

ԻՆՉ ԵՆ ՄԱՏՈՒՑՈՒՄ ԼՍԱՐԱՆԻՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԵՌՈՒՍՏԱԱԼԻՔՆԵՐԸ

Մամվել Մանուկյան, «Նորավանք» ԳԿՀ փոխտնօրեն, սոց.գ.թ.

Դիանա Գալստյան, «Նորավանք» ԳԿՀ Տեղեկատվական հետազոտությունների կենտրոնի ղեկավարի տեղակալ

Խնդիրը. Հայաստանի ինֆորմացիոն դաշտը, մասնավորապես՝ հեռուստատեսությունն ու ինտերնետը, հզոր բազմաշերտ և բազմաբովանդակ ազդեցություն ունեն Հայաստանի հասարակության վրա: Այն լցնում է մարդկանց ազատ ժամանակը, ձևավորում նրանց տեղեկությունները, գիտելիքները, ճաշակը, դիրքորոշումները և, վերջին հաշվով, մարդու աշխարհայացքը: Ինֆորմացիոն դաշտի ազդեցությունը համապարփակ է, անընդհատ և հարատև:

Ներկայում, երբ արդեն հանրահայտ է, որ ինֆորմացիոն դաշտի միջոցով, ինչպես երկրի ներսից, այնպես էլ դրսից, կառավարվում են հասարակությունները, հրահրվում են հասարակական հուզումներ և պատերազմներ, կարող են կոծկվել մարդկանց համար կարևոր գործընթացներն ու իրադարձությունները, կարևոր է ունենալ Հայաստանի ինֆորմացիոն դաշտի հնարավորինս համապարփակ նկարագրությունը, ինչպես նաև Հայաստանի հասարակության վրա դրա ազդեցության բնույթի և բովանդակության հարացույցը:

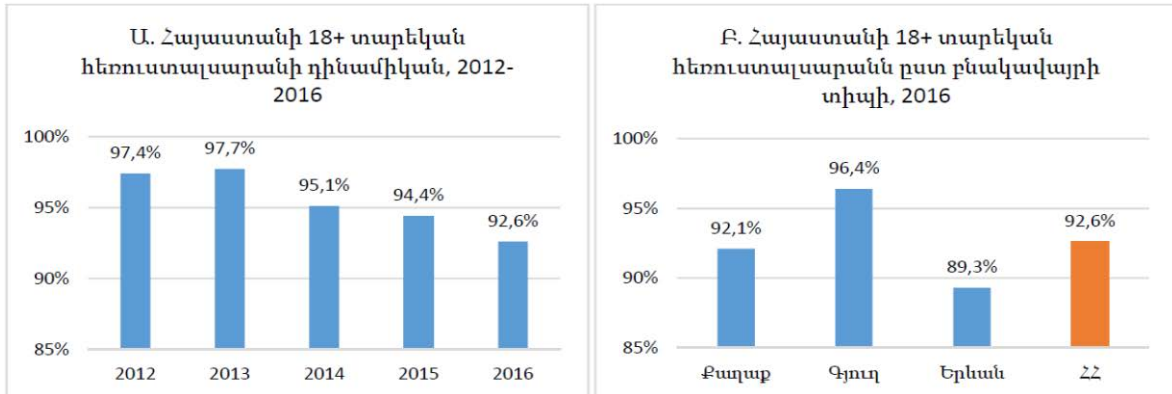
Ակնհայտ է, որ ինֆորմացիոն դաշտի համապարփակ ուսումնասիրությունը լայնամասշտաբ է: Պարզ է, որ այն պետք է լինի համակարգային և անընդհատ: Մյուս կողմից, ներկա դինամիկ աշխարհում, հավանաբար, առավել դինամիկ օբյեկտը ինֆորմացիոն դաշտն է, որի հետևանքով դրա ուսումնասիրությունները սխտեմատիկ կերպով «հետ են մնալու» դրա փոփոխության տեմպից: Եվ այնուամենայնիվ, Հայաստանի ինֆորմացիոն դաշտի ուսումնասիրությունը հույժ անհրաժեշտ է:

Ներկայացվող հոդվածում ներկայացված է ինֆորմացիոն դաշտի կարևոր **բաղադրիչի՝ հեռուստատեսության հեռարձակման ծրագրերի նախնական վերլուծությունը: Հոդվածը նպատակ ունի ընթերցողին ընդհանուր պատկերացում տալ, թե ինչ է մատուցում Հայաստանի հեռուստատեսությունն իր յսարանին:**

Հայաստանի հեռուստալսարանի դինամիկան. - 2012-2016թթ. ընթացքում Հայաստանի ընդհանուր հեռուստալսարանը (այն մարդիկ, ովքեր ընդհանուր առմամբ դիտում են հեռուստացույց) դանդաղ, սակայն մոնոտոն կրճատվում է: Եթե 2012թ. հեռուստալսարանը կազմում էր Հայաստանի 18 և ավելի տարիքի բնակչության 97.4%-ը, ապա 2016թ. արդեն՝ 92.6% (*Գծապատկեր 1-Ա*): Ընդ որում, 2016թ. 18-29 տարեկանների խմբում հեռուստացույց ընդհանրապես չէր դիտում 13%-ը: Հեռուստալսարանն առավելապես կրճատվել է Երևանում, որտեղ 2016թ. այն կազմել է 18 և ավելի տարիքի բնակչության 89.3%-ը, այն դեպքում, երբ գյուղերում հեռուստալսարանը կազմել է գյուղական 18+ տարիքի բնակչության 96.4%-ը (*Գծապատկեր 1-Բ*):

Գծապատկեր 1

Հայաստանի հեռուստալսարանի դինամիկան 2012-2016թթ. և հեռուստալսարանը բնակավայրի տիպերում, 2016թ., % 18+ տարեկան բնակչությունից



Հայաստանի հեռուստալսարանի բաշխումն ըստ օրվա ժամերի.– Հայաստանում հեռուստալսարանի ծավալն ըստ օրվա ժամերի ներկայացված է *Գծապատկեր 2*-ում: Գծապատկերի բոլոր երեք հատվածների բաշխումների տեսքերը բացարձակապես նույնն են, տարբերվում են միայն տոկոսների բովանդակությունները: Չախ կողմի գծապատկերում տրված է օրվա տվյալ ժամին հեռուստացույց դիտող անձանց տոկոսային քանակը Հայաստանի 18 և ավելի տարեկան բնակչությունից: Մեջտեղի գծապատկերում տոկոսները հաշվարկված են 18 և ավելի տարեկան հեռուստալսարանից (այն անձանցից, ովքեր ընդհանուր առմամբ դիտում են հեռուստացույց): Իսկ աջ գծապատկերում տոկոսները հաշվարկված են որպես տոկոս «պիկ ժամի» (այն ժամը, երբ հեռուստացույց դիտողների քանակն առավելագույնն է) 18+ տարեկան հեռուստալսարանից: Հայաստանում հեռուստադիտումների պիկ ժամը 21:00-ն է:

Գծապատկեր 2-ից երևում է, որ հեռուստացույց դիտողների քանակը կտրուկ աճում է ժամը 18:00-ից (այդ ժամին հեռուստացույցի մոտ է Հայաստանի 18+ հեռուստալսարանի 24%-ը), իր առավելագույնին է հասնում 21:00-ին (69%), աստիճանաբար նվազում է մինչև կեսգիշեր (00:00-ին հեռուստացույց է դիտում Հայաստանի 18+ ընդհանուր հեռուստալսարանի 22%-ը) և կտրուկ նվազում է ժամը 01:00-ից (14%): Հեռուստացույց դիտողների քանակը գործնականում հավասարվում է 0%-ի ժամը 05:00-ին և սկսում է աճել ժամը 06:00-ից (1%):

Հաշվարկները ցույց են տվել, որ 17:00-23:00 ժամանակահատվածում (անվանենք **«երեկոյան լսարան»**) հեռուստացույց է դիտում Հայաստանի 18+ տարեկան ամբողջ հեռուստալսարանի 83.9%-ը (*Գծապատկեր 3*)¹: Այդ լսարանն էապես գերազանցում է և՛ **«առավոտյան լսարանը»**՝ 06:00-10:00 ժամանակահատվածը, երբ հեռուստացույց է դիտում

¹ Այդ տոկոսը նույնական չէ *Գծապատկեր 2*-ի համապատասխան ժամերի հեռուստալսարանների գումարին: Այն հաշվարկվում է՝ հաշվի առնելով յուրաքանչյուր հեռուստադիտողի հեռուստացույցին մոտենալու ժամանակը և տևողությունը: Ընդ որում, հաշվառվել է այն, որ նույն անձը հեռուստացույց կարող է դիտել մի քանի անգամ:

18+ ամբողջ հեռուստալսարանի 21.0%-ը, և՛ «*Տերեկային լսարանը*» 11:00-17:00 ժամանակահատվածը (21.2%), և՛, առավել ևս, «*Գիշերային լսարանը*» 23:00-05:00 ժամանակահատվածը (3.9%):

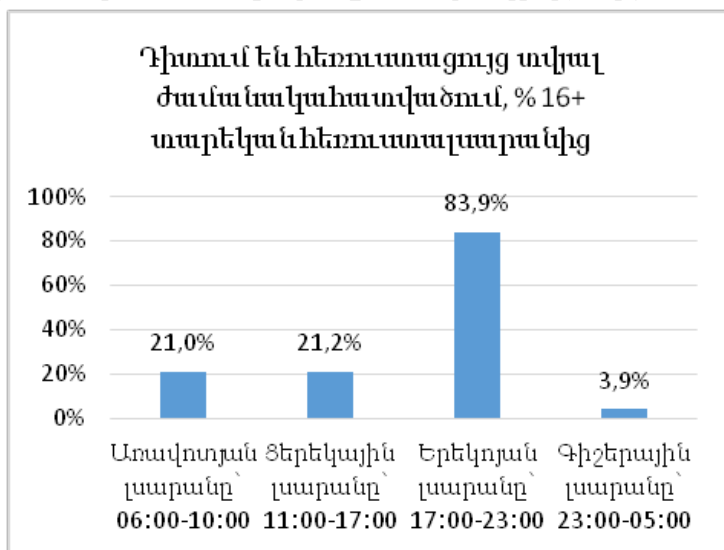
Գծապատկեր 2

Հեռուստադիտողների բաշխումներն ըստ օրվա ժամերի

Ժամ	Դիտում են հեռուստացույց, 18+ տարեկան բնակչություն		
	% 18+ տարեկան բնակչությունից	% բոլոր 18+ տարեկան հեռուստադիտողներից	% այլ ժամին 18+ տարեկան դիտողների քանակից
6:00	1%	1%	1%
7:00	2%	2%	4%
8:00	4%	4%	6%
9:00	5%	6%	8%
10:00	5%	6%	8%
11:00	5%	6%	8%
12:00	5%	5%	8%
13:00	5%	5%	7%
14:00	5%	6%	8%
15:00	5%	6%	9%
16:00	6%	7%	10%
17:00	8%	9%	13%
18:00	21%	24%	35%
19:00	34%	39%	56%
20:00	52%	59%	86%
21:00	61%	69%	100%
22:00	59%	66%	97%
23:00	46%	52%	76%
0:00	20%	22%	32%
1:00	12%	14%	20%
2:00	5%	6%	8%
3:00	1%	2%	2%
4:00	1%	1%	1%
5:00	0%	0%	0%
	100%	100%	150%

Գծապատկեր 3

Հայաստանի հեռուստալսարանը, % 16+ բնակչությունից



Աղյուսակ 1-ում տրված է 18+ տարեկան առավոտյան, ցերեկային, երեկոյան, գիշերային և ամբողջ հեռուստալսարանների սեռատարիքային կազմը:

Աղյուսակ 1
Հեռուստադիտողների սեռատարիքային կազմն ըստ օրվա փուլերի

Տարիք	Հեռուստադիտումների ժամեր												Ամբողջ լսարանը		
	06:00-10:00			11:00-17:00			17:00-23:00			23:00-05:00					
	Բգ.	Ար.	Ընդ.	Բգ.	Ար.	Ընդ.	Բգ.	Ար.	Ընդ.	Բգ.	Ար.	Ընդ.	Բգ.	Ար.	Ընդ.
16-30	10.9%	3.4%	14.3%	13.7%	6.2%	19.9%	15.3%	11.4%	26.7%	11.1%	40.0%	51.1%	15.5%	12.7%	28.1%
31-45	14.7%	6.3%	21.0%	13.7%	6.2%	19.9%	16.9%	10.0%	26.8%	11.1%	11.1%	22.2%	16.1%	10.0%	26.1%
46-60	23.9%	9.7%	33.6%	20.3%	7.5%	27.8%	17.3%	12.2%	29.5%	13.3%	8.9%	22.2%	17.1%	11.4%	28.5%
60 +	18.9%	12.2%	31.1%	20.7%	11.6%	32.4%	10.0%	7.0%	17.0%	4.4%	0.0%	4.4%	10.1%	7.1%	17.2%
Ընդ.	68.5%	31.5%	100.0%	68.5%	31.5%	100.0%	59.4%	40.6%	100.0%	40.0%	60.0%	100.0%	58.8%	41.2%	100.0%

Ստուգելու համար՝ արդյո՞ք միմյանցից տարբերվում են ստացված հինգ հեռուստալսարանների սեռատարիքային կառուցվածքները, իրականացվել են վիճակագրական փորձարկումներ: Կիրառվել է χ^2 թեստը: Պարզվել է, որ երեկոյան և ամբողջ հեռուստալսարանների սեռատարիքային կազմերը 0.95 հավանականությամբ միմյանցից վիճակագրորեն չեն տարբերվում ($\chi^2 = 0.4680$):

Հետևաբար, հեռուստատեսության ազդեցության ուսումնասիրությունը 17:00-24:00 ժամանակահատվածում կարելի է համարել ադեկվատ հեռուստատեսության ազդեցության ընդհանուր գնահատման համար:

Այնուամենայնիվ, հեռուստատեսության ազդեցության համապարփակ ուսումնասիրության համար կարևոր է ուսումնասիրել նաև մնացած ժամերի հեռուստահաղորդումները, քանի որ կան **հեռուստադիտողների յուրահատուկ խմբեր**, որոնց վրա ազդեցության գնահատման համար «**փրայմ թայմ**» ժամանակահատվածը բավարար չէ և չի բացառվում, որ նաև ադեկվատ չէ: Օրինակ՝ մանկական և պատանեկան հեռուստալսարանները, որոնց ուսումնասիրությունում խնդրո առարկա է, թե երբ են մանուկները (մինչև 6 տարեկան), դեռահասները (7-13 տարեկան) և պատանիները (14-17 տարեկան) հեռուստացույց դիտում, ինչ է հեռարձակվում այդ ժամանակահատվածում: Ինչո՞վ են բնութագրվում (բացի սեռից և տարիքից) առավոտյան, ցերեկային և գիշերային հեռուստալսարանները:

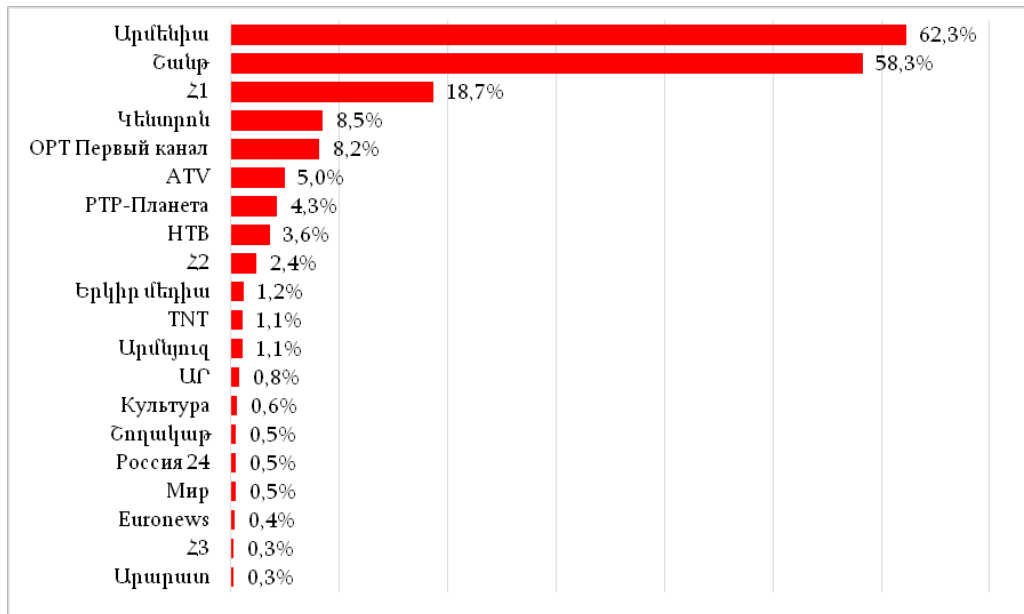
Հայաստանի առավել դիտվող հեռուստաալիքները.Ռեսուրսների սահմանափակության հետևանքով հետազոտվել են Հայաստանի երեք առավել դիտվող հեռուստաալիքները՝ «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1: Հարց է առաջանում՝ արդյո՞ք դա բավարար է ադեկվատ արդյունքներ ստանալու համար հայաստանյան ամբողջ հեռուստատեսության վերաբերյալ: Ստորև ներկայացված տվյալները ցույց են տալիս, որ կիրառված մոտեցումն արդարացված է:

Հետազոտությունները ցույց են տվել, որ Հայաստանի 18+ հեռուստալսարանի 77.4%-ի համար «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստաալիքները 1-ին կամ 2-րդ առավել

դիտվող ալիքներն են: Ընդ որում, 62.3%-ի համար 1-ին կամ 2-րդ առավել հաճախ դիտվող հեռուստաալիքն է «Արմենիան», 58.3%-ի համար՝ «Շանթը», 18.7%-ի համար՝ Հ1-ը (*Գծապատկեր 4*): Չորրորդ տեղում ընթացող «Կենտրոն» հեռուստաալիքը 1-ին կամ 2-րդն է հեռուստադիտողների 8.5%-ի համար:

Գծապատկեր 4

Հեռուստաալիքը 1-ին կամ 2-րդ առավել հաճախ դիտվող նշած անձանց տոկոսը՝ հեռուստացույց դիտող անձանց քանակից, 2016



Հետևաբար, այդ երեք հեռուստաալիքների եթերի ծրագրերի ուսումնասիրությունն աղեկվատ պատկերացում կտա այն մասին, թե, ընդհանուր առմամբ, ինչ է մատուցում հայաստանյան հեռուստաեթերն իր լսարանին:

Բնարկե, Հայաստանում կան հեռուստաալիքներ, որոնց հեռարձակման ցանցը և բովանդակությունն էապես տարբերվում են դիտարկվող երեք հեռուստաալիքներից, օրինակ՝ Ար, Հ3, «Շոգակաթ», «Արմենիա»: Սակայն, քանի որ դրանց լսարանները, «Արմենիայի» և «Շանթի» համեմատ, շատ փոքր են (*Գծապատկեր 4*), հետևաբար՝ փոքր է նաև դրանց ազդեցությունը Հայաստանի հասարակության աշխարհայացքի, ճաշակի և տրամադրությունների վրա:

Հայաստանի առավել դիտվող հեռուստաալիքների հեռարձակման ցանցերը.Սյապիսով, քանի որ «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստաալիքների «փրայմ թայմ» հեռարձակումները մեծապես պայմանավորում են, թե ինչ է ընդհանուր առմամբ մատուցվում Հայաստանի ընդհանուր հեռուստալսարանին, դիտարկենք այդ հեռուստաալիքների «փրայմ թայմ» ծրագրերը:

Աղյուսակ 2-ում ներկայացված են «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստաալիքների հեռարձակումներն ըստ հեռուստահաղորդումների տիպերի ծավալների 2017թ.

սեպտեմբերի 4-ից մինչև 10-ը ժամանակահատվածում՝ «փրայմ թայմ»՝ 18:00-24:00 միջակայքում: Այսինքն՝ մեկ հեռուստաընկերության համար դա կազմում է 42 ժամ, երեք հեռուստաընկերությունները միասին՝ 126 ժամ: Այդ ժամանակահատվածում սեպտեմբերի 4-ը երկուշաբթի էր, սեպտեմբերի 10-ը՝ կիրակի:

Հեռուստաալիքների հեռարձակման ցանցի ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս որոշակի պատկերացում կազմել յուրաքանչյուր հեռուստաալիքի բովանդակության ձևավորման քաղաքականության մասին:

Աղյուսակ 2

«Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստաալիքների հեռարձակումներն ըստ հեռուստահաղորդումների տիպերի ծավալների 2017թ. սեպտեմբերի 4-ից մինչև 10-ը ժամանակահատվածում, 18:00-24:00 ժամանակահատվածում

Հաղորդման տիպ	Հեռուստաալիք			Ընդամենը
	Արմենիա	Հ1	Շանթ	
Սերիալ	64.5%	43.5%	81.3%	64.4%
Գ/Ֆ	0.0%	33.0%	0.7%	11.5%
Լուրեր	11.1%	5.5%	6.3%	7.2%
Ժամանցային	9.1%	1.8%	5.1%	5.0%
Համերգ	3.7%	4.7%	0.0%	2.5%
Լրատվական/վերլուծական	5.2%	1.7%	0.0%	1.8%
Ոստիկանական	5.0%	0.1%	0.9%	1.6%
Քաղաքական/վերլուծական	1.5%	0.0%	2.7%	1.5%
Մշակութային/վերլուծական	0.0%	3.3%	0.0%	1.1%
Զինվորական	0.0%	1.2%	1.3%	0.9%
Ճանաչողական/մշակութային	0.0%	1.8%	0.5%	0.8%
Սպորտ	0.0%	1.8%	0.0%	0.6%
Բժշկական հաղորդում	0.0%	0.0%	1.2%	0.5%
Հասարակական/վերլուծական	0.0%	0.8%	0.0%	0.3%
Վ/Ֆ	0.0%	0.7%	0.0%	0.2%
Ընդամենը	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Սերիալներ. Ինչպես երևում է աղյուսակից, դիտարկված հեռուստաալիքներում սերիալներին է տրամադրվում «փրայմ թայմի» ժամանակի զգալի մասը: Այս հոդվածում չենք անդրադառնում սերիալների բովանդակությանն ու հնարավոր ազդեցությանը՝ թողնելով դա հետագա հրապարակումներին, սակայն անհրաժեշտ ենք համարում առավել մանրամասն ներկայացնել սերիալներին վերաբերող որոշ տվյալներ: Այդ տվյալները ցույց են տալիս, որ.

Հայաստանի առավել դիտվող երեք հեռուստաալիքները՝ «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1, դիտարկվող մեկ շաբաթվա «փրայմ թայմ» ժամանակահատվածի 64.4%-ում Հայաստանի հեռուստալսարանին են մատուցել սերիալներ²:

Ընդ որում, այդ տեսակետից առաջությունը «Շանթ» հեռուստաընկերությանն է՝ այն սերիալներով է լցնում «փրայմ թայմի» 81.3%-ը կամ՝ յուրաքանչյուր հինգ ժամից չորսը:

² Բոլոր երեք հեռուստաալիքները պատրաստվում էին սեպտեմբերի վերջից անցնել հեռուստահաղորդումների նորացված ցանցի:

Երկրորդ տեղում է «Արմենիան», որը «փրայմ թայմի» 64.5%-ը կամ՝ երեք ժամից երկուսը տրամադրում է սերիալներին: Երրորդ տեղում է Հ1-ը, որը սերիալներին է տրամադրում «փրայմ թայմի» 43.5%-ը: Հարկ է նշել, որ Հ1-ը, բացի սերիալներից, դիտարկվող շաբաթվա «փրայմ թայմ» ընդհանուր ժամանակահատվածի մեկ երրորդը՝ 33.0%, տրամադրել է գեղարվեստական ֆիլմերին:

Հետազոտության շրջանակներում սերիալները պայմանականորեն դասակարգվել են չորս խմբում.

1. Հեռուստաալիքների կողմից նկարահանվող սերիալներ:
2. Հնդկական սերիալներ:
3. «Ժամանցային սերիալներ» կամ *սիթքոմներ*³: Դրանք տվյալ հեռուստաալիքի արտադրության հումորային ժանրի սերիալներ են, օրինակ՝ «Դոմինոն» և «Ֆուլ Հաուսը» «Արմենիա»-ի եթերում:
4. «Ֆիլմաշար սերիալներ», օրինակ՝ «Կյանքը շարունակվում է» ֆիլմաշարը, որը բաղկացած է իրար հետ պլոժետային կապ չունեցող սերիաներից:

Այդ դասակարգմամբ սերիալների հեռարձակումն ըստ հեռուստաալիքների տրված է *Աղյուսակ 3*-ում:

Աղյուսակ 3

«Արմենիա», «Շանթ», Հ1 հեռուստաալիքներով, 2017թ. սեպտեմբերի 4-10-ը, ժամը 18:00-24:00 ժամանակահատվածում ցուցադրված սերիալների տիպերի ժամանակային ծավալը

Սերիալի տիպ	Հեռուստաալիք			Ընդամենը
	Արմենիա	Հ1	Շանթ	
Հնդկական սերիալ	45.6%	0.0%	18.4%	20.7%
Սերիալ	11.5%	17.2%	13.3%	13.7%
Սերիալ/ժամանցային	43.0%	0.0%	68.3%	46.5%
Սերիալ/ֆիլմաշար	0.0%	82.8%	0.0%	19.0%
Ընդամենը	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Դիտարկվող ժամանակահատվածում «ժամանցային սերիալներ» հեռարձակել են «Արմենիան» և «Շանթ»-ը: Իսկ «Ֆիլմաշար սերիալներ» հեռարձակել է միայն Հ1-ը: «Հնդկական սերիալները» կազմել են «Արմենիա»-ի սերիալային ժամանակի 45.6%-ը, իսկ «Շանթի»՝ 18.4%-ը:

Սերիալների հեռարձակման տիպիկ ցանցը նշված երեք ալիքից որևէ մեկով, 2017թ. սեպտեմբերի 6-ի օրինակով, տրված է *Աղյուսակ 4*-ում: Աղյուսակից երևում է, որ այդ օրվա ընթացքում «փրայմ թայմում» դիտարկվող երեք ալիքներից գոնե մեկով սերիալ է հեռարձակվել: Ընդ որում, «Արմենիան» այդ օրը «փրայմ թայմում» սերիալ է տեղադրել 6 անգամ, «Շանթը»՝ 5 անգամ, իսկ Հ1-ը՝ 4 անգամ:

³ Սիթքոմ (անգլ.՝ sitcom, բացվում է որպես՝ situation comedy - կատակերգություն ըստ իրավիճակի), հումորային ժանր հեռուստատեսությունում և ռադիոյում, որում գործողությունները տեղի են ունենում սահմանափակ բանակով վայրերում (օրինակ՝ բնակարան, աշխատավայր, դպրոց և այլն):

Աղյուսակ 4

2017թ. սեպտեմբերի 6-ին «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստատեսային խոլերով 17:00-24:00 ընթացքում հեռարձակված սերիալների ժամային ծածկույթը

Հաղորդման սկիզբը, ժամ:րոպե	Արմենիա	Հ1	Շանթ
	9/6/2017	9/6/2017	9/6/2017
17:25		1	
17:50	1		
18:10		1	
18:20			1
18:50	1		
18:55		1	
20:20			1
21:00	1		
21:10			1
21:45	1		
22:25	1		
23:00			1
23:10	1		
23:40			1
23:45		1	
Ընդամենը	6	4	5

Լուրեր.- Եթե հաշվի չառնենք սերիալները և Հ1-ով հեռարձակվող գեղարվեստական ֆիլմերը, ապա դիտարկվող երեք հեռուստաընկերություններով «փրայմ թայմում» երկրորդ տեղում են լուրերը՝ 7.2% (*Աղյուսակ 2*): «Փրայմ թայմում» լուրերի հեռարձակումն ամենամեծ ծավալն է գրավում «Արմենիայում»՝ 11.1%, իսկ «Շանթի» և Հ1-ի հեռարձակումներում, համապատասխանաբար՝ 6.3% և 5.5%: Լուրերի հեռարձակման ցանցը ներկայացված է *Աղյուսակ 5*-ում: Աղյուսակում հարկ է ուշադրություն դարձնել այն հանգամանքին, որ.

«Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստատեսային խոլերի լուրերի հեռարձակումները չեն վերածածկվում:

«Շանթի» լուրերը հաղորդվում են ժամը 18:00-18:50 և 22:00-22:35 ժամանակահատվածներում, «Արմենիայինը»՝ 20:00-20:55, իսկ Հ1-ինը՝ 21:00-21:35 ժամանակահատվածում: Օրվա «փրայմ թայմի» ընթացքում «Արմենիան» և «Շանթը» լուրեր են հեռարձակում 55 րոպե, իսկ Հ1-ը՝ 35 րոպե: Այսինքն.

Հայաստանի հեռուստալսարանում լուրերը ձևավորում են Հայաստանի հեռուստալսարանի բացարձակ գերակշիռ մասի աշխարհի կերպարը:

Աղյուսակ 5

Լուրերի հեռարձակման ժամերը և տևողությունը «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 հեռուստաալիքներով, 6 սեպտեմբերի, 2017թ.

Հաղորդման սկիզբը	Արմենիա	Հ1	Շանթ
Ժամ / Բույե	9/6/2017	9/6/2017	9/6/2017
18:00			0:20
20:00	0:55		
21:00		0:35	
22:00			0:35
Ընդամենը	0:55	0:35	0:55

Հիմնական արդյունքներ.- Հայաստանի ընդհանուր հեռուստալսարանը, վերջին 6 տարիներին կրճատվելով, այնուամենայնիվ, Հայաստանի հասարակությունում դեռևս մնում է մարդկանց աշխարհի կերպարը, արժեհամակարգը և ճաշակը ձևավորող առավել հզոր ՋԼՄ-ն: 2016թ. Հայաստանի հեռուստալսարանը կազմել է Հայաստանի 18+ տարեկան բնակչության 92.6%-ը:

Հայաստանում հեռուստադիտումների պիկ ժամը 21:00-ն է, երբ հեռուստացույցի առջև է Հայաստանի 18+ տարեկան բնակչության 61%-ը: Հայաստանում 17:00-23:00 ժամանակահատվածում այս կամ այն չափով հեռուստացույց է դիտում Հայաստանի 18+ տարեկան բնակչության 84%-ը: Այդ հեռուստալսարանի 59%-ը կանայք են, իսկ 41%-ը՝ տղամարդիկ:

Հայաստանում առավել դիտվող հեռուստաալիքները 2016թ. եղել են «Արմենիան» (որը 1-ին կամ 2-րդ առավել դիտվող հեռուստաալիքն էր 18+ ընդհանուր հեռուստալսարանի 62.3%-ի համար), «Շանթը» (58.3%) և Հ1-ը (18.7%): Այդ երեք ալիքները 1-ին կամ 2-րդ առավել դիտվողն են Հայաստանի 18+ տարեկան բնակչության 77.4%-ի համար:

Այդ հեռուստաալիքներով ընդհանուր առմամբ 18:00-24:00 ժամանակահատվածում հեռարձակվող հաղորդումների ընդհանուր ծավալում.

83.1%-ը կազմում են սերիալները, գեղարվեստական ֆիլմերը և լուրերը, այդ թվում.

1. **Սերիալները՝ 64.4%-ը,**

2. **Գեղարվեստական ֆիլմերը՝ 11.5%-ը,**

3. **Լուրերը՝ 7.2%-ը:**

Հասարակական վերլուծական հաղորդումների ժամանակային ծավալը «փրայմ թայմում» կազմել է 0.3%, քաղաքական վերլուծական հաղորդումներինը՝ 1.5%, մշակութային վերլուծական հաղորդումներինը՝ 1.1%, մշակութային ճանաչողական հաղորդումներինը՝ 0.8%: Այդ հաղորդումների ընդհանուր ծավալը կազմել է 5.5%:

Համերգներին տրամադրված ժամանակի ընդհանուր ծավալը կազմել է 2.5%:

Եզրակացություններ. Հայաստանի հասարակությանը **գործնականում հասանելի** հեռուստահաղորդումները ժանրային տեսակետից խիստ սահմանափակ են: Ըստ էության, բացակայում են մշակութային, սոցիալական, գիտահանրամատչելի, կրթական և ճանաչողական հաղորդումները: Գործնականում բացակայում է դասական մշակույթը: Եթե այդպիսի հաղորդումներն առկա են այլ հեռուստաալիքներում կամ այլ ժամերի, ապա դրանցից շատ քիչ օգուտ կա, եթե դրանց լսարանը՝ ցանկացած պատճառների (փոքր լսարան, անհարմար ժամ, հեռուստաալիքի բացակայությունը հանրամատչելի հեռարձակվող փաթեթում և այլն) համակցության հետևանքով, խիստ փոքր է:

Հայաստանի հեռուստալսարանում աշխարհի կերպարը կազմավորվում է հիմնականում երեք հեռուստաալիքների՝ «Արմենիա», «Շանթ» և Հ1 լուրերի բովանդակությամբ, իսկ աշխարհայացքը, մտածողության բովանդակությունը, կենսական տիպական իրավիճակները, դրանց գնահատականները, կյանքին վերաբերող արժեքները, նորմատիվային վարքը և գեղարվեստական ճաշակը՝ սերիալներով:

Հետևաբար, Հայաստանի հասարակության վրա հեռուստատեսության ազդեցության ուսումնասիրության տեսակետից առաջնահերթ է հեռուստատեսային սերիալների և հեռուստատեսային լուրերի կառուցվածքային և բովանդակային ուսումնասիրությունը: