտային առաջնությունների պատճառով) սպորտն առաջ է անցել հայաստանյան մեդիայի համար ավանդաբար հետաքրքրություն ներկայացնող թեմաներից (տնտեսությունից, Ղարաբաղյան հակամարտությունից, բանակ եւ անվտանգությունից, ներքին ազատություններ եւ հասարակություն թեմաներից): Միյուրքի եւ միգրացիայի թեման ավելի պակաս անգամ է արժարժվել, քան այսպես կոչված տաք կարկանդակների արագությամբ իրացվող կոնտենտները՝ պատահարները, ժամանցային լրահոսը, առողջապահության ոլորտին վերաբերող եւ համընդհանուր նշանակության խնդիրները. օրինակ՝ կային ՁԼՄ-ներ, որոնք ողջ հունիսի ընթացքում պարբերաբար հաղորդում էին, թե արդեն քանի վարակված մարդ կա Հարավային Կորեայում Մերս կոչված վիրուսից եւ ինչ են անում իշխանությունները այդ ուղղությամբ (տես ՀԱՎԵԼՎԱԾ, Աղյուսակ 7):

## **ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՈՒ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐ**

Արտասահմանյան երկրների շարքում առավել շատ անգամ 30 երկրների ու միջազգային կազմակերպությունների ցանկի վերին տողերը բացի Իսպանիայի, Իտալիայի ներկայությունից ոչ մի անակնկալ պատկեր չունի: Ընդ որում այդպես է եւ ինֆորմացիոն գործակալությունների ու ինտերնետային լրատվամիջոցների, եւ ռադիո ու հեռուստահաղորդումների արդյունքների սանդղակներում:

Առաջին տեղում Ռուսաստանն է, այնուհետեւ նվազման կարգով՝ ԱՄՆ-ն, Ադրբեջանը, Թուրքիան եւ այլն: Բրիտանիայի, Գերմանիայի, Ֆրանսիայի մասին նյութերի ինտենսիվությունը կապված է եղել միջազգային գործընթացներում այս երկրների ունեցած ակտիվությունների հետ:

Ինտերնետային ՁԼՄ-ների խմբում Իրանի մասին նյութերի քանակը գերազանցել է Ուկրաինայի մասին նյութերի քանակից: Ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումներում հակառակ հերթականությունն է, Ուկրաինական անցուղարձերի մասին ավելի մեծ թվով նյութեր են հեռարձակվել, քան Իրանի:

Վրաստանի ներկայությունն առավել ինտենսիվ լուսաբանված երկրների առաջին տասնյակում մեծապես պայմանավորված է եղել հունիսին Թբիլիսիում տեղի ունեցած ջրհեղեղի ու մարդկային զոհերի հետ (տես ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2, Աղյուսակներ 8 եւ 9):

Մենք առանձնացրել ենք մի շարք երկրների մասին արդյունքներ, որոնք ցույց են տալիս, թե հատկապես ինչ տեսանկյուններից են դրանք լուսաբանվել հայաստանյան ՁԼՄ-ներում:



Այսպես Ռուսաստանը, որպես երկիր իր արտաքին ու ներքին անցուդարձերով, ուսումնասիրված բոլոր 15 ՋԼՄ-ներում ներկայացվել է գրեթե նույն չափ, որքան ՀՀ/ՌԴ հարթությունում:

ԱՄՆ-ի դեպքում ճնշող մեծամասնություն են կազմել ավելի շատ նրա ներքին ու արտաքին քաղաքական անցուդարձերի նկարագրությունները, քան Հայաստանի հետ ունեցած շփումները (համապատասխանաբար 90% եւ 10% կայքերում, 85% եւ 15% եթերում):

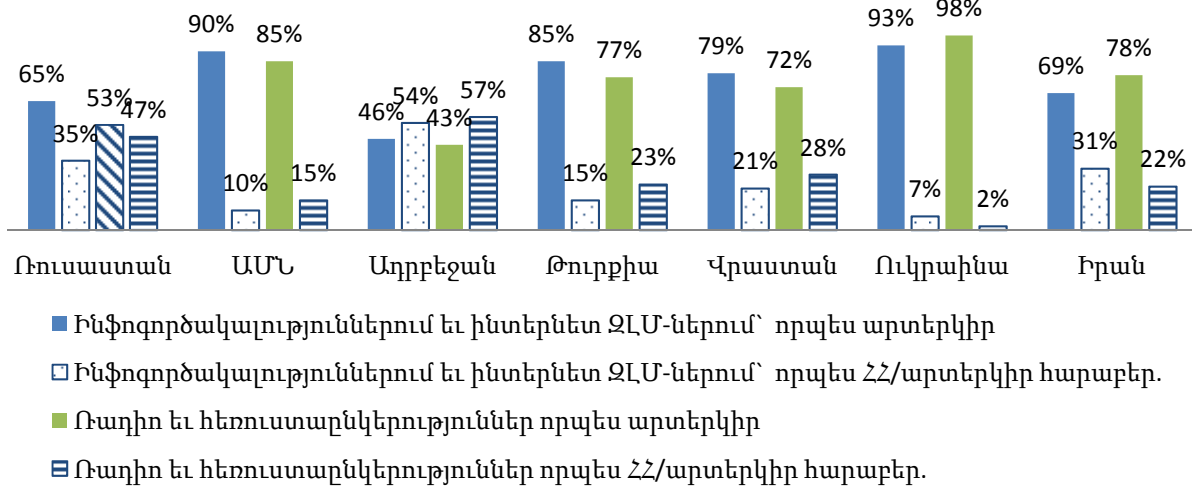
Ադրբեջանի դեպքում դարձյալ չկան անակնկալներ, քանի որ հայերի հետ այս երկրի հարաբերությունների մասին նյութերը գերազանցել են Ադրբեջանի ներքին ու արտաքին անցուդարձերի մասին նյութերին: Չնայած, որ այս անգամ նկատելի է եղել այս երկրի ներքին անցուդարձերի նկատմամբ ուշադրության աճ:

Թուրքիայի դեպքում հայաստանյան մեղիան ավելի շատ անգամ անդրադարձել է ներթուրքական խնդիրներին, քան թե հայ-թուրքական հարաբերություններին: Ինչն ըստ էության դրանց հրապարակային բացակայության պարագայում միանգամայն բացատրելի հանգամանք է:

Ուկրաինան ավելի շատ դարձել է զուտ ուկրաինական ճգնաժամի ներկայացման, քան հայ-ուկրաինական հարաբերությունների թեմա: Հայաստանյան ինտերնետային ՋԼՄ-ներն ու ինֆոգործակալություններն ավելի շատ տեղ են հատկացրել հայ-ուկրաինական խնդիրներին ու հարաբերություններին, քան ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը:

Չնայած, որ Իրանի մասին նյութերում գերակշռել են դարձյալ այս երկրի եւ արտաքին աշխարհի փոխհարաբերությունների թեմաները, սակայն ակնհայտ է նաեւ այն, որ հայ-իրանական հարաբերությունների մասին անդրադարձների քանակն ավելի շատ է եղել մնացած բոլոր երկրների հետ հարաբերությունների անդրադարձներից, բացի հայ ռուսաստանյան եւ հայ-ադրբեջանական հարաբերություններին նվիրված սյուժեները եւ սյուժետային գծերը (տես ստորեւ բերված գրաֆիկը):

### Երկրների ռեյտինգներն արտաքին թեմաներով նյութերում



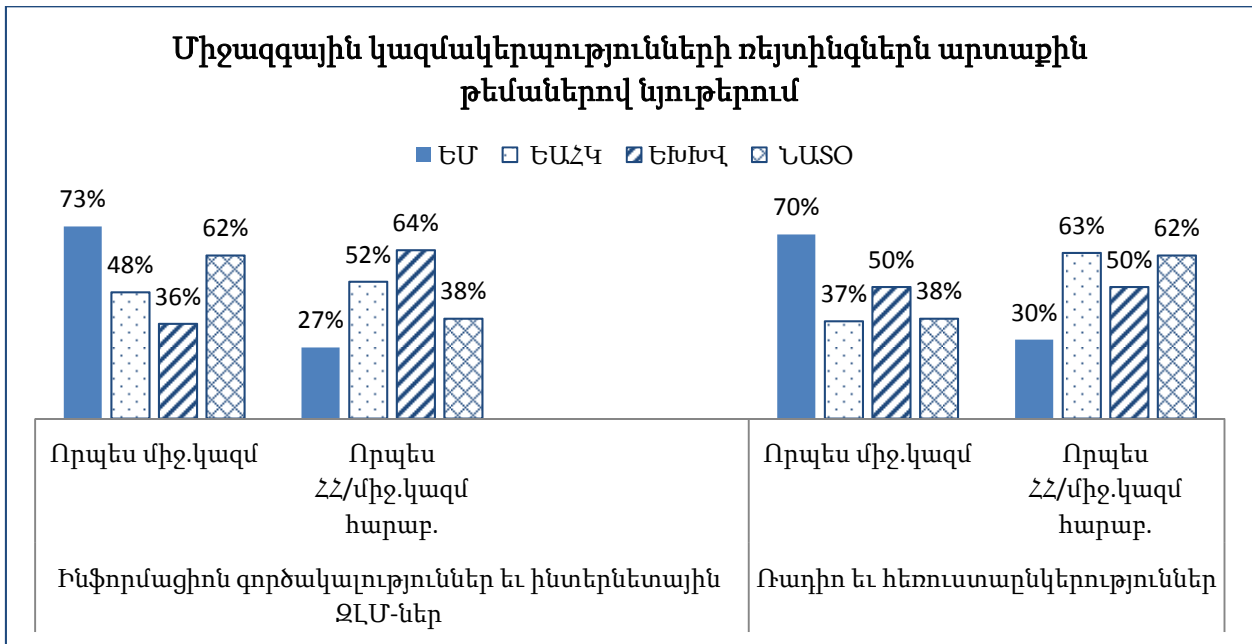
Միջազգային կազմակերպությունների մասին նյութերում ու դրվագներում պատկերը միանշանակ չէ: Առավել ինտենսիվ լուսաբանված ու հիշատակված կազմակերպությունները չորսն են՝ ԵՄ, ԵԱՀԿ, ԵԽԽՎ, ՆԱՏՕ:

ԵՄ-ի դեպքում ուսումնասիրված ՁԼՄ-ների երկու խմբում էլ գերակշռել են այն նկարագրություններն ու սյուժեները, որոնք ներկայացնում են այս կազմակերպության այսպես կոչված ոչ հայաստանյան թղթապանակը:

ԵԱՀԿ-ի դեպքում Հայաստանի հետ հարաբերությունների խնդիրներն ու մնացած բոլոր այլ ուղղություններում կազմակերպության անցուդարձները ինֆոգործակալություններում եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ներում լուսաբանվել են գրեթե համաչափ: Ռադիո եւ հեռուստահաղորդումներում հակառակն է, ՀՀ/ԵԱՀԿ հարաբերությունների ներկայացման օրինակները կրկնակի գերազանցել են ԵԱՀԿ-ի այլ ուղղություններում ունեցած գործողությունների եւ հարաբերությունների մասին օրինակներից:

ԵԽԽՎ-ն ուսումնասիրված լրատվամիջոցների առաջին (ինտերնետային) խմբում կրկնակի ավելի քիչ անդրադարձերի է արժանացել, քան Հայաստանի եւ ԵԽԽՎ-ի միջեւ եղած հարաբերությունները: Մինչդեռ եթերում համաչափ արձագանքներ են եղել ՀՀ/ԵԽԽՎ հարաբերությունների եւ այս կազմակերպության այլ հարթակներում եղած անցուդարձերին (50% երկու դեպքում էլ):

ՆԱՏՕ-ի դեպքում պատկերը հայելանման հակառակն է: Կայքերում կրկնակի ավելի շատ է ներկայացվել ՆԱՏՕ-ի այլ սահմաններում եւ հարթություններում ունեցած անցուդարձերը, քան Հայաստան-ՆԱՏՕ հարաբերությունները: Իսկ եթերում կրկնակի շատ սյուժեներ են եղել ՀՀ/ՆԱՏՕ հարաբերությունների մասին, քան թե աշխարհի տարբեր տարածաշրջաններում ու երկրներում ՆԱՏՕ-ի դերակատարության մասին սյուժեները (տես ստորեւ բերված գրաֆիկը):



## ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԹԵՄԱՆԵՐՈՎ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐԸ

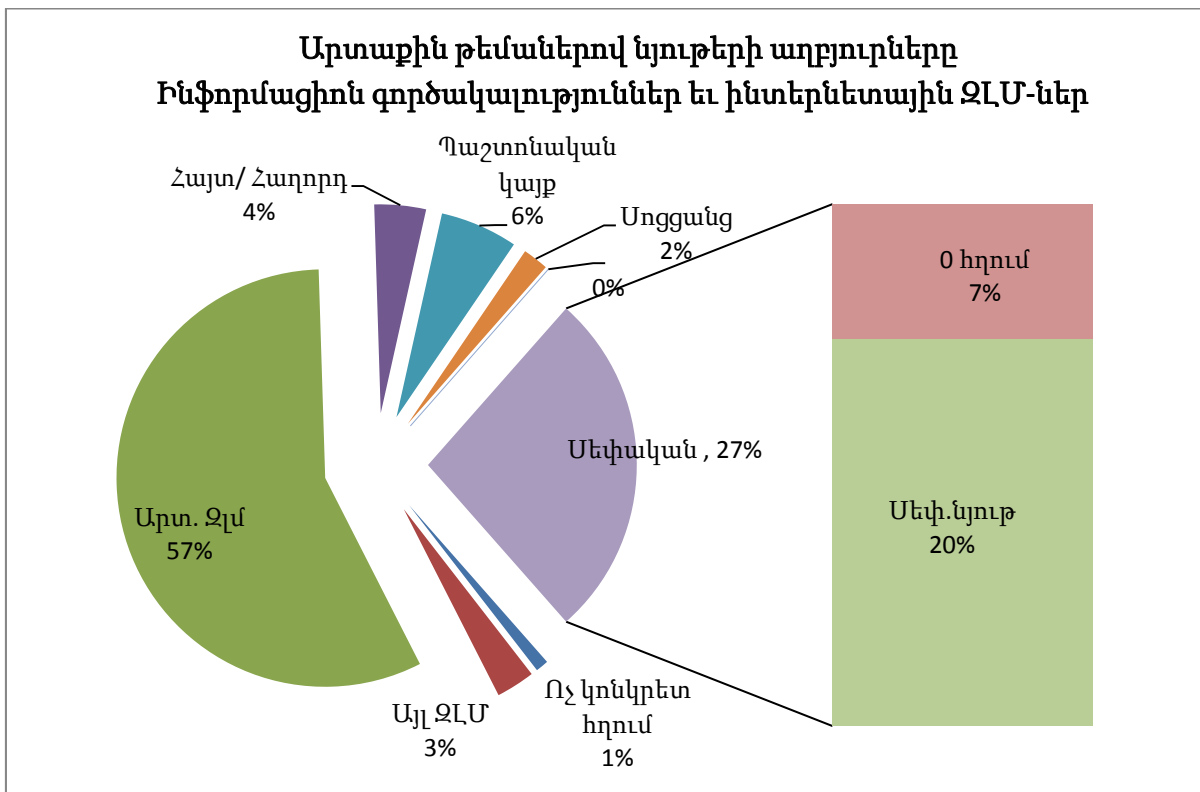
Ինֆորմացիոն գործակալություններն ու ինտերնետային ՁԼՄ-ները միջազգային թեմաներով նյութեր արտադրել են՝ օգտվելով արտասահմանյան և հայաստանյան բոլոր հասանելի աղբյուրներից: Այդ թվում արտասահմանյան ՁԼՄ-ներից (նյութերի 57%), հանրային տիրույթի համար բաց հայաստանյան և արտասահմանյան տարբեր կառույցների պաշտոնական կայքերից (նյութերի 6%), հատուկ ՁԼՄ-ների համար տարածվող հաղորդագրություններից և հրապարակային հայտարարություններից (4%), հայաստանյան այլ ՁԼՄ-ներից (նյութերի 3%), սոցցանցերից (2%):

Այս խմբի լրատվամիջոցները ներկայացրել են իրենց լսարաններին նաև մի շարք նյութեր, որոնց մեջ արված հղումները կրում են ոչ կոնկրետ բնույթ (1%): Մրանք այն նյութերն են, որտեղ ներկայացվում է տարբեր երկրներում ու կազմակերպություններում տեղի ունեցող գործընթացներ ու իրադարձություններ, որոնց մեջ այս կամ այն աղբյուրների վկայակոչումները մի կողմից ցույց են տալիս, որ դրանք արտասահմանյան են, սակայն մյուս կողմից կրում են այսպես կոչված ընդհանրական բնույթ, դրանցով հնարավոր չէ հասկանալ, թե կոնկրետ որ երկրի ՁԼՄ-ի որպես տեղեկատվության աղբյուրի մասին է խոսքը, դրանք տարբերակվում են ըստ աշխարհագրական (լատինաամերիկյան, մերձբալթյան լրատվամիջոցներ և այլն) կամ ազգային հատկանիշների (արաբական, քրդական լրատվամիջոցներ և այլն): Մեր ուսումնասիրած 15 ՁԼՄ-ներից արտասահմանյան ՁԼՄ-ներին նման հղումներ ամենից շատ անգամ հանդիպել են Armenpress.am-ում: Ի դեպ, Armenpress.am-ում արտասահմանյան ՁԼՄ-ների այս կարգի ոչ կոնկրետ վկայակոչումների շարքում հաճախ է հանդիպել նաև «միջազգային լրատվամիջոցներ» անհասկանալի ձևակերպումը: Հեղինակները հավանաբար կամ նկատի են ունեցել միջազգային

կազմակերպությունների կողմից հիմնած ՁԼՄ-ները, կամ էլ ավելի լայն առումով արտասահմանյան ՁԼՄ-ները: Ի դեպ՝ արտասահմանյան աղբյուրների ոչ կոնկրետ հղումներ ընդհանրապես չեն արել Civilnet.am, 1in.am, Lragir.am-ը: Այս խմբի մնացած ՁԼՄ-ներում նման դեպքեր հանդիպել են 1-6 անգամ:

Սեփական նյութերի քանակը կազմել է միջազգային թեմաներով բոլոր նյութերի մոտ 1/3 մասը (27%): Ընդգծենք, որ դրանց շարքում մենք դասել ենք այն նյութերը, որոնց մեջ ակնհայտորեն զգացվել է արտասահմանյան աղբյուրներից օգտվելու հանգամանքը (արվել են մեջբերումներ, նկարագրվել են իրադարձություններ սեփական ներկայության էֆեկտով եւ այլն), սակայն ներկայացվել են որպես սեփական նյութեր (արտասահմանյան աղբյուրների 0 հղում):

(Տես ստորեւ բերված գրաֆիկը, նաեւ՝ ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2, Աղյուսակ 10):

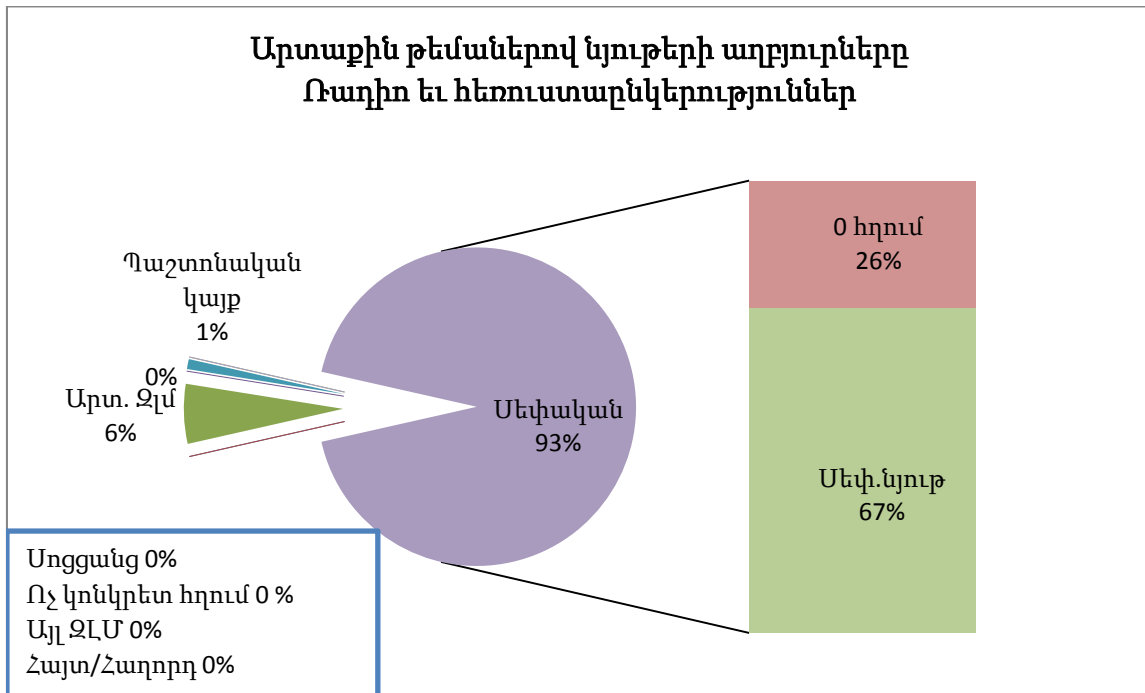


Ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումներում համամասնությունները կտրուկ այլ են: Նյութերի ճնշող մեծամասնությունը ներկայացվել է որպես սեփական արտադրության սյուժեներ (93%), որոնց մեջ թեւ օգտագործվել են այլ երկրներում տեղի ունեցած իրադարձությունների մասին վիդեոսյուժեներ, սակայն դրանք ներկայացվել են սեփական լոգոներով, կամ ընդհանրապես առանց դրանց (0 հղում, 26%):

Արտասահմանյան ՁԼՄ-ներին կոնկրետ հղումները (բանավոր հղումներ կամ ցուցադրվող վիդեոնյութեր արտասահմանյան կոնկրետ ՁԼՄ-ի լոգոյով) կազմել են այս

կարգի նյութերի մոտ 6%: Մնացած հղումների տեսակները չնչին քանակի են եղել եւ ՁԼՄ-ից ՁԼՄ տատանվել են 0%-1% տիրույթում:

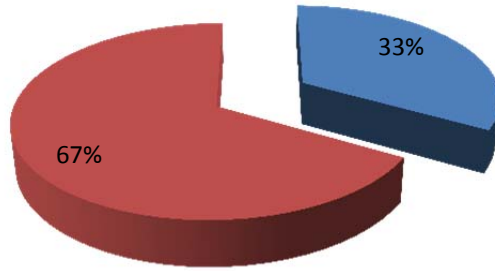
Վերը բերված բնութագրումներով այսպես կոչված ոչ կոնկրետ հղումներ բոլորից շատ անգամ արել է ՀՅ հեռուստաընկերությունը: Ընդհանրապես նման հղում չի հանդիպել Հանրային ռադիոյում (տես ստորեւ բերված գրաֆիկը, նաեւ՝ ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2, Աղյուսակ 11):



Պաշտոնական կայքերի որպես միջազգային թեմաներով նյութերի աղբյուրների շարքում մեծամասնություն են կազմել արտասահմանյան տարբեր կառույցների կայքերը: Ինֆորմացիոն գործակալություններում եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ներում վկայակոչված պաշտոնական կայքերի 2/3-ը (67%) արտասահմանյան են: Ռադիո եւ հեռուստատեսային հաղորդումներում դրանք ավելի շատ են (84%):

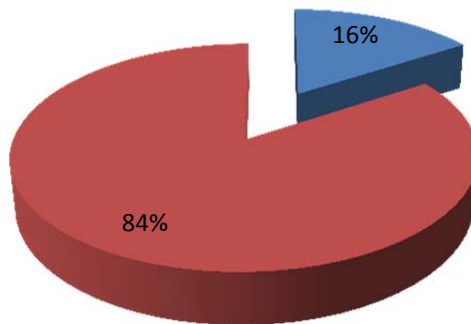
Տես ստորեւ բերված գրաֆիկները:

**Ինֆորմացիոն գործակալություններ և  
ինտերնետային լրատվամիջոցներ**



■ ՀՀ պաշտոնական կայքեր ■ Այլ երկրների պաշտոնական կայքեր

**Ռադիո և հեռուստաընկերություններ**



■ ՀՀ պաշտոնական կայքեր ■ Այլ երկրների պաշտոնական կայքեր

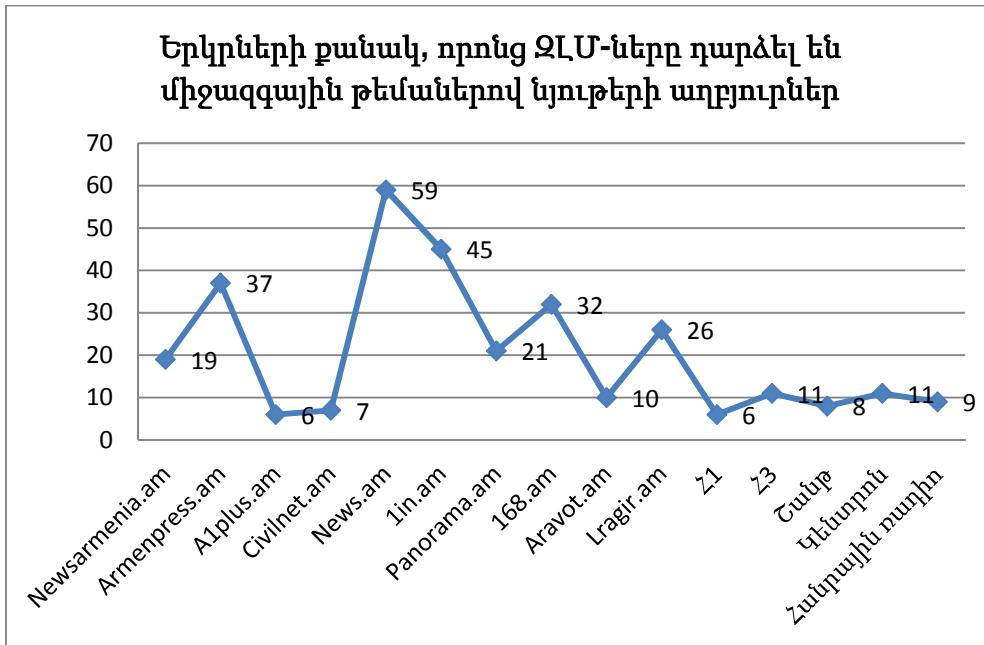
**ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՌԵՅՏԻՆԳՆԵՐ՝ ԸՍՏ ԴՐԱՆՑ ԶԼՄ-ՆԵՐԻՆ ԱՐՎԱԾ  
ՀՂՈՒՄՆԵՐԻ**

Մեր ուսումնասիրած լրատվամիջոցները տարբեր նախապատվություններ են տվել արտասահմանյան երկրների լրատվամիջոցներին որպես իրենց նյութերի աղբյուրների: Տարբեր է եղել նաև այն երկրների քանակը, որոնց ՉԼՄ-ներին հղումներ են արվել ուսումնասիրության ժամանակահատվածում:

Նկատվել են երկու օրինաչափություններ.

- Արտասահմանյան ՁԼՄ-ներին առավելագույն հղումներ արել են այն ՁԼՄ-ները, որոնք ունեցել են մյուսներից ավելի շատ քանակի միջազգային թեմաներով նյութեր (News.am, 1in.am, Armenpress.am, 168.am եւ Lragir.am):
- Արտասահմանյան ՁԼՄ-ներին առավելագույն քանակի հղումներով ՁԼՄ-ներում էլ գրանցվել է արտասահմանյան երկրների առավելագույն քանակ, որոնց ՁԼՄ-ներին արվել են այդ հղումները:

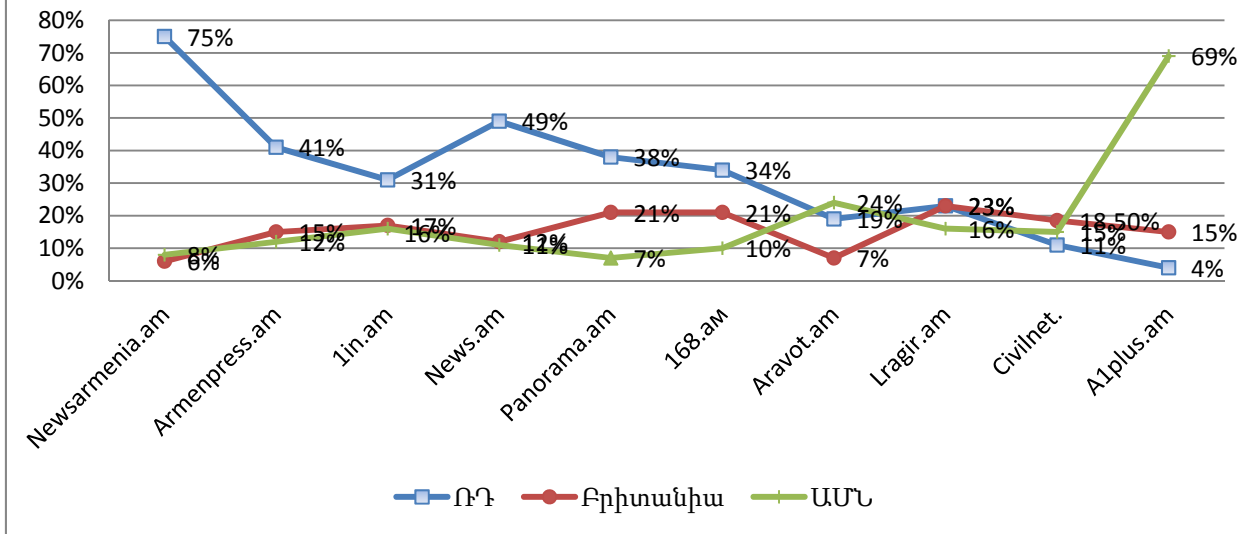
Այսպես, ուսումնասիրված ՁԼՄ-ների շարքում մաքսիմալ քանակի միջազգային թեմաներով նյութեր արտադրած եւ արտասահմանյան ՁԼՄ-ներին մաքսիմալ քանակի հղումներ արած լրատվամիջոցներում էլ (News.am , 1in.am, Armenpress.am, 168.am եւ Lragir.am) գրանցվել են տարբեր երկրների մաքսիմալ անուններ, որոնց ՁԼՄ-ները վկայակոչվել են այդ նյութերում: News.am –ում արվել են հղումներ 59 տարբեր երկրների ՁԼՄ-ներին, 1in.am-ում 45 եւ այլն:



Չնայած սրան, այնուամենայնիվ կան երկրներ, որոնց ՁԼՄ-ները վկայակոչվել են մյուսներից ավելի անգամ, հաճախ որպես մյուս աղբյուրների համեմատ ճնշող մեծամասնություն:

Ինֆորմացիոն գործակալությունների ու ինտերնետային ՁԼՄ-ների խմբի 10 լրատվամիջոցից 7-ի դեպքում առավել շատ անգամ հղումներ արվել են ՌԴ, ԱՄՆ, Բրիտանիայի ՁԼՄ-ներին: Բացառություն են կազմել Aravot.am, Civilnet.am, A1Plus.am-ը: Տես ստորեւ բերված գրաֆիկը: ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2-ում (Աղյուսակներ 12, 13 եւ 14 ) այն երկրների սանդղակն է, որոնց ՁԼՄ-ները մեկ ամսվա ընթացքում վկայակոչվել են նյութերում:

**Ռուսաստանի, ԱՄՆ-ի եւ Բրիտանիայի ՁԼՄ-ներին հղումների քանակ ինֆորգործակալություններում եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ներում**

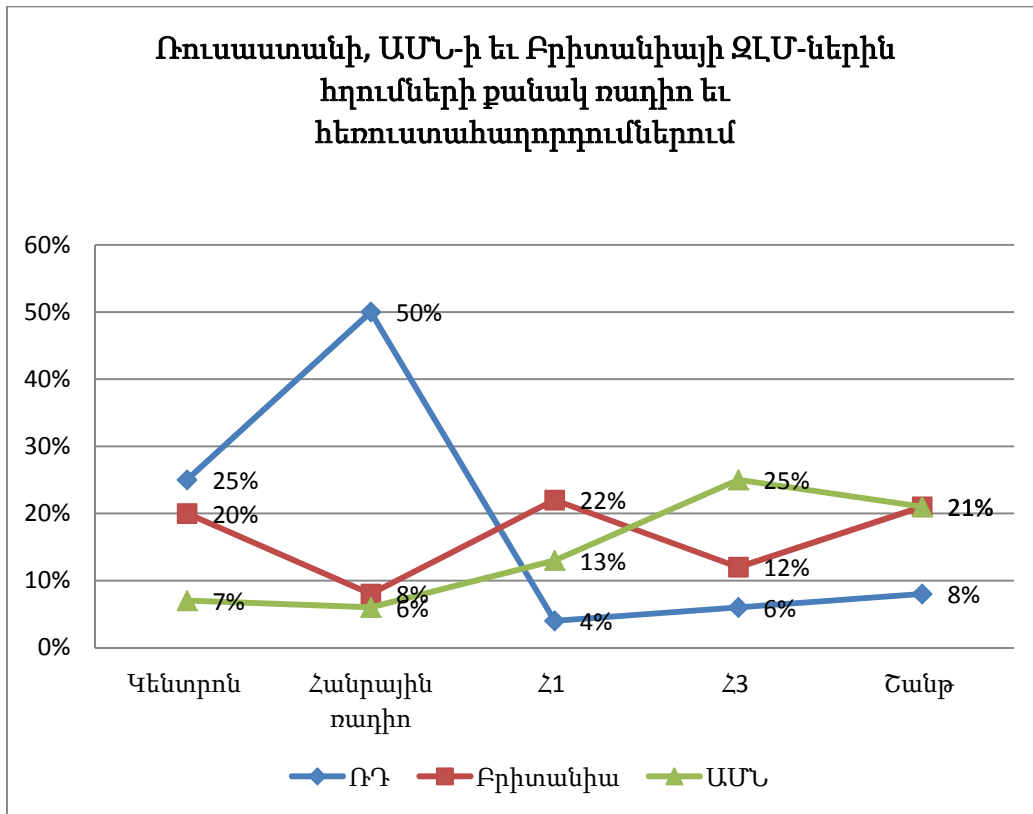


Ռադիո եւ հեռուստահաղորդումների դեպքում պատկերն էապես այլ է եւ երկրների քանակի տեսանկյունից, որոնց ՁԼՄ-ներին ավելի հաճախ են հղումներ արվել, եւ առհասարակ այդ երկրների ցանկի բազմազանության տեսանկյունից:

Այսպես ամենից շատ տարբեր երկրների ՁԼՄ-ներ են վկայակոչվել Կենտրոն հեռուստատեսության հաղորդումներում (11 տարբեր երկրների ՁԼՄ-ներ են հիշատակվել որպես նյութի աղբյուր) եւ ամենից քիչ քանակի երկրների ՁԼՄ-ներ են վկայակոչվել Հ1-ի լրատվական հաղորդումների ընթացքում (6 երկրների ՁԼՄ-ներ):

Այս խմբում ՌԴ-ի ՁԼՄ-ները որպես միջազգային թեմաներով նյութերի աղբյուրներ ամենից շատ անգամ օգտագործվել են Կենտրոն հեռուստաընկերության եւ Հանրային ռադիոյի կողմից: Մնացած երեք դեպքերում ՌԴ-ի ՁԼՄ-ներին արվել են անհամեմատ ավելի քիչ քանակի հղումներ:





Կա մի ընդհանուր սովորություն: Անկախ արտասահմանյան ՁԼՄ-ի հանրահայտության աստիճանից, հատկապես ինֆոգործակալությունների ու ինտերնետային ՁԼՄ-ների խմբի լրատվամիջոցները հղումներ են անում այս կամ այն արտասահմանյան լրատվամիջոցներին՝ նշելով գերակայորեն միայն դրանց անունները: Օրինակ՝ երբ հայտնում է/գրում է/նշում է ՌԻԱ Նովոստին, BBC-ն, AP-ն կամ Euronews-ը, լսարանը կարող է իդենտիֆիկացնել, թե խոսքը արտասահմանյան հատկապես որ ՁԼՄ-ի մասին է: Բայց այդպես չէ ասենք եգիպտական, հարավկորեական կամ նույնիսկ եվրոպական քիչ հայտնի ՁԼՄ-ների անվանակոչման ժամանակ: Այս դեպքում լրատվամիջոցի զանգվածային, միջազգային թեմաներով չմասնագիտացվող լսարանը իդենտիֆիկացնում է լսած կամ կարդացած անունը որպես արտասահմանյան մի երկրի մի ինչ-որ ՁԼՄ-ի:

# ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- **Հայաստանում այսօր գործում են երեք տիպի (օֆլայն, խառը տիպի եւ օնլայն) լրատվամիջոցներ:**

**ա/ Օֆլայն ՁԼՄ-ներից** (տպագիր մամուլ, ռադիո, հեռուստատեսություն) ռադիո եւ հեռուստարձկերությունների կայքերի մեծ մասը նրանց եթերի կրկնությունն են: Այսօր հանրապետական նշանակության թերթերից միայն մի քանիսին (*Իրավունք, Իրատես de facto, Չորրորդ իշխանություն, Գոլոս Արմենիի*) կարող ենք դասել օֆլայն ՁԼՄ-ների շարքում, քանի որ նրանց կայքերն առաջվա նման շարունակում են արտացոլել միայն տպագիր թողարկումների բովանդակությունները:

**բ/ Խառը տիպի ՁԼՄ-ներ**, որոնց օֆլայն թողարկումները բովանդակային առումով տարբերվում են նրանց կայքերից, հիմնականում մուլտիմեդիա նյութերի եւ անընդհատ թարմացվող տեքստային լրահոսի պատճառով (*Առավոտ, 168 ժամ, Հայկական ժամանակ, Հրապարակ, Տոդոլորդ*): Մենք ունենք խառը տիպի ՁԼՄ-ներ նաև հեռուստարձկերությունների (*ԳՄԼՄ ՀԸ*) եւ ռադիոընկերությունների շարքերում (*Լրատվական ռադիո*): Խառը տիպի ՁԼՄ-ների մեծ մասը ինտերնետում հանդես է գալիս իրենց օֆլայն տարբերակների բրենդով: Սակայն դրանց բոլորի կայքերն ապրում են իրենց առանձին կյանքով եւ օնլայն ՁԼՄ-ներին բնորոշ բոլոր հատկանիշներով:

**գ/ Օնլայն ՁԼՄ-ներ** (*7or.am, Zham.am, Hetq.am, Ilur.am, Yerkir.am* եւ այլն), որոնք գործում են միայն ինտերնետում:

- **Այսօր կա հայաստանյան ինտերնետային լրատվամիջոցների տիպային նոր սահմանումների, այս հարցում մասնագիտական քննարկումների ու ընդհանուր հայտատարի գալու անհրաժեշտություն:** Շրջանառվող սահմանումների տարբերակները բազմազան են, դրանց մի մասը կամ չի բնորոշում ՁԼՄ-ի ներկայիս բոլոր առանձնահատկությունները (ինտերնետային կայք, ինտերնետային ՁԼՄ ասելով հասկանալի չի, թե խոսքը օֆլայն թե օնլայն ՁԼՄ-ի կայքի մասին է), կամ արդեն ժամկետանց է (Էլեկտրոնային ՁԼՄ): Օրինակ, ամենեւին էլ բավարար չէ այսօր նաև տպագիր ձեռագրված լույս տեսնող թերթի ինտերնետային տիրույթին տալ ասենք *Առավոտ* եւ *Իրավունք թերթերի ինտերնետային կայքեր* սահմանումը, քանի որ դրանք սկզբունքորեն տարբեր ՁԼՄ-ներ են (Առավոտն ինտերնետում օնլայն ՁԼՄ է, իսկ Իրավունքը՝ տպագիր թողարկումների կրկնություն):

- Հայաստանյան ՁԼՄ-ների միջազգային տեղեկատվություն ստանալու հնարավորությունները (համագործակցություն արտասահմանյան ՁԼՄ-ների հետ, թղթակիցներ այլ երկրներում, միջազգային թեմաներով մասնագիտացող աշխատակազմ եւ այլն ) ընդհանուր առմամբ սահմանափակ են:** Նույնիսկ այն ՁԼՄ-ները (40- ի 1/3-ը), որոնք սեփական թղթակիցներ ունեն արտասահմանյան 3-5 տարբեր երկրներում, նշում են, որ միջազգային թեմաներով իրենց նյութերի հիմնական աղբյուրները արտասահմանյան ՁԼՄ-ների ու պաշտոնական տարբեր կայքերն են: Այլ խոսքերով, կարելի է պնդել, որ հայաստանյան լրատվամիջոցների ու Հայաստանի սովորական օգտատերերի միջազգային թեմաներով տեղեկատվության աղբյուրները նույնն են: ՁԼՄ-ների համար տարածվող հատուկ հաղորդագրությունները կազմում են միջազգային թեմաներով բոլոր աղբյուրների 4%:
- Չնայած սրան հայաստանյան լրատվամիջոցների ամենօրյա արտադրանքում բավական մեծ տեղ է զբաղեցնում արտասահմանյան երկրներում ու միջազգային կազմակերպությունների մասին նյութերի ընդհանուր զանգվածը:** Կան ընդամենը մի քանի ՁԼՄ-ներ, որոնց արտադրանքի մեծ մասը վերաբերում է ներհայաստանյան անցուդարձերին: Միջազգային թեմաներով նրանց նյութերի մի հատվածը դարձյալ առնչություն ունի Հայաստանի հետ, քանի որ նկարագրում է արտասահմանյան երկրների ու կազմակերպությունների հետ ՀՀ հարաբերությունները (Aravot.am, A1plus.am, Civilnet.am ): Մնացած բոլոր ՁԼՄ-ներում այդ կարգի նյութերը կազմում են լրատվամիջոցի ողջ արտադրանքի 1/3-ից մինչև 2/3 մասը: Կարող ենք վստահաբար պնդել, որ այս ՁԼՄ-ները բարձր արտադրողականության (օրվա ընթացքում թողարկված նյութերի քանակի) հաճախ հասնում են ի հաշիվ միջազգային թեմաներով նյութերի:
- Միջազգային թեմաներով նյութերը գրվում են հիմնականում իրադարձային առիթով, նրանց սովորական տեղը ամենօրյա լրահոսն է:** Այս նյութերի գերակշիռ մասը թողարկվում է լուրի ժանրով (85% -ը լուր է, 15% -ը՝ մնացած ժանրերը միասնաբար), անկախ այն բանից, թե ինչ տիպի ՁԼՄ-ի մասին է խոսքը, ինֆոգործակալության կամ հեռուստատեսային լրատվական հաղորդման, թե՞ ավելի բազմաֆորմատ օնլայն ՁԼՄ-ի:
- Միջազգային թեմաներով նյութերի աշխարհագրությունը տպավորիչ սուլիդ է:** Կան ՁԼՄ-ներ, որոնք մեկ ամսվա ընթացքում անդրադարձել են աշխարհում գոյություն ունեցող շուրջ 200 երկրների կեսից ավելիին, կամ գրեթե կեսին (113 տարբեր երկրների մասին նյութեր News.am-ում, 86՝ Armenpress.am-ում, 84՝ Lragir.am-ում, 64՝ Հ1-ի լրատվական հաղորդման մեջ եւ այլն ): Այդ թվում՝ անդրադարձներ նույնիսկ հայաստանյան լսարանների ու իրականության համար

Էկզոտիկ այնպիսի երկրներին, ինչպիսիք են Ուգանդան, Չադը, Գվինեա Բեսաուն եւ այլն):

- **Եթե մի կողմ դնենք մեր ուսումնասիրության ժամանակահատվածում Հայաստանի սահմաններից դուրս կատարված իրադարձությունները, որոնք էլ ազդեցություն են ունեցել երկրների ռեյտինգների վրա, ապա գլխավոր տրենդն այն է, որ հայ-իրանական հարաբերությունների մասին անդրադարձների քանակն ավելի շատ է եղել մնացած բոլոր երկրների հետ հարաբերությունների անդրադարձներից, բացի հայ-ռուսաստանյան եւ հայ-ադրբեջանական հարաբերություններին նվիրված սյուժեները եւ սյուժետային գծերը:** Մնացած դեպքերում երկրների մասին նյութերում համաչափությունը դասական է. Ռուսաստանը անդրադարձների քանակով առաջին տեղում է, ընդ որում՝ եւ Հայաստանի հետ կապ չունեցող, եւ ՀՀ/ՌԴ հարաբերությունների իրադարձություններով նյութերը համաչափ են: ԱՄՆ-ն լուսաբանվել է ավելի շատ իր այսպես կոչված ոչ հայկական օրակարգերով, քան թե ՀՀ-ի հետ հարաբերությունների մակարդակում: Ադրբեջանի դեպքում հայերի հետ այս երկրի հարաբերությունների մասին նյութերի քանակն այս անգամ էլ է գերազանցել Ադրբեջանի ներքին ու արտաքին անցուդարձերի մասին նյութերից: Չնայած, որ նկատելի է եղել այս երկրի ներքին անցուդարձերի նկատմամբ ուշադրության աճը նախորդ փուլերի համեմատ: Թուրքիային հայաստանյան մեդիան ավելի շատ անգամ անդրադարձել է ներթուրքական խնդիրների, քան թե հայ-թուրքական հարաբերությունների առիթով: Ինչն ըստ էության դրանց հրապարակային բացակայության պարագայում միանգամայն բացատրելի հանգամանք է: Ուկրաինան ավելի շատ դարձել է զուտ ուկրաինական ճգնաժամի ներկայացման, քան հայ-ուկրաինական հարաբերությունների թեմա: Հայաստանյան ինտերնետային ՁԼՄ-ներն ու ինֆոգործակալություններն ավելի շատ տեղ են հատկացրել հայ-ուկրաինական խնդիրներին ու հարաբերություններին, քան ռադիոն եւ հեռուստատեսությունը: Ընդգծված քիչ նյութեր են եղել բացի Ռուսաստանից ՀԱԿՊ, ԵԱՏՄ մյուս անդամ երկրների մասին: Վրաստանն առավել ինտենսիվ լուսաբանված երկրների առաջին տասնյակում հայտնվել է գլխավորապես ուսումնասիրության ժամանակահատվածում այստեղ տեղի ունեցած ջրհեղեղի հետեւանքների լուսաբանման բերումով: ԵՄ Արեւելյան գործընկերություն ծրագրի մյուս անդամ երկրներից Մոլդովան նույնպես ինֆորմացիոն մեկ-երկու առիթով է հայտնվել հայաստանյան ՁԼՄ-ներում:

- Լուսաբանված միջազգային կազմակերպությունների քանակը դարձյալ շոշափելի է: Առավել ինտեսիվ են լուսաբանվել ԵՄ-ն, ԵԱՀԿ-ն, ԵՖՄՎ-ն, ՆԱՏՕ-ն: ԵՄ-ն հիմնականում լուսաբանվել է իր այսպես կոչված ոչ հայաստանյան թղթապանակով: ԵԱՀԿ-ն գրեթե նույն չափ է լուսաբանվել եւ ՀՀ-ի հետ հարաբերությունների (գերազանցապես Ղարաբաղյան կարգավորման թեմատիկայով), եւ իր` ոչ հայաստանյան գործերով:
- **Միջազգային թեմաներով նյութերի մոտ 1/3 մասն է սեփական արտադրության:** Ընդ որում որպես սեփական նյութեր մենք համարել ենք նաեւ այն դեպքերը, երբ նյութը չի ունեցել որեւէ արտասահմանյան ՁԼՄ-ին կամ այլ աղբյուրներին հղումներ, ոչ էլ ունեցել է սեփական նյութ լինելու որեւէ ապացույց, թողարկվել է առանց պատկանելության մասին որեւէ նշանի: Նյութերի 57% կազմել են արտասահմանյան երկրների ՁԼՄ-ները: Ընդ որում` տարբեր ՁԼՄ-ներում այս կամ այն աղբյուրներից օգտվելու նախասիրությունները տարբեր են: Սակայն մեծ մասի մոտ գերակշռել են ՌԴ-ի, ԱՄՆ-ի եւ Բրիտանիայի տեղեկատվական աղբյուրները:

# ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1

## Հետազոտված ՋԼՄ-ների ցանկը

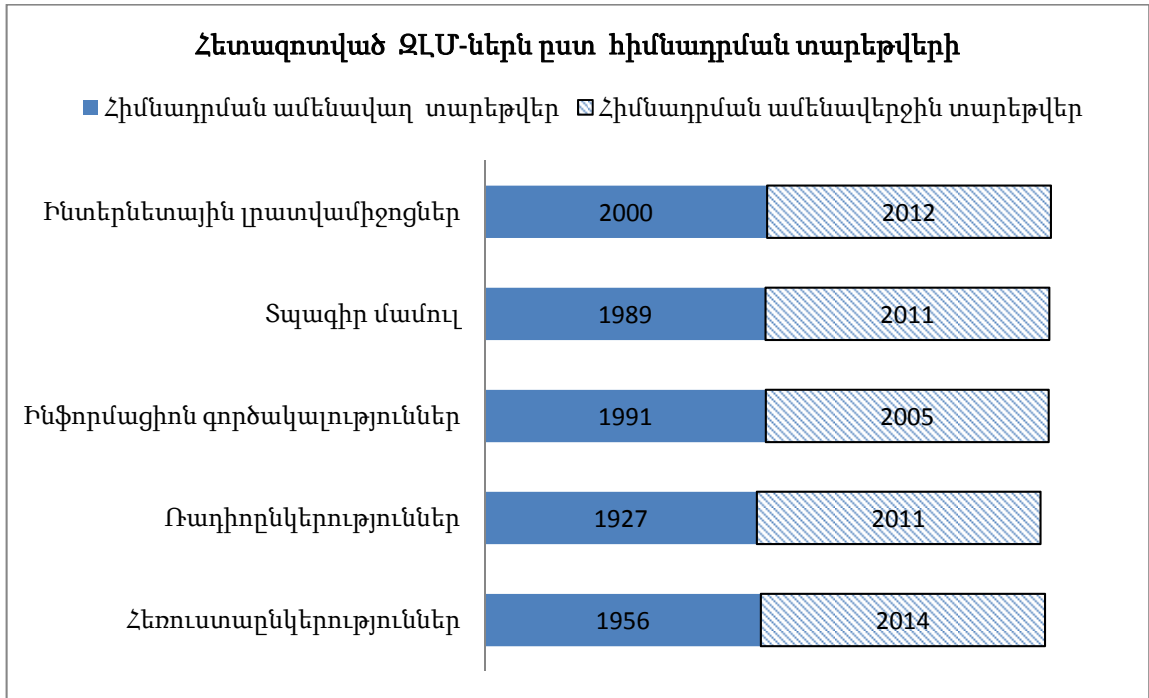
<b>Հեռուստաընկերություններ</b>
1. Արմենիա (Armeniatv.am)
2. Արմնյուզ (Armnews.am)
3. Ար ( <a href="https://www.facebook.com/azdarar?fref=ts">https://www.facebook.com/azdarar?fref=ts</a> )
4. Ա ԹԻ ՎԻ (ATV.am)
5. ԳԱԼԱ (Galatv.am)
6. Հ1
7. Հ2 (H2.am)
8. Հ3 (H3tv.am)
9. Կենտրոն (Kentrontv.am)
10. Շանթ (Shanttv.am)
11. Երկիր մեդիա (Yerkirmedia.am)
<b>Ռադիոընկերություններ</b>
12. Հանրային ռադիո (Armradio.am)
13. Լրատվական ռադիո (Lratvakan.am)
14. Ռադիո Վան (Radiovan.fm)

<b>Ինֆորմացիոնային ծախսեր</b>
15 Արմենպրես (Armenpress.am)
16 Առկա (Arka.am)
17 Արմինֆո (Arminfo.am)
18 Մեդիամաքս (Mediamax.am)
19 Նովոստի Արմենիա (Newsarmenia.am)
20 Նոյան տապան (NT.am)
<b>Տպագիր և օնլայն ՋԼՄ</b>
21 1in.am
22 168.am
23 7or.am
24 A1plus.am
25 Araratnews.am
26 Aravot.am
27 Armlur.am
28 Armtimes.com
29 Asekose.am
30 Aysor.am
31 Chi.am
32 Civilnet.am
33 Epress.am

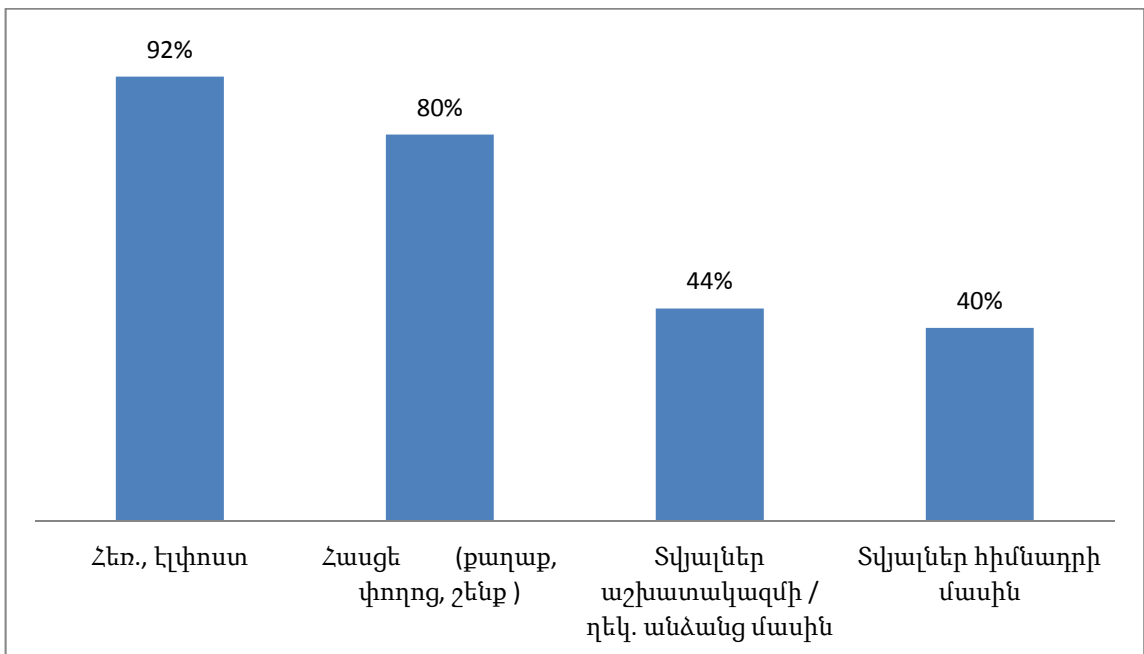
34 Golosarmenii.am
35 Hetq.am
36 Hraparak.am
37 Ilur.am
38 Irates.am
39 Irvunq.com
40 Lragir.am
41 Lurer.com
42 News.am
43 NT.am
44 Panarmenian.net
45 Panorama.am
46 Pastinfo.am
47 Replik.am
48 Slaq.am
49 Tert.am
50 Zham.am



**Գրաֆիկ 2 Գործունեության ժամկետները**



**Գրաֆիկ 3. ՁԼՄ-ների մասին տվյալների առկայությունը նրանց կայքերում**



**Աղյուսակ 4. Բովանդակությունների տարածման լեզուներն ինտերնետում**

<b>ՁԼՄ-ներն ըստ տարածման լեզուների քանակի</b>	<b>ՁԼՄ-ների քանակը</b>	<b>%</b>
Միալեզու	17 (միայն հայերեն - 15, միայն ռուսերեն -2)	34%
Երկլեզու	8 (հայերեն եւ ռուսերեն - 6, հայերեն եւ անգլերեն - 2)	16%
Եռալեզու	23 (հայերեն, անգլերեն, ռուսերեն)	46%
Քառալեզու	2 (հայերեն, անգլերեն, ռուսերեն, թուրքերեն – 1, (հայերեն, անգլերեն, ռուսերեն, ֆրանսերեն -1)	4%
<b>ՁԼՄ-ների քանակը</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Աղյուսակ 5. Տպագիր մամուլի կայքերի եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ների տիպային սահմանումները (տվյալները ստացվել են հարցումների եւ կայքերում առկա տեղեկությունների դիտարկման միջոցով)**

ՁԼՄ-ի տեսակները	Նաև տպագիր տարբերակով տարածվող ՁԼՄ-ներ	Ինտերնետային լրատվամիջոցներ	Ընդամենը
Թերթի էլեկտրոնային/առցանց տարբերակ	Չորրորդ իշխանություն , Գոլոս Արմենիի, Իրավունք, Ժողովուրդ		4
Ինտերնետային կայք	168.am, Hraparak.am, Aravot.am,	Replik.am	4
Էլեկտրոնային լրատվամիջոց	Հայկական ժամանակ		1
Կայք		7or.am, Lragir.am, Tert.am	3
Ինտերնետային տեղեկատվական-վերլուծական լրատվամիջոց		Ilur.am	1
Քաղաքական-վերլուծական կայք	Irates.am		1
Տեղեկատվական-վերլուծական կայք		1in.am	1
Լրատվական-վերլուծական գործակալություն		News.am	1
Ինտերնետային-լրատվական -		Panarmenian.net	1

վերլուծական գործակալություն			
Էլեկտրոնային կայք		Epress.am	1
Էլեկտրոնային մուլտիմեդիա լրատվական կայք		Lurer.com	1
Ինտերնետային լրատվական կայք		Panorama.am Yerkir.am	2
Լրատվական կայք		Asekose.am, Aysor.am Zham.am	3
Տեղեկատվական հարթակ		Pastinfo.am	1
Ինտերնետային թերթ		Hetq.am	1
Ինտերնետային հեռուստատեսություն		Civilnet.am A1Plus Araratnews Slaq.am	4
<b>Ընդամենը</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>30</b>

Միջազգային լրահոսով զբաղվող կազմը (հարցին պատասխանած ՋԼՄ-ների քանակը 40)

ՋԼՄ	Միջազգային լրահոսով զբաղվող աշխատակիցների առավելագույն եւ նվազագույն քանակ	Ստեղծագործական ողջ կազմի %
Հեռուստաընկերություններ	2-9 աշխատակից	13-20%
Ռադիոընկերություններ	2-5 աշխատակից	14-100%
Ինֆորմացիոն գործակալություններ	2-12 աշխատակից	17-40%
Տպագիր մամուլ	1-6 աշխատակից	8 – 12%
Ինտերնետային լրատվամիջոցներ	1-10 աշխատակից	20-59%

## ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2

Միջազգային թեմաների հնտենսիվությունն ուսումնասիրված

ՋԼՄ-ներում

(2015 թ. հունիսի 1-30)

Աղյուսակ 1

Ինֆորմացիոն ուղիներն են հնտենսիվացված ՋԼՄ-ներ	Միջազգային թեմայով նյութերի առավելագույն քանակ մեկ օրվա ընթացքում	Այդ օրվա բոլոր նյութերի քանակ	Միջազգային թեմայով նյութերի նվազագույն քանակ մեկ օրվա ընթացքում	Այդ օրվա բոլոր նյութերի քանակ
News.am	160 (63%)	255 (100%)	46 (42%)	109 (100%)
1in.am	124 (47%)	265 (100%)	49 (31%)	157 (100%)
Armenpress.am	106 (69%)	154 (100%)	7(27%)	26 (100%)
168.am	62 (48%)	129 (100%)	9 (21%)	42 (100%)

<b>Panorama.am</b>	51 (45%)	114 (100%)	0 (0%)	33 (100%)
<b>Lragir.am</b>	49 (64%)	77 (100%)	4 (9%)	43 (100%)
<b>Aravot.am</b>	41(29%)	140 (100%)	1 (1%)	69 (100%)
<b>Newsarmenia.am</b>	36(80%)	45 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
<b>A1plus.am</b>	22 (34%)	65 (100%)	0(0%)	8 (100%)
<b>Civilnet.am</b>	9 (60%)	15 (100%)	0(0%)	10 (100%)

## Աղյուսակ 2

Ռադիո եւ հեռուստարձակ երություններ	Միջազգային թեմայով նյութերի առավելագույն քանակ մեկ օրվա ընթացքում	Այդ օրվա բոլոր նյութերի՝ %	Միջազգային թեմայով նվազագույնք անակ մեկ օրվա ընթացքում	Այդ օրվա բոլոր նյութերի %
Հ1	21 (70%)	30 (100%)	5 (50%)	10 (100%)
Հ3	14 (93%)	15 (100%)	3 (38%)	8 (100%)
Կենտրոն	12 (57%)	21 (100%)	2 (18%)	11 (100%)

Շանթ	10 (63%)	16 (100%)	1 (7%)	14 (100%)
Հանրային ռադիո	9 (53%)	17 (100%)	0 (0%)	1 (100%)

### Աղյուսակ 3

Ինֆորմացիոն ծախսերի և հիմնական տեղաբնակիչ ՋԼՄ-ներ	Բոլոր նյութերի քանակը	Միջազգային թեմայով նյութերի քանակը	%
1in.am	7205	2913	40%
News.am	6735	3428	51%
Armenpress.am	3427	1865	54%
168.am	3316	1038	31%
Lragir.am	1726	826	48%
Panorama.am	2766	822	30%
Newsarmenia.am	913	574	63%
Aravot.am	2933	539	18%

A1plus.am	1607	292	18%
Civilnet.am	342	100	29%

#### Աղյուսակ 4

Ռադիո եւ հեռուստարձկերություններ	Բոլոր նյութերի քանակը	Միջազգային թեմայով նյութերի քանակը	%
Հ1	549	347	63%
Հ3	439	290	66%
Կենտրոն	447	160	36%
Շանթ	368	155	42%
Հանրային ռադիո	263	135	51%



Աղյուսակ 5. Միջազգային թեմաներով նյութերի ժանրերը

Բնֆոգործակալություններ եւ ինտերնետային ԶԼՄ-ներ	Հարցազրույց/ ՀՀ ներկայացուցիչներ	Հարցազրույց/ արտասահմանյան ներկայացուցիչներ	Լուր	Հայտարար/ Հաղորդագր	Վերլուծութի/ Մեկնաբանութի	Ընդամենը
Newsarmenia.am	15	3	536	10	10	574
	3%	1%	93%	2%	2%	100%
Armenpress.am	41	14	1678	106	26	1865
	2%	1%	90%	6%	1%	100%
A1plus.am	44	7	194	22	25	292
	15%	2%	66%	8%	9%	100%
Civilnet.am	7	2	75	11	5	100
	7%	2%	76%	11%	5%	100%
News.am	109	154	2980	97	88	3428
	3%	5%	87%	3%	3%	100%
1in.am	24	25	2736	102	26	2913
	1%	1%	94%	4%	1%	100%
Panorama.am	19	8	615	54	126	822
	2%	1%	75%	7%	15%	100%
168.am	29	63	862	44	40	1038
	3%	6%	83%	4%	4%	100%
Aravot.am	52	42	360	31	54	539
	10%	8%	67%	6%	10%	100%
Lragir.am	35	6	611	17	157	826
	4%	1%	74%	2%	19%	100%
Ընդամենը	<b>375</b>	<b>324</b>	<b>10643</b>	<b>494</b>	<b>557</b>	<b>12397</b>
	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>86%</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	<b>100%</b>

Աղյուսակ 6.

Ռադիո եւ հեռուստաընկե- րություններ	Հարցազրույց/ ՀՀ ներկայացուցիչ	Հարցազրույց/ արտ ներկայացուցիչ	Լուր	Հայտարար/ Հաղորդագր	Վերլուծու թյուն/ Մեկնա բանութ	Ընդա- մենը
Հ1	2	1	333	1	21	3
	1%	0%	93%	0%	6%	100%
Հ3	36	61	519	16	18	650
	6%	9%	80%	3%	3%	100%
Շանթ	25	3	152	6	28	214
	12%	1%	71%	3%	13%	100%
Կենտրոն	4	3	193	12	8	220
	2%	1%	88%	6%	4%	100%
Հանրային ռադիո	0	0	151	2	0	153
	0%	0%	99%	1%	0%	100%
Ընդամենը	<b>67</b>	<b>68</b>	<b>1348</b>	<b>37</b>	<b>75</b>	<b>1595</b>
	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>85%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>100%</b>

**Աղյուսակ 7. Արտերկրների, միջազգային կազմակերպությունների մասին նյութերում արձանագրված թեմաների ռեյտինգ**

<b>Նկարագրությունների թեմաներ</b>	<b>Նկարագրությունների Քանակ</b>
1 Արտաքին	2482 (17%)
2 Սպորտ	2190 (15%)
3 Տնտեսություն	1497 (10%)
4 Բանակ/Անվտանգություն	1292 (9%)
5 Ներքին	1226 (8%)
6 Իրավապահ/Դատական	862 (6%)
7 Պատահարներ	790 (5%)
8 Հասարակություն/ Ազատություններ/ԶԼՄ	788(5%)
9 Ժամանցային	714(5%)
10 Ղարաբաղյան հակամարտություն	489(3%)
11 Սփյուռք	428(3%)
12 Մշակույթ	394(3%)
13 Միջ.կազմ (ներքին հարցեր)	294(2%)
14 Առողջապահություն	291(2%)
15 Գիտություն	191(1%)
16 Միգրացիա	136(1%)

17 Եկեղեցի	131(1%)
18 Պատմություն	100(1%)
19 Կրթություն	89(1%)
20 Բնապահպանություն	83(1%)
21 Սոցիալական	57(0%)
<b>Ընդամենը</b>	<b>14524(100%)</b>

**Աղյուսակ 8. Ինֆորմացիայի աղբյուրներում եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ներում առավել հաճախ նկարագրված արտերկրների ռեյտինգ**

Արտերկրներ	Որպես արտերկիր	Որպես միջ. կազմ	Որպես ՀՀ/արտերկիր հարաբեր.	Որպես ՀՀ/միջ.կազմ հարաբ.	Ոչ կոնկրետ ձեւակերպմամբ արտերկրներ	ՀՀ/ոչ կոնկրետ ձեւակերպմամբ արտերկրների հարաբ.	Ընդամենը
1. Ռուսաստան	1217(65%)	0	650(35%)	0	0	0	1867 (13%)
2. ԱՄՆ	1633 (90%)	0	178 (10%)	0	0	0	1811 (12%)
3. Ադրբեջան	549 (46%)	0	648 (54%)	0	0	0	1197 (8%)
4. Թուրքիա	720(85%)	0	127 (15%)	0	0	0	847 (6%)
5. Բրիտանիա	610	0	39	0	0	0	649 (4%)
6. Վրաստան	486 (79%)	0	134 (21%)	0	0	0	619(4%)
7. Իսպանիա	462	0	4	0	0	0	466 (3%)
8. Ֆրանսիա	303	0	101	0	0	0	404(3%)
9. Գերմանիա	278	0	93	0	0	0	371(3%)
10. Ուկրաինա	320(93%)	0	23 (7%)	0	0	0	343 (2%)
11. Իրան	241 (69%)	0	109 (31%)	0	0	0	350(2%)
12. Իտալիա	269	0	15	0	0	0	284(2%)
13. Հունաստան	264	0	7	0	0	0	271(2%)
14. Սիբիա	230	0	29	0	0	0	259(2%)

15. ԵՄ	0	207(73%)	0	78(27%)	0	0	285(2%)
16. ՆԱՏՕ	0	118 (62%)	0	73(38%)	0	0	191 (1%)
17. Չինաստան	158	0	34	0	0	0	192(1%)
18. Պորտուգալիա	18	0	162	0	0	0	180(1%)
19. ԵԱՀԿ	0	90(48%)	0	96 (52%)	0	0	186(1%)
20. Ճապոնիա	118	0	33	0	0	0	151(1%)
21. ԵՆԽՎ	0	49 (36%)	0	88 (64%)	0	0	137(1%)
22. Չեխիա	15	0	112	0	0	0	127(1%)
23. Իրաք	192	0	3	0	0	0	126(1%)
24. ՖԻՖԱ	0	110	0	9	0	0	119(1%)
25. ՀարավայինԿորեա	107	0	5	0	0	0	112(1%)
26. ՄԱԿ	0	79	0	23	0	0	102(1%)
27. Բելգիա	68	0	27	0	0	0	95(1%)
28. Հնդկաստան	74	0	5	0	0	0	79(1%)
29. ԵԱՏՄ	0	25 (32%)	0	53 (68%)	0	0	78(1%)
30. Եզիպտոս	73	0	1	0	0	0	74(1%)
<b>Այլ երկրներ եւ միջազգային կազմակերպություններ</b>							<b>2550</b>
<b>Ընդամենը</b>	<b>9697(67%)</b>	<b>1071(7%)</b>	<b>2894 (20%)</b>	<b>713 (5%)</b>	<b>125( 1%)</b>	<b>22 (0%)</b>	<b>14522(100%)</b>

**Աղյուսակ 9. Ռադիո եւ հեռուստահաղորդումներում առավել հաճախ նկարագրված արտերկրների ռեյտինգ**

Արտերկրներ	Որպես արտերկիր	Որպես միջ. կազմ	Որպես ՀՀ/արտերկիր հարաբեր.	Որպես ՀՀ/միջ.կազմ հարաբ.	Ոչ կոնկրետ ձեւակերպմամբ արտերկրներ	ՀՀ/ոչ կոնկրետ ձեւակերպմամբ արտերկրների հարաբ.	Ընդամենը
1 Ռուսաստան	116 (53%)	0	103 (47%)	0	0	0	219 (11%)
2 ԱՄՆ	179 (85%)	0	32(15%)	0	0	0	211(11%)
3 Ադրբեջան	80 (43%)	0	104(57%)	0	0	0	184(10%)
4 Թուրքիա	137(77%)	0	42 (23%)	0	0	0	179 (9%)
5 Վրաստան	81(72%)	0	32(28%)	1	0	0	114 (6%)
5 Ֆրանսիա	47	1	37	0	0	0	85 (4%)
7 Ուկրաինա	52(98%)	0	1(2%)	0	0	0	53 (3%)
8 Բրիտանիա	41	1	10	0	0	0	52(3%)
9Սիրիա	40	2	8	1	0	0	51(3%)
10Հունաստան	45	0	3	0	0	0	48 (2%)
11 Գերմանիա	27	0	18	0	0	0	45(2%)
12 Իրան	32 (78%)	0	9(22%)	0	0	0	41(2%)
13 ԵՄ	0	28 (70%)	0	12(30%)	0	0	40(2%)
14 ԵԱՀԿ	0	10 (37%)	0	17(63%)	0	0	27(1%)
15 Իտալիա	19	0	7	0	0	0	26(1%)
16 Չինաստան	11	0	11	0	0	0	22(1%)
17 Իսպանիա	17	0	0	0	0	0	17(1%)
18 ՄԱԿ	0	9	1	7	0	0	17(1%)
19 Արգենտինա	10	0	6	0	0	0	16(1%)
20 Չեխիա	0	0	16	0	0	0	16(1%)
21 Նորվեգիա	2	0	14	0	0	0	16(1%)
22 ԵԽԽՎ	1	7	1	7	0	0	16(1%)

23 Բելգիա	13	0	2	0	0	0	15(1%)
24 Պորտուգալիա	1	0	14	0	0	0	15(1%)
25 ՆԱՏՕ	0	5 (38%)		8 (62%)	0	0	13(1%)
26 ԵԽ	1	6	0	6	0	0	13(1%)
27 Պակիստան	12	0	0	0	0	0	12(1%)
28 ՄԻԵԴ	0	7	0	5	0	0	12(1%)
29 Վատիկան	10	0	1	0	0	0	11(1%)
30 ՖԻՖԱ	2	6	0	3	0	0	11(1%)
Այլ երկրներ եւ միջազգային կազմակերպություններ							343 (18%)
<b>Ընդամենը</b>	<b>1124</b>	<b>129</b>	<b>536</b>	<b>126</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>1924 (100%)</b>

### Արտաքին թեմաներով նյութերի աղբյուրները

#### Աղյուսակ 10.

Ինֆորմացիոն աղբյուրներ եւ ինտերնետային ՁԼՄ-ներ	Մեփ. նյութ	Այլ ՁԼՄ	Արտ. ՁԼՄ	Հայտ/ Հաղորդ	Պաշտոնական կայք	Սոցցանց	0	Ոչ կոնկրետ հղում	Ընդամենը
Newsarmenia.am	175 (7%)	40(10%)	242(3%)	7(1%)	99(13%)	24(8%)	8(1%)	4(4%)	599(5%)
Armenpress.am	552 (22%)	7(2%)	1178(16%)	227(47%)	43(6%)	58(19%)	2(0%)	71(73%)	2138(16%)
A1plus.am	114(4%)	10(2%)	26(0%)	31(6%)	8(1%)	11(4%)	107(11%)	1(1%)	308(2%)
Civilnet.am	48(2%)	4(1%)	27(0%)	7(1%)	18(2%)	4(1%)	0(0%)	0(0%)	108(1%)



News.am	640(25%)	31(8%)	2273(30%)	12(2%)	252(32%)	113(36%)	450(47%)	1(1%)	3772(29%)
lin.am	193(8%)	25(6%)	2364(31%)	97(20%)	111(14%)	33(11%)	81(8%)	0(0%)	2904(22%)
Panorama.am	245(10%)	19(5%)	453(6%)	6(1%)	76(10%)	23(7%)	0(0%)	6(6%)	828(6%)
168.am	101(4%)	44(11%)	629(8%)	19(4%)	30(4%)	29(9%)	178(18%)	12(12%)	1042(8%)
Aravot.am	150(6%)	56(14%)	86(1%)	71(15%)	93(12%)	6(2%)	81(8%)	2(2%)	545(4%)
Lragir.am	327(13%)	171(42%)	231(3%)	11(2%)	46(6%)	9(3%)	56(6%)	0(0%)	851(6%)
<b>Ընդամենը</b>	<b>2545(100%)</b>	<b>407(100%)</b>	<b>7509(100%)</b>	<b>488(100%)</b>	<b>776(100%)</b>	<b>310(100%)</b>	<b>963(100%)</b>	<b>97(100%)</b>	<b>13095(100%)</b>

### Աղյուսակ 11.

Ռադիո եւ հեռուստաընկերություններ	Սեփ. նյութ	Այլ ՁԼՄ	Արտ. ՁԼՄ	Հայտ/ Հաղորդ	Պաշտ. կայք	Սոցցանցեր	0	Ոչ կոնկրետ հղում	Ընդամենը
Հ1	576 (29%)	1(6%)	23(12%)	1 (25%)	9 (38%)	0(0%)	126 (16%)	2(13%)	738(24%)
Հ3	769 (38%)	6(35%)	32(16%)	0 (0%)	5 (21%)	1(25%)	427(54%)	11(69%)	1251 (41%)
Շանթ	335 (17%)	0(0%)	24(12%)	0(0%)	2(8%)	0(0%)	76(10%)	1(6%)	438 (14%)
Կենտրոն	271 (14%)	3(18%)	40(20%)	1(25%)	1(4%)	1(25%)	162(20%)	2(13%)	481(16%)
Հանրային ռադիո	54(3%)	7(41%)	78(40%)	2 (50%)	7(29%)	2 (50%)	2(0%)	0(0%)	152(5%)
<b>Ընդամենը</b>	<b>2005(100%)</b>	<b>17(100%)</b>	<b>197(100%)</b>	<b>4(100%)</b>	<b>24(100%)</b>	<b>4(100%)</b>	<b>793(100%)</b>	<b>16(100%)</b>	<b>3060(100%)</b>

Երկրների ռեյտինգ, որոնց ՁԼՄ-ներին հղումներ են արել հայաստանյան լրատվամիջոցները

Աղյուսակ 12. Ինֆոգործակալություններ եւ ինտերնետային լրատվամիջոցներ

Արտ ՁԼՄ-ներ	Newsar menia. am	Արտ ՁԼՄ-ներ	Armen press. am	Արտ ՁԼՄ-ներ	1in.am	Արտ ՁԼՄ-ներ	News. am	Արտ ՁԼՄ-ներ	Panorama. am
ՌԴ-ի ՁԼՄ	181 75%	ՌԴ-ի ՁԼՄ	487 41%	ՌԴ-ի ՁԼՄ	727 31%	ՌԴ-ի ՁԼՄ	1112 49%	ՌԴ-ի ՁԼՄ	174 38%
ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	19 8%	Բրիտանիայի ՁԼՄ	181 15%	Բրիտանիայի ՁԼՄ	395 17%	Բրիտանիայի ՁԼՄ	284 12%	Բրիտանիայի ՁԼՄ	94 21%
Բրիտանիայի ՁԼՄ	14 6%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	144 12%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	375 16%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	256 11%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	33 7%
Ֆրանսիայի ՁԼՄ	8 3%	Թուրքիայի ՁԼՄ	99 8%	Թուրքիայի ՁԼՄ	170 7%	Իսպանիայի ՁԼՄ	85 4%	Իսպանիայի ՁԼՄ	33 7%
Իտալիայի ՁԼՄ	5 2%	Ադրբեջանի ՁԼՄ	64 5%	Իսպանիայի ՁԼՄ	159 7%	Թուրքիա	56 2%	Իրանի ՁԼՄ	30 7%
Այլ 14 երկրների ՁԼՄ-ներին հղում ների քանակ	15 6%	Այլ 32 երկրների ՁԼՄ- ներին հղում ների քանակ	203 17%	Այլ 40 երկրների ՁԼՄ-ներին հղումների քանակ	379 16%	Այլ 54 երկրների ՁԼՄ-ներին հղումների քանակ	479 21%	Այլ 16 երկրների ՁԼՄ-ներին հղումների քանակ	89 20%
Ընդամենը արտ ՁԼՄ-ների հղումների քանակ	242 100%	Ընդամենը արտՁԼՄ-ների հղումների քանակ	1178 100%	Ընդամենը արտՁԼՄ-ների հղումների քանակ	2364 100%	Ընդամենը արտՁԼՄ-ների հղումների քանակ	2273 100%	Ընդամենը արտՁԼՄ- ների հղումների քանակ	453 100%

Աղյուսակ 13.

Արտ ՉԼՄ-ներ	168.a մ	Արտ ՉԼՄ-ներ	Aravot. am	Արտ ՉԼՄ-ներ	Lragir.am	Արտ ՉԼՄ-ներ	Civilnet. am	Արտ ՉԼՄ-ներ	A1plus.am
ՌԴ-ի ՉԼՄ	212 34%	Ադրբեջանի ՉԼՄ	23 27%	ՌԴ-ի ՉԼՄ	53 23%	Թուրքիայի ՉԼՄ	8 30%	ԱՄՆ-ի ՉԼՄ	18 69%
Բիտանիայի ՉԼՄ	135 21%	ԱՄՆ-ի ՉԼՄ	21 24%	Բրիտանիայի ՉԼՄ	52 23%	Բրիտանիայի ՉԼՄ	5 18.5%	Բրիտանիայի ՉԼՄ	4 15%
ԱՄՆ-ի ՉԼՄ	62 10%	ՌԴ-ի ՉԼՄ	16 19%	ԱՄՆ-ի ՉԼՄ	36 16%	Վրաստանի ՉԼՄ	5 18.5%	ՌԴ-ի ՉԼՄ	1 4%
Վրաստանի ՉԼՄ	48 8%	Թուրքիայի ՉԼՄ	12 14%	Թուրքիայի ՉԼՄ	19 8%	ԱՄՆ-ի ՉԼՄ	4 15%	Թուրքիայի ՉԼՄ	1 4%
Ադրբեջանի ՉԼՄ	45 7%	Բրիտանիայի ՉԼՄ	6 7%	Ադրբեջանի ՉԼՄ	16 7%	ՌԴ-ի ՉԼՄ	3 11%	Վրաստանի ՉԼՄ	1 4%
Այլ 27 երկրների ՉԼՄ-ներին հղումների քանակ	127 20%	Այլ 5 երկրների ՉԼՄ-ներին հղումների քանակ	8 9%	Այլ 21 երկրների ՉԼՄ-ներին հղումների քանակ	55 23%	Այլ 2 երկրների ՉԼՄ-ներին հղումների քանակ	2 7%	Այլ 1 երկրի ՉԼՄ-ներին հղումների քանակ	1 4%
Ընդամենը արտ ՉԼՄ- ների հղումների քանակ	629 100%	Ընդամենը արտ ՉԼՄ- ների հղումների քանակ	86 100%	Ընդամենը արտ ՉԼՄ- ների հղումների քանակ	231 100%	Ընդամենը արտ ՉԼՄ-ների հղումների քանակ	27 100%	Ընդամենը արտ ՉԼՄ- ների հղումների քանակ	26 100%

Աղյուսակ 14. Ռադիո եւ հեռուստաընկերություններ

Արտ ՁԼՄ-ներ	Կենտրոն	Արտ ՁԼՄ-ներ	Հանրայի ն ռադիո	Արտ ՁԼՄ-ներ	Հ 1	Արտ ՁԼՄ-ներ	Հ 3	Արտ ՁԼՄ-ներ	Շանթ
ՌԴ-ի ՁԼՄ	10 25 %	ՌԴ-ի ՁԼՄ	39 50%	Թուրքիա	6 26%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	8 25%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	5 21 %
Բրիտանիայի ՁԼՄ	8 20%	Թուրքիայի ՁԼՄ	10 13%	Բրիտանի այի ՁԼՄ	5 22%	Թուրքիայի ՁԼՄ	5 16%	Բրիտանիայի ՁԼՄ	5 21 %
Իտալիայի ՁԼՄ	6 15%	Վրաստանի ՁԼՄ	7 9%	Վրաստա նի ՁԼՄ	4 17%	Բրիտանիայի ՁԼՄ	4 12%	Ադրբեջանի ՁԼՄ	3 12 %
Ադրբեջանի ՁԼՄ	4 10%	Բրիտանիայ ի ՁԼՄ	6 8%	Գերմանի այի ՁԼՄ	3 13%	Ադրբեջանի ՁԼՄ	5 16%	Վրաստանի ՁԼՄ	3 13 %
ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	3 7%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	6 7%	ԱՄՆ-ի ՁԼՄ	3 13%	ՌԴ-ի Վրաստանի Իսպանիայի Իտալիայի Լիբանանի ՁԼՄ	2-ական հղում, յուրաք 6% (միասնաբ ար □ 30%)	ՌԴ-ի ՁԼՄ  ԵՄ-ի (Euronews)	2-ական հղում, յուրաք 8 % (միասնաբ ար □ 16 %)
Այլ 6 երկրների	9 23 %	Այլ 4 երկրների	10 13%	Այլ 1 երկրի	2 9%	Այլ 1	1 3%	Այլ 3 երկրների ՁԼՄ-ներին	4

ԶԼՄ-ների հղումների քանակ		ԶԼՄ-ների հղումների քանակ		ԶԼՄ-ների հղումների քանակ		Երկրի ԶԼՄ-ների հղումների քանակ		հղումների քանակ	17%
Ընդամենը արտԶԼՄ-ների հղումների քանակ	40 100%	Ընդամենը արտ ԶԼՄ-ների հղումների քանակ	78 100%	Ընդամենը արտԶԼՄ-ների հղումների քանակ	23 100%	Ընդամենը արտԶԼՄ-ների հղումների քանակ	32 100%	Ընդամենը արտԶԼՄ-ների հղումների քանակ	24 100%