

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՆԵՐԱԶԴՈՒՄԸ ԵՎ ԱԶԳԱՅԻՆ ԵԹԵՐԱՅԻՆ ԴԱՇՏԻ ԿԱՅՈՒՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Գարեգին Խումարյան

Հողվածում ներկայացված են տեղական հեռուստառադիոհեռարձակողների առաջացրած տեղեկատվական ֆոնի պայմաններում հայկական զանգվածային լսարանի վրա արտաքին տեղեկատվական ներագրման մեթոդիկայի հետազոտության արդյունքները: Ստեղծվել է ներքին տեղեկատվական դաշտի և ազդեցության արտաքին աղբյուրների հարաբերակցության պարզեցված մոդել՝ 2003թ. ելակետային տվյալների հիման վրա: Մեր մոդելի կառուցման համար մենք առավել նպատակահարմար գտանք այս շրջանի պարամետրերը, քանի որ մեր հետազոտած երևույթն այդ շրջանում մի շարք պատճառներով դրսևորվել է առավել մաքուր վիճակում: Առաջին պատճառը տեղական արտադրության «այլընտրանքային» տեղեկատվության սուր պակասն էր, որն առաջ էր բերել զանգվածային լսարանի հետաքրքրության աճ արտասահմանյան արտադրանքի, մասնավորապես «Ազատություն» ռադիոկայանի հանդեպ, որն այդ շրջանում «այլ» նորությունների թերևս միակ աղբյուրն էր: Երկրորդը՝ հասարակության երկարատև «սահմանային վիճակն» էր՝ կապված նախագահական ընտրությունների հետ, ինչը թույլ էր տալիս ուսումնասիրել մեզ հետաքրքրող գործընթացը առավելագույն ինտենսիվ վիճակում: Այս շրջանում ստացված տվյալները հետազոտության հաջորդ փուլերի արդյունքների հետ համեմատելիս, գրանցվել է կայուն կրկնողականություն: Հետազոտությունը կազմված է երկու մասից: Առաջինը՝ «Ազատություն» ռադիոկայանի ծրագրերի կոնտենտ-անալիզն է, որն իրականացվում էր տեղեկատվական արտադրանքի նկատմամբ հասարակական հետաքրքրության կանխատեսելի աճի ժամանակահատվածներում, երկրորդը՝ արտաքին ազդեցության արդյունավետության վերլուծությունն է՝ բովանդակային վերլուծության թվային արդյունքները զանգվածային լսարանի պահանջներին «տեղեկատվության ավանդական աղբյուրների համակարգի անհամապատասխանության ինդեքսից» մաթեմատիկական կախվածության մեջ դնելու միջոցով:

Հետազոտությունն անցկացվել է ռադիոկայանի ծրագրերի ընտրողական մոնիթորինգի միջոցով. Սոնիթորինգային ժամանակահատվածները, որպես կանոն, համընկնում էին սոցիալական ակտիվության վերելքի շրջանների հետ: Բովանդակային վերլուծությունն (կոնտենտ վերլուծություն) իրականացվել է 4 ուղղություններով.

1. Օգտագործվող տեղեկատվական առիթը կամ փաստագրական հիմքը:
2. Նյութային, տեղեկատվության կամ մեկնաբանության աղբյուրը:
3. Նյութերում օգտագործված գնահատող լեզվաբանական կառուցվածքների և կարծիքների քանակը:
4. Լսարանի կողմից հարաբերականորեն միակերպ ընկալվող պոլեմիկայի հիմնական մեսիջը (հաղորդումը):

Առաջին հետազոտությունն անց է կացվել 2003թ. փետրվարի 10-20-ի շրջանում, երբ տեղեկատվական արտադրանքի հանդեպ հետաքրքրության աճը պայմանավորված էր նախագահական ընտրությունների առաջին փուլով: Փաստագրական վերլուծությունը կատարվել է իրադարձությունների խմբավորման սկզբունքով, որի արդյունքները ներկայացված են *Աղյուսակ 1-ում*:

Աղյուսակ 1

Լուսաբանվող իրադարձության բնույթը		
Դրական իրադարձություններ	Չեզոք իրադարձություններ	Բացասական իրադարձություններ
16%	68%	16%

Նման հարաբերակցությունը սկզբունքորեն արտացոլում է իրականությունը: Իսկապես, բացահայտ լավ և բացահայտ վատ նորությունները շատ ավելի քիչ են լինում, քան չեզոք նորությունները: Սակայն տվյալ պարագայում, ինչպես ցույց տվեց հետագա ուսումնասիրությունը, փաստն ինքնին 70% դեպքերում մի կողմից հնարավորություն էր հանդիսացել այլ փաստերի և երևույթների գնահատման, մյուս կողմից՝ որոշակի շրջանակի անձանց և կազմակերպությունների տեղեկատվական հովանավորման համար:

Յուրաքանչյուր նյութում միջինն օգտագործվել էր սուբյեկտիվ վերաբերմունք արտահայտող 9-ական կառուցվածք: Դրանք հնչեցվում էին ինչպես իրենց՝ նյութայինների կամ նրանց կողմից, ում անկախ փորձագետներ են անվանում, այնպես էլ թղթակիցների և հաղորդավարների: *Աղյուսակ 2-ը* ցույց է տալիս, թե տվյալ ժամանակահատվածում ով և ինչ հարաբերակցությամբ է օգտագործվել ռադիոկայանի կողմից՝ որպես նյութային:

Աղյուսակ 2

Տեղեկատվության, մեկնաբանությունների աղբյուրները, հայտարարությունների և գնահատականների հեղինակները		
Պաշտոնական անձինք	Ընդդիմության ներկայացուցիչները	ՀԿ և ՄԿ ներկայացուցիչները
31%	52%	17%

Դիտարկվող ժամանակահատվածում ընդդիմության ներկայացուցիչների գնահատականները հիմնականում համընկնում էին հասարակական և միջազգային կազմակերպությունների ներկայացուցիչների գնահատականների հետ: Այսինքն՝ «Ազատության» եթերում հնչած գնահատականների շուրջ երկու երրորդը այս կամ այն չափով կրել է հակապետական բնույթ: Այսպիսով, սյուժեների մոտ 80%-ը բացասական հուզական լիցք էր պարունակում, այնինչ իրապետական փաստերի բաժինը, ինչպես արդեն ասվել է, կազմում էր 16%:

Ավելին, նշված 31%-ի դեպքում, երբ նորությունը կապված էր պաշտոնական անձանց հետ և արտահայտում էր նրանց դիրքորոշումը, հակառակ կողմի կարծիքներն օգտագործվում էին այնպես, որ և՛ պաշտոնյայի հայտնած տեղեկատվությունը, և՛ ինքը՝ աղբյուրը, խիստ բացասաբար էին ընկալվում: Դա արվել է ինչպես հակառակ կողմի կարծիքների գրագետ օգտագործման, այնպես էլ պաշտոնական անձանց ելույթների՝ համատեքստից դուրս բերված որոշակի հատվածների կիրառման միջոցով:

Մեր կարծիքով՝ առավել հետաքրքիր են առանձին սյուժեների իմաստաբանական վերլուծության արդյունքները: Մենք փորձել ենք առանձնացնել սյուժեների հիմնական մեսիջները և խմբավորել դրանք: Արդյունքներն արտացոլված են *Աղյուսակ 3-ում*:

Աղյուսակ 3

Սյուժեների իմաստային վերլուծություն	
Ընդհանրացված իմաստային խումբ	%
Հայկական ԶԼՄ-ի ոչ օբյեկտիվ լինելը, դրանց ենթակայությունը գործող իշխանություններին	4
Ընդդիմության համախմբումը/ուղիղ քարոզչությունն հոգուտ ընդդիմադիր ուժերի	22
Գործող իշխանություններին ուղղված մեղադրանքներ կեղծումների, հակաժողովրդականության մեջ և պաշտոնյաների բարոյագրկությունը	33
Գործող իշխանությունների անգործունակության մեղադրանքներ (մեսիջներն առնչվում էին ինչպես զուտ քաղաքական ասպեկտներին, այնպես էլ պաշտոնատար անձանց բարոյական կերպարին)	26
Հայաստանի միջազգային մեկուսացման միտումները	15

Մեր հետազոտության առարկա դարձած երկրորդ շրջանը կապված էր Բաղրամյան պողոտայում ցույցի ցրման հետ, 2004թ. ապրիլի 10-20-ը: Այս անգամ նյութերի փաստագրական հիմքի վերլուծությունը կատարվել է փոքր-ինչ այլ կերպ: Այդ շրջանում տեղի էր ունեցել նշանակալի իրադարձություն,

որն առաջ էր բերել ոչ թե «իրադարձային», այլ գնահատիչ նյութերի (սյուժեներ մամուլի ասուլիսներից, նյութեր հայտարարությունների մասին և այլն) բաժնի զգալի ավելացում: Տեղի ունեցածի առավել ամբողջական պատկերն ստանալու համար անհրաժեշտ էր սկզբում պարզել «Ազատության» տեղեկատվական հոսքերում «նորությունների» և «գնահատականների» հարաբերակցությունը: Հաշվարկը ցույց տվեց, որ ուսումնասիրվող ժամանակաշրջանում «Ազատություն» ռադիոկայանի նորությունների հոսքում հնչած սյուժեների ուղիղ կեսը, ըստ էության, նորություններ չէին: Եվ այսպես, նախորդ փուլի համար կիրառված «դրական», «չեզոք», «բացասական» նորությունների աստիճանակարգմանն ավելացրինք ևս մեկ կարգ՝ «նորություններ չեն»:

Աղյուսակ 4

Լուսաբանվող իրադարձության բնույթը			
Նորություններ չեն	Բացասական	Չեզոք	Դրական
50%	10%	30%	10%

Աղյուսակ 5

Տեղեկատվության, մեկնաբանությունների աղբյուրները, հայտարարությունների և գնահատականների հեղինակները

	Պաշտոնատար անձինք	Ընդդիմության ներկայացուցիչներ	ՀԿ և ՄԿ ներկայացուցիչներ
1-ին շրջան	31%	52%	17%
2-րդ շրջան	26%	53%	21%
3-րդ շրջան	28%	49%	23%
Միջին	1/3	1/2	1/5

Սյուժեների իմաստային վերլուծություն

	Հայկական ՁԼՄ-ի ոչ օբյեկտիվ վարձու լինելը	Ընդդիմության համախմբում/ ուղիղ քարոզչություն հոգուտ ընդդիմադիր ուժերի	Գործող իշխանությունները մեղադրվում են կեղծումների և հակաժողովրդականության մեջ/ իշխանությունների բարոյագրկությունը	Իշխանությունների անգործունակության մեղադրանք	Հայաստանի միջազգային մեկուսացման միտում
1-ին շրջան	4%	22%	33%	26%	15%
2-րդ շրջան	7%	20 %	31%	19%	23%
3-րդ շրջան	5%	20%	31%	23%	21%
Միջին չափ	1/20	1/5	1/3	1/5	1/5

«Նորություններ չեն» սյունակը միակ մեթոդաբանական տարբերությունն է: Մնացած ամեն ինչում երկրորդ և հաջորդ շրջանները վերլուծվել են առաջինի նման: Մեր ուսումնասիրության երրորդ շրջանը կապված է 2005թ. սահմանադրական բարեփոխման հետ: Աղյուսակ 5-ը հնարավորություն է տալիս համեմատել 3 թեստավորվող փուլերի բոլոր արդյունքները:

Հիշեցնենք, որ բոլոր երեք շրջաններն էլ ճգնաժամային են, և այդ շրջաններում հնչած նյութերի ճնշող մեծամասնությունն ուղղակի կամ անուղղակի առնչություն է ունեցել ճգնաժամերի հետ: Աղյուսակի վերին հատվածը, որ ցույց է տալիս տեղեկատվության աղբյուրների հարաբերակցությունը, հանգեցնում է հետևյալ նախնական եզրահանգման. գոյություն ունի «Ազատության» ծրագրերում նյութայինների բաժնեհարաբերակցության ինչ-որ շարունակ, որը ռադիոկայանը կիրառում է ճգնաժամային իրավիճակներում: Ակնհայտորեն նկատվում է աղբյուրների քվոտավորում ըստ դրանց գործառնական հատկանիշների, ուր պաշտոնատար անձանց հատկացվում է ընդհանուր հարթության միջինը 1/3-ը, ընդդիմադիր ուժերին՝ 1/2-ը, իսկ փորձագիտական շրջաններին՝ 1/5-ը:

Աղյուսակի երկրորդ հատվածը, որ նվիրված է սյուժեների իմաստին, նույնպես որոշակի օրինաչափություններ է ի հայտ բերում: Մեսիջների խմբերը նշենք լատինական տառերով, ուր A-ն կհամապատասխանի առաջին խմբին, B-ն՝ երկրորդ և այլն: Հարաբերակցությունները կունենան հետևյալ տեսքը.

1-ին շրջան $A < E < B < D < C$

2-րդ շրջան $A < D < B < E < C$

3-րդ շրջան $A < B < E < D < C$

Մեր համեմատության երկու բևեռներում առանձնանում են A-ն, որպես միշտ ամենափոքր, և C-ն, որպես միշտ ամենամեծ բաղկացուցիչ, և E, B, D փոփոխականները բևեռների միջև: Այսինքն՝ հիմնական անփոփոխը, ինչպես բովանդակության, այնպես էլ ծավալների առումով, գործող իշխանությունների հակաժողովրդականության և չինովնիկների բարոյագրկության մասին C մեսիջն է՝ ամրացված ՁԼՄ ազգային համակարգի անգործունակության մասին՝ նույնատիպ անփոփոխ A մեսիջով, այսինքն՝ «Ազատությունը» բացառիկ է՝ որպես ճշմարտացի տեղեկատվության միակ աղբյուր: Իսկ մեսիջների մյուս երեք խմբերի չափաբանակը սահմանվում է որոշակի իրավիճակին համապատասխան, (միջինը 20%+- 5% տիրույթում):

Բնականաբար, բոլոր երեք դեպքերում արտադրողի ակնկալած վերջնական արդյունքը (առանց օբյեկտիվ խոչընդոտները հաշվի առնելու), որը մենք կնշենք «1» թվով, կլինի բոլոր 5 խմբերի մեսիջների գումարը:

$$Միջինը 1 = 1/20A + 1/5B + 1/3C + 1/5D + 1/5E$$

Այս բանաձևը ցույց է տալիս, թե ուսումնասիրվող ժամանակաշրջանում միջինը ինչ ազդակներ են ստացել ռադիոկայանի մշտական ունկնդիրները և ինչ հարաբերակցությամբ: Տարբեր շրջաններում տարածվող մեսիջների հարաբերակցության ակնհայտ համընկնումը թույլ է տալիս ենթադրել, որ իմաստային առումով նույնպես գոյություն ունի օպտիմալ «չափաբաժնի» մի ինչ-որ կադապար, որը կիրառվում է սահմանային իրավիճակներում: Այս պարզ բանաձևը բանալի է հասկանալու համար այն տեխնոլոգիան, որի միջոցով միջինը ընդամենը 18% «Բացասականից» բաղկացած իրականությունը կարող է թողնել լիակատար անելանելիության տպավորություն: Այսինքն՝ խեղաթյուրվել 80%-ով: Օբյեկտիվ իրականության և «Ազատություն» ռադիոկայանի ներկայացրածի միջև նման տարբերությունը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ հոգեբանական տեսանկյունից մենք գործ ունենք քարոզչական տեխնոլոգիաների (ներշնչում, համոզում, սպամավորում և այլն) մի ամբողջ զինանոցի հետ, որ հենվում է կրկնողության սկզբունքի վրա, ինչի շնորհիվ տեղի է ունենում այս կամ այն հոգեբանական վիճակի «պատվաստումը» լսարանին:

Երեք հիմնական մոնիթորինգներից հետո, որոնք մեզ հնարավորություն տվեցին պարզել, որ առկա է արտաքին տեղեկատվական-հոգեբանական ինտենսիվ՝ «կոշտ» ազդեցություն, մենք ճշտեցինք ստացված տվյալները կարճատև մոնիթորինգների միջոցով, ժամանակի կայուն հատվածների համար՝ կապված դրական տեղեկատվության բաժնի կանխատեսվող աճի հետ: Դա թույլ տվեց որոշել խնդրի հակառակ բևեռը և հաշվարկել միջին ցուցանիշները: Եվ այսպես, առաջին լրացուցիչ հետազոտությունն անց է կացվել 2005թ. ապրիլի 21-24-ը: Այսինքն՝ Հայոց ցեղասպանության 90-ամյակի հետ կապված իրադարձությունների շրջանում: Սյուժեների փաստագրական վերլուծությունը տվեց հետևյալ արդյունքները.

Աղյուսակ 6

Դրական	Չեզոք	Բացասական
34%	52%	14%

«Ազատություն» ռադիոկայանի թողարկումներում տեղ գտած դրական իրադարձությունների զգալի աճը պայմանավորված է Հայկական հարցի թվացյալ միջազգայնացմամբ և այն գործողություններով, որոնք ցույց են տալիս օտարերկրյա պետությունների և միջազգային կազմակերպությունների հավատարմությունը պատմական արդարության վերականգնման սկզբունքներին: Այս փաստը արտացոլվել է նաև «Ազատության» հաղորդումներում որպես նյութամեյքըրներ հանդես եկողների հարաբերակցության վրա:

Աղյուսակ 7

ՀՀ պաշտոնատար անձինք	Սփյուռքի ներկայացուցիչներ	Օտարերկրյա պաշտոնատար անձինք	Թշնամական պետությունների ներկայացուցիչներ	Ընդդիմության ներկայացուցիչներ	Փորձագիտական հանրություն	Այլք
19%	17%	19%	19%	4%	10%	12%

Նյուսմեյքըրների տիպաբանական աղյուսակն այս անգամ փոքր-ինչ այլ տեսք ունի: Դա, առաջին հերթին, պայմանավորված է ուսումնասիրվող շրջանի հարաբերական սոցիալական կայունությամբ, ինչպես նաև Հայոց ցեղասպանության 90-ամյակով, թեև գործառնական առումով առանձնապես փոփոխություններ չեն գրանցվել: «Ազատության» նյութերում նյուսմեյքըրների մեր կողմից առանձնացված խմբերը մշտապես հակադրվում են, ինչպես արդեն ասվել է, միևնույն հարաբերակցությամբ: Նյուսմեյքըրների խմբերի անվանումները փոխենք այնպես, որպեսզի անվանումներն արտացոլեն ոչ թե խմբի էությունը, այլ նրա «հակադրվածության» ատրիբուտային որակը: Առաջին խմբին կհամապատասխանեն հայոց պետականության պաշտոնական դիրքորոշման և սփյուռքյան կազմակերպությունների հետ կապված անձինք, երկրորդ խմբին կհամապատասխանեն այն անձինք, ովքեր ունեն հակառակ դիրքորոշում, իսկ երրորդ խմբին կհամապատասխանեն անձինք, ում կարծիքը նման է երկրորդ խմբի դիրքորոշմանը:

Աղյուսակ 8

1-ին խումբ		2-րդ խումբ			3-րդ խումբ		
ՀՀ պաշտոնատար անձինք	Սփյուռքի ներկայացուցիչներ	Ընդդիմության ներկայացուցիչներ	Թշնամական պետությունների ներկայացուցիչներ	Արտերկրների ներկայացուցիչներ (19%)		Փորձագիտական հանրություն (10%)	
				ԱՄՆ նոր դաշնակիցներ	Այլք	2-րդ խմբին լրացնող գնահատականներ	Այլ փորձագիտական գնահատականներ
19%	17%	4%	19%	8%	11%	2%	
36%		31%			13%		8%
ՀՀ և համայն Հայության դիրքորոշումն արտահայտող մարդիկ		Այլ դիրքորոշում արտահայտող կամ դրան հարող մարդիկ					
36%		52%					

(Աղյուսակ 8-ը հաշվի չի առնում Աղյուսակ 7-ի 7-րդ խմբի տվյալները):

Ինչպես արդեն ասվել է, այդ շրջանում «Ազատության» ծրագրերում տեղ գտած դրական նորությունների բաժինը գրեթե կրկնակի ավելացավ: Հատկանշական է, որ դրական սյուժեների գերակշիռ մասը կապված էր եվրոպական երկրների հետ, ավելի ճիշտ՝ ցեղասպանության հարցում հայ ժողովրդի հետ նրանց համերաշխության հետ: Բանն այն է, որ 2005թ. Հայաստանն ընդգրկվեց «Նոր եվրոպական հարևանություն» ծրագրում: Դա «Ազատություն» ռադիոկայանի հաղորդումների քաղաքականության մեջ իր արտացոլումը գտավ հետևյալ կերպ. մեր պետության միջազգային մեկուսացման միտման մասին հաղորդումների բաժինը կտրուկ կրճատվեց մինչև պատահական արտահայտությունների աստիճանը: Պատահական արտահայտությունների մակարդակից, որը մենք բաց էինք թողել նախորդ շրջաններում, կտրուկ ավելացել է այն հաղորդումների տոկոսը, որոնք ուղղակի քարոզչություն են պարունակել եվրաինտեգրման գործընթացների արագացման օգտին: Հատկանշական է նաև, որ իշխանություններին ուղղված մեղադրանքները հակաժողովրդականության մեջ նույնպես կտրուկ նվազել են: Նվազել են նաև Հայաստանի ԶԼՄ համակարգի վարկաբեկմանն ուղղված հաղորդումները.

Աղյուսակ 9

Սյուժեների իմաստային վերլուծություն

Զարգացման արևմտյան ուղու քարոզչություն	51%
Գործող իշխանության անգործունակությունը	22%
Հանդուրժողականություն Թուրքիայի նկատմամբ	9%
Գործող իշխանության հակաժողովրդականությունը	6%
Այլ	12%

Ուսումնասիրությունները ցույց տվեցին, որ «սահմանային շրջաններում» ազդեցության ինտենսիվությունն աճում է մեսիջների առավելագույն ընդհանրացման հաշվին: «Այլ» սանդղակը ծայրահեղ իրավիճակներում պարզապես չի լինում: Եթե վերլուծենք տեղեկատվական բլոկների կազմման սկզբունքը, ապա կպարզվի, որ ծայրահեղ պահերին բլոկները գրեթե ամբողջությամբ կազմված են անմիջականորեն ճգնաժամի հետ կապ ունեցող նյութերից: Սոցիալական պայթյունի հրահրմանն ուղղված «կոշտ» տեխնոլոգիան մենք պարզեցված ձևով նշել ենք $1 = 1/20A + 1/5B + 1/3C + 1/5D + 1/5E$ բանաձևով, որտեղ «1»-ը առավելագույն հնարավոր կոշտությունն էր կայանի կողմից լուծվող խնդիրների տեսանկյունից, ինչը նպատակահարմար է միայն իսկապես «սահմանային իրավիճակներում», ինչպիսիք են զանգվածային հուզումները, ընտրությունները, հնարավոր է՝ մարտական գործողությունները:

Ինչպես ցույց տվեց դրական տեղեկատվության կանխատեսվող աճի շրջանում կայանի հետագա աշխատանքի վերլուծությունը, ազդեցության ընդհանուր կոշտությունը, առաջարկված բանաձևի շրջանակներում, կտատանվի 1/4-1/3 սահմաններում: «Կոշտության» ռեսուրսի մնացած 1/6-1/7 չիրագործված բաժինն այլ խնդիրներ է լուծում, որոնք ուղղակի ապակառուցողական բեռնվածություն չունեն, ինչպես, օրինակ, վերջին դեպքում եվրահնտեզրման կամ թշնամական պետությունների հանդեպ հանդուրժողականության քարոզչությունը և այլն: Վերև ասվածից մենք անում ենք հետևյալ նախնական հետևությունները.

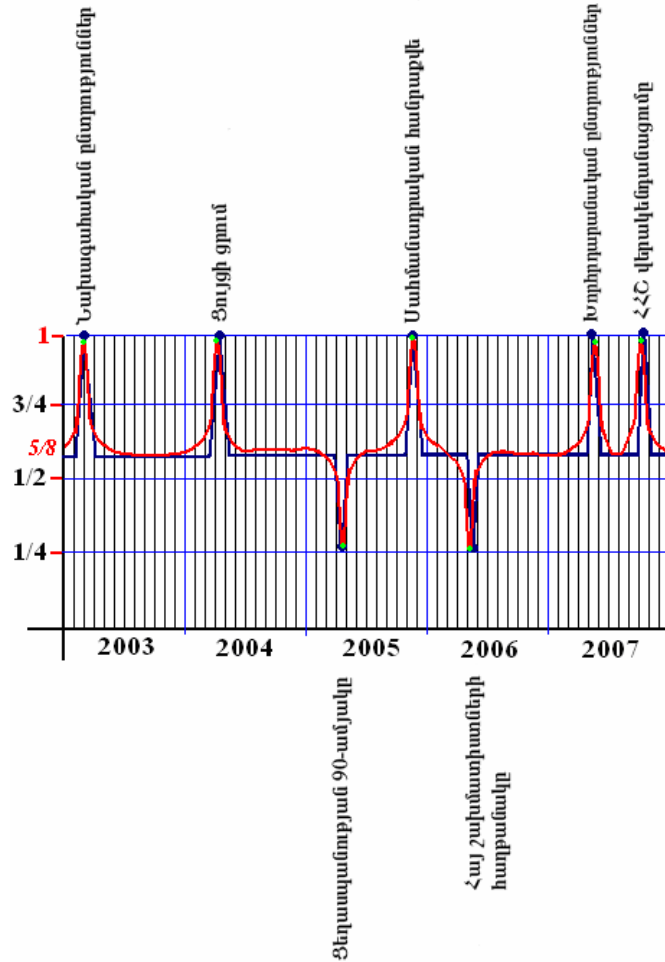
ա. «1» թվով արտահայտված առավելագույն «կոշտությունը, որ համապատասխանում է գործող կարգի լիակատար ոչնչացմանը, համարժեք է միայն բեկումնային պահերին: Կոշտությունը մինչև «1»-ի հասցնելը ժամանակի կայուն հատվածում չի կարող որևէ կերպ զգալի ազդեցություն գործել իրավիճակի վրա: Ընդհակառակը, դա հաղորդողի և ընդունողի միջև ավանդական կապի խզման վտանգ կարող է առաջացնել:

բ. 1/4-1/3-ի միջև տատանվող «կոշտության» ցուցանիշն ակնհայտ բարեհաջող շրջանների կոշտության ներքին շեմն է: Մի կողմից՝ դրա բարձրացումը պետք է հանգեցնի հաղորդող-ընդունող համակարգի թուլացմանը կամ վերացմանը, մյուս կողմից՝ այդ ցուցանիշն այն անհրաժեշտ ուստնակն է, որն ապահովում է առավելագույն «անցավ» վերադարձ միջին «կոշտությանը», որը մենք կնշենք որպես բևեռային իրավիճակներում ստացված արդյունքների միջև մաթեմատիկական միջին: Ըստ առաջարկված բանաձևի այն կհամապատասխանի 5/8 թվին:

գ. Մշտապես «կոշտության» որոշակի աստիճանի քարոզչություն սպառող լսարանն ավելի կայուն է կոշտության կտրուկ աճի նկատմամբ: Հավանաբար, 5/8-ն իր հերթին առավել նպատակահարմար հենարան է ինչպես դեպի «1»-ի կողմը թռիչքների, այնպես էլ դեպի «1/4»-ի կողմը անկումների համար: Գոնե հետազոտության ողջ ընթացքում ամրագրվել է այդ արդյունքի կրկնություն, որն իր արտացոլումն է գտել *Գծապատկեր 1-ում*:

Արտաքին տեղեկատվական ներագրման արդյունավետության գնահատականը տալն անհնար է առանց տեղեկատվական ֆոնի հանգամանալի ուսումնասիրության: Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ մեր հասարակությունում սոցիալական գործընթացների վրա արտաքին տեղեկատվական ազդեցության արդյունավետության աճի և տեղական ՋԼՄ համակարգի, մասնավորապես հեռուստատեսային նորությունների նկատմամբ անվստահության աճի միջև գոյություն ունի համահարաբերակցություն:

Գծապատկեր 1



Մեր կողմից հետազոտվող առաջին շրջանում (նախագահական ընտրությունների առաջին փուլ), Երևանի մամուլի ակումբի և ՁԼՄ Կովկասյան ինստիտուտի մոնիթորինգների համաձայն, Հայաստանի հեռուստաալիքների նորություններում թեկնածու Ռոբերտ Քոչարյանի անունը միջինը 15 անգամ ավելի հաճախ է հիշատակվել, քան մյուս թեկնածուներինը: Այդ և հաջորդ շրջաններում հեռուստաալիքները գործող իշխանությունների մասին քննադատական նյութեր չէին հաղորդում, չէին լուսաբանում վիճահարույց թեմաներ և այլն: Այսինքն՝ հայկական ՁԼՄ համակարգի աշխատանքը ճիշտ նույն կերպ ստեղծում էր աշխարհի ոչ համարժեք պատկերը: 2003թ. «Ինտերնյուս» ոչ կառավարական կազմակերպությունն ուսումնասիրություն անցկացրեց եթերային ՁԼՄ համակարգի և զանգվածային լսարանի պահանջների ու ակնկալիքների համա-

պատասխանության շուրջ: Ուսումնասիրությունն անցկացվել է ֆոկուս խմբերի հետ զրույցների մեթոդով, ինչը թույլ տվեց ի հայտ բերել տարբեր սոցիալ-ժողովրդագրական խմբերի վերաբերմունքը Հայաստանի հեռուստատեսային դաշտի նկատմամբ: Ուսումնասիրելով զրույցների արձանագրությունները (նորություններին և հասարակական-քաղաքական ծրագրերին վերաբերողները)՝ մենք փորձեցինք առանձնացնել հեռուստահեռարձակման դաշտի այն որակական բնութագրերը, որոնք վանում են լսարանը: Ավելի լավ պատկերացնելու համար մենք այդ տվյալները կներկայացնենք աղյուսակի տեսքով.

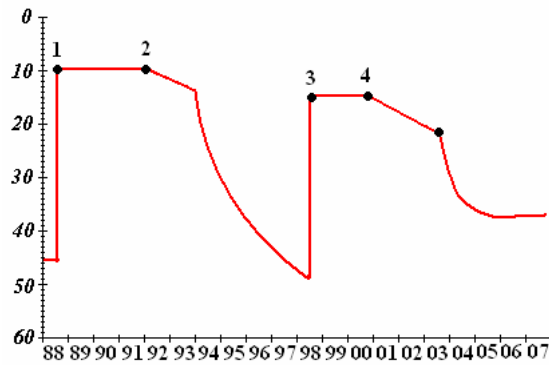
Ձևի համարը	Հեռուստաալիքներին ներկայացվող դժգոհությունների ընդհանրացված տեսակները						Ֆոկուս խմբերի սոցիալ-ժողովրդագրական բնութագրերը
	Միավորված հիմնախնդիր	Մակերեսայնությունը	Միօրինակությունը	Փոշու մեծությունը	Մոգիլակի անբավարարությունը	Մոտոցիկլից ստացված նորությունների անկախությունը	
1	Բ	Բ	Բ	Բ	Բ	Բ	18-29 տարեկան, բարձրագույն կրթությամբ, աշխատող երիտասարդ աղջիկներ
2	Բ					Բ	18-22 տարեկան երիտասարդ աղջիկներ, թերի բարձրագույն կրթությամբ, ուսանողներ
3	Բ	Բ	Բ				30-40 տարեկան, բարձրագույն կրթությամբ, աշխատող, ընտանիքավոր տղամարդիկ և կանայք
4	Բ		Բ		Բ		40-55 տարեկան, բարձրագույն կրթությամբ, աշխատող կանայք
5	Բ			Բ			մինչև 35 տարեկան տնային տնտեսուհիներ
6	Բ		Բ	Բ			մինչև 35 տարեկան, բարձրագույն կրթությամբ, աշխատող երիտասարդներ
7	Բ	Բ	Բ	Բ	Բ	Բ	մինչև 30 տարեկան աշխատող կամ սովորող երիտասարդ տղաներ և աղջիկներ
8	Բ	Բ		Բ			50-ից բարձր տարիքի թոշակառու կանայք
9	Բ					Բ	50-ից բարձր տարիքի ընտանիքավոր, բարձրագույն և միջնակարգ կրթությամբ տղամարդիկ
10	Բ		Բ			Բ	18-29 տարեկան երիտասարդ, չամուսնացած, միջնակարգ (և ավելի ցածր) կրթությամբ, չաշխատող երիտասարդներ
11			Բ	Բ		Բ	Ժուռնալիստիկայի ֆակուլտետի մինչև 23 տարեկան ուսանող-ուսանողուհիներ

«Բ» տառով նշել ենք ֆոկուս խմբի բողոքը հեռուստատեսության այս կամ այն բացասական բնութագրման դեմ, այսինքն՝ այն պատճառներից մեկը, որ խափանում է վստահությունը հեռուստատեսային նորությունների նկատմամբ: Եթե հանենք թիվ 11 ֆոկուս խմբի արդյունքները, այն պատճառով, որ դրանք արտահայտում են խիստ առանձնահատուկ շերտի տրամադրությունները և էքստրապոլյացիայի հնարավորություն չեն տալիս, ապա կունենանք 60 միավորանի սանդղակ, որը կարտահայտի զանգվածային լսարանի ակնկալիքների և տեղեկատվական ու հասարակական-քաղաքական հեռուստահաղորդումների համապատասխանության աստիճանը: Բնեռային իրավիճակներում «60Բ»-ն կարտահայտի լիակատար անհամապատասխանություն և կնշանակի «հեռուստատեսություն-հեռուստադիտող» համակարգի փլուզում, իսկ «0Բ»-ն կնշանակի համակարգի կատարյալ համընկնում և արդյունավետ գործունեություն: Եվ այսպես, մեր պարագայում 2003թ. փետրվարին մենք ստացել ենք «33Բ» ցուցանիշը: Այդ նույն ժամանակահատվածում, այսինքն՝ 2003թ., «Ազատություն» և «Ամերիկայի ձայն» ռադիոկայանների համատեղ վարկանիշը կազմել է մոտ 21%: Բացարձակ թվերով այն համապատասխանում է մոտավորապես 140 հազար մարդու: Քանի որ նշված ժամանակահատվածում այլընտրանքային տեղեկատվության էլեկտրոնային այլ աղբյուրներ չկային, ապա 21% համատեղ վարկանիշը կարելի է ուղիղ մաթեմատիկական կախման մեջ դնել «33Բ» ցուցանիշից: Դա հնարավորություն կտա համեմատաբար ճիշտ որոշել տեղեկատվական ազդեցության արդյունավետության շերտ զանգվածայնության տեսակետից և մոդելավորել արդյունավետության տարբերակները: Եվ այսպես, ներկա պայմաններում հասարակության ուղղակի արտաքին տեղեկատվական ազդեցությանը ենթարկվածության պոտենցիալը կազմում է մշտապես ռադիո ունկնդրող մարդկանց 40%-ից մի փոքր պակաս, այսինքն՝ ընդհանուր առմամբ 280-300 հազար մարդ: Մեր կողմից ուսումնասիրվող ժամանակահատվածը 2003թ. փետրվարի 10-20-ը, ինչպես արդեն ասվել է, նշանավորվել է սոցիալական լարվածության աճով, երբ «33Բ» պայմաններում ավելացել է հասարակության այլընտրանքային տեղեկատվության պահանջը:

Եթե հետևենք ՁԼՄ համակարգի նկատմամբ զանգվածային լսարանի վստահության թուլացման կամ ուժեղացման գործընթացի դինամիկային, ապա առաջին դեպքում մենք կստանանք հետևյալ հաջորդականությունը. 1. վստահության թուլացման խթան, 2. իրավիճակի գիտակցում զանգվածային լսարանի կողմից, որը վերածվում է տեղեկատվական աղբյուրների հանդեպ հետաքրքրության անկման, 3. կտրուկ անկում, 4. անկման դանդաղում՝ պայմանավորված աղոպտացման գործընթացով, 5. անցում երկարատև, դանդաղ հավասարեցման գործընթացի: ՁԼՄ համակարգի նկատմամբ վստահության բարձրացումը տեղի է ունենում կամ որպես մի գործընթաց, որ բաղկացած է նույն փուլերից, բայց հակառակ հաջորդականությամբ, կամ որպես վստահու-

թյան կտրուկ պայթյունանման աճ՝ կապված լուրջ սոցիալ-քաղաքական պայթյունների հետ: ՁԼՄ նկատմամբ վստահության վերականգնման առաջին տարբերակը Հայաստանում երբեք չի եղել: Ընդհակառակը, վերջին 20 տարիներին մենք երկու անգամ ՁԼՄ համակարգի նկատմամբ վստահության պայթյունանման աճի և երկու անգամ էլ՝ նրա հետևողական անկման ականատեսն ենք եղել: Եթե այդ տվյալներն արտահայտենք «Բ» ցուցանիշով, ապա կստանանք *Գծապատկեր 2-ը*:

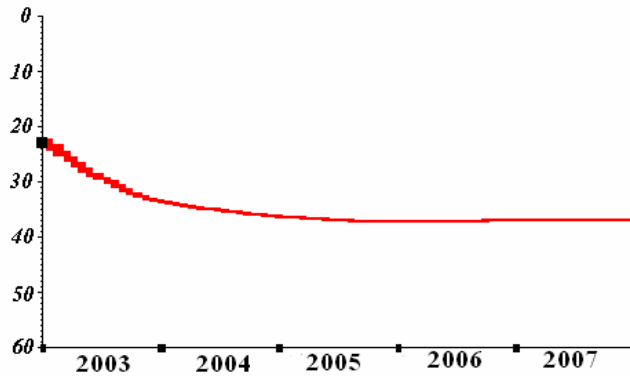
Գծապատկեր 2



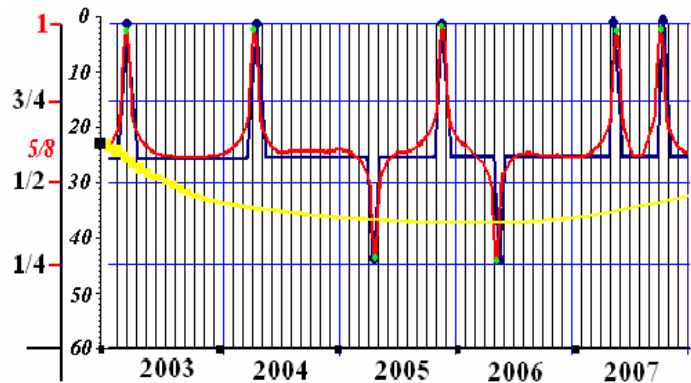
1. 1988թ.: Ազգային-ազատագրական պայքարի սկիզբն առաջ բերեց կենտրոնական հեռուստաալիքների նկատմամբ վստահության համընդհանուր անկում: Ազգային հեռուստա- և ռադիոալիքների ժողովրդականության աճ: Հայրենական ՁԼՄ անկաշառության համոզմունքը շարունակվեց նաև ադրբեջանա-խորհրդային ագրեսիայի ժամանակ:
2. 1992թ.: Իշխանությունների անհասկանալի դիրքորոշում Լեռնային Ղարաբաղի հարցի շուրջ: Նոր իշխանության և նրա զանգվածային լրատվամիջոցների վարկաբեկման սկիզբը: Հեռարձակման մասնավոր ՁԼՄ բացակայությունը սասանեց լսարանի վստահությունը հայրենական մեդիայի նկատմամբ: Օտարերկրյա, մասնավորապես ռուսաստանյան ալիքների նկատմամբ հետաքրքրության վերականգնում: 1996-98թթ. հայրենական ալիքների նկատմամբ անվստահության խորացում:
3. 1998-99թթ.: Իշխանափոխություն: Հին վարչակարգի հեռացում: Հույս, որ նախկին սխալներն այլևս չեն կրկնվի:
4. 2001-2002թթ. զգալի փոփոխությունների բացակայություն: Հեռուստաալիքներ են փակվում: Ճնշումներ մամուլի նկատմամբ: 2003թ. ընտրությունների լուսաբանում: ՁԼՄ-ի նկատմամբ զանգվածային լսարանի վստահության հերթական անկում:

Առավել հանգամանալի դիտարկենք մեր ուսումնասիրության առարկան՝ 2003-2007թթ. շրջանը: *Գծապատկեր 3-ում* այն ունի հետևյալ տեսքը.

Գծապատկեր 3



Գծապատկեր 1-ի (որն արտացոլում էր արտաքին ազդեցության «կոշտության» աստիճանը) և Գծապատկեր 3-ի (որն արտացոլում է լսարանի ակնկալիքներին ազգային հեռարձակող ՋԼՄ համակարգի անհամապատասխանության աստիճանը) զուգակցումը հնարավորություն է տալիս գնահատել վտանգը ուսումնասիրվող շրջանի յուրաքանչյուր առանձին պահի համար:



Համաձայն ստացված պատկերի՝ որքան միայնցից հեռու են գտնվում գծապատկերի կարմիր և դեղին կորերը, այնքան ավելի մեծ վտանգ է ներկայացնում արտաքին տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցությունը: Այսպես, օրինակ, առավելագույն վտանգը համապատասխանում է 2005թ. նոյեմբերին՝ կապված սահմանադրական հանրաքվեի հետ: Վտանգի ցուցիչը նշենք «Վ» տառով: Կոշտության ցուցիչը, որը մինչ այդ նշել էինք կոտորակով և որն արտահայտում էր պայթյունի հրահրմանն ուղղված կոմունիկատիվ մեսիջների բաժինը, նշենք «Կ» տառով: «Ա» տառով մենք նշել ենք լսարանի ակնկալիքների և ՋԼՄ համակարգի անհամապատասխանության աստիճանը: Այսպիսով, վտանգի աստիճանը կարելի է կլինի ստանալ «կոշտության» և «անվստահության» ցուցիչներից.

$$Վ = Կ \times Ա,$$

որտեղ առավելագույն ցուցիչը հավասար կլինի 60-ի: Առավել նպատակահարմար է արդյունքն արտահայտել տոկոսներով: Եվ այսպես.

$$\mathcal{F} = \frac{(\mathcal{G} \times \mathcal{U})100}{60}$$

Բանաձևը կիրառենք 2005թ. նոյեմբերի վերոնշյալ օրինակի համար.

$\mathcal{G} = 1, \mathcal{U} = 40$
 $\mathcal{F} = 66\%$

$$\mathcal{F} = \frac{(1 \times 40)100}{60}$$

Նույն մեթոդը կիրառենք համեմատաբար հանդարտ ժամանակի՝ 2005թ. սեպտեմբերի համար.

$\mathcal{G} = 5/8, \mathcal{U} = 40$
 $\mathcal{F} = 42\%$

$$\mathcal{F} = \frac{\left(\frac{5}{8} \times 40\right)100}{60} = \frac{25 \times 100}{60} = 42\%$$

Ամփոփենք: Ակնհայտ կապ գոյություն ունի արտաքին տեղեկատվական ազդեցության հնարավոր «վնասաբերության» աստիճանի և զանգվածային լրատվության ավանդական աղբյուրների համակարգի միջև: Ստացված տվյալների պրակտիկայի հետ համեմատությունը ցույց է տալիս, որ բանաձևը ինքնին համեմատաբար ճիշտ է արտացոլում իրականությունը: Սակայն մենք չենք բացառում ստացված տվյալների որոշ սխալների և վրիպումների հնարավորությունը: Սխալները կարող էին առաջանալ «Ա» ցուցիչի հաշվարկման փուլում և կարող էին կապված լինել ֆոկուս խմբերի արձանագրած տվյալների ընդհանրացման մեթոդի անբավարար հուսալիության հետ: Այնուամենայնիվ, անգամ հաշվի առնելով հնարավոր անճշտությունները՝ մենք գալիս ենք այն եզրակացության, որ որքան ավելի համարժեք է զանգվածային լրատվամիջոցների համակարգը հասարակության պահանջներին ու ակնկալիքներին, այնքան ավելի կայուն է լրատվական դաշտը և հետևաբար՝ հասարակությունը արտաքին տեղեկատվական-հոգեբանական ազդեցության առջև: Մեր կարծիքով՝ Հայաստանի իշխանությունները պետք է վերիմաստավորեն իրենց տեղեկատվական քաղաքականությունը: Անհրաժեշտ է հաշվարկել հասարակության տեղեկատվական բնույթի հնարավոր բոլոր պահանջները և այդ սեկտորներում ապահովել սեփական առավելագույն ներկայություն: Ուսումնասիրության արդյունքում գալիս ենք այն եզրակացության, որ քանի դեռ պետությունը, որ պատասխանատու է այդ թվում նաև հասարակության տեղեկատվական-հոգեբանական անվտանգության համար, հեռարձակման տարածքի այլընտրանքի ապահովման պարտավորություն չի ստանձնել, այդ հարթությունը բավական խոցելի կմնա ինֆոզեն սպառնալիքների առջև:

Մարտ, 2008թ.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И УСТОЙЧИВОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ВЕЩАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Гарегин Хумарян

Данная статья посвящена вопросам методологии внешнего информационно-психологического воздействия на армянское общество в условиях общего информационно-культурного фона, генерируемого системой местных СМИ. В качестве основы, на которой в дальнейшем была сконструирована модель соотношения внешнего воздействия и внутреннего информационного фона, были использованы параметры 2003г. Автор статьи остановился на этом периоде по двум причинам. Во-первых, этот период был отмечен острейшим дефицитом разносторонней информации – «других новостей», что вызвало беспрецедентный интерес массовой аудитории к внешним источникам, в частности к программам радиостанции «Свобода». Во-вторых, весь этот период был отмечен пограничным состоянием общества, связанным с президентскими выборами, что позволило наблюдать процессы в максимально интенсифицированном состоянии.

Исследование проводилось с 2003 по 2007 годы. Было выбрано 7 тестовых периодов, во время которых производился мониторинг и контент-анализ передач «Свободы». Контент-анализ проводился по 4 направлениям: фактографическая основа, количество оценочных конструкций в сюжетах, принадлежность ньюсмейкеров к тем или иным группам, семантический анализ сюжетов, выявляющий их основной «месидж». Исследования показали, что в периоды обострения социальной ситуации интенсивность деструктивного воздействия возрастает. Понижаясь в относительно спокойные периоды, она, однако, не пересекает нижний порог интенсивности. В программах явно прослеживается принцип квотирования положительной и отрицательной информации, а также ньюсмейкеров – по их принадлежности к тем или иным силам. Была также выявлена и математически формализована связь между ожидаемой степенью «вредоносности» внешнего информационного воздействия и образом системы традиционных источников массовой информации. Очевидно, что чем меньше соответствуют отечественные СМИ ожиданиям массовой аудитории, тем более эффективным становится внешнее информационно-психологическое воздействие. В рамках данного исследования был определен род связи и характер взаимодействия двух этих факторов.