



**ԱՊԱՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ  
ՏԱՐԱԾՄԱՆ  
ՕՐԻՆԱԶԱՓՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ  
ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ԱՌՑԱՆՑ  
ՄԵԴԻԱՅՈՒՄ**

Արցիլուճիական հետազոտություն | վերլուծական զեկույց

«Ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում» հետազոտությունն իրականացվել է **Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնի** «Ապատեղեկատվության պատումների ուսումնասիրություն» ծրագրի **չրջանակներում «Zinc Network»** կազմակերպության ֆինանսական աջակցությամբ:

Այս զեկույցն ամփոփում է 2020 թ. հունիս-օգոստոս ամիսներին իրականացված հետազոտության արդյունքները: Հետազոտությունը փորձ է բացահայտելու հայաստանյան առցանց լրատվականներում ապատեղեկատվության ձևավորման և տարածման յուրահատկություններն ու օրինաչափությունները, սոցիալ-ական և քաղաքական տարբեր իրադարձությունների ու երևույթների լուսաբանման մեջ կիրառվող ֆրեյմավորվման մեխանիզմները, ինչպես նաև՝ դրանց հիմքում դրված ուղերձները:

Բոլոր հեղինակային իրավունքները պատկանում են Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնին:

© Ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում. սոցիոլոգիական հետազոտություն: Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն:  
Երևան: 2021

## Հետազոտության համակարգող

Հայկ Սմբատյան

## Տվյալների հավաքագրման թիմ

Արուսյակ Ոսկանյան (տվյալների որակի վերահսկման մասնագետ)

Անի Թադևոսյան (տվյալների հավաքագրման մասնագետ)

Գայանե Գասոյան (տվյալների հավաքագրման մասնագետ)

Կատար Թասլանյան (տվյալների հավաքագրման մասնագետ)

Սեդա Շիգանյան (տվյալների հավաքագրման մասնագետ)

# ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

<b>ԱՂՅՈՒՄԱԿՆԵՐԻ, ԳԾԱՊԱՏԿԵՐՆԵՐԻ ԵՎ ԳՐԱՖԻԿՆԵՐԻ ՑԱՆԿ</b> .....	<b>4</b>
<b>ՀԱՄԱՌՈՏԱԳԻՐ</b> .....	<b>6</b>
<b>ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՍԱՀՄԱՆՈՒՄՆԵՐ</b> .....	<b>8</b>
<b>ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ</b> .....	<b>9</b>
Հետազոտության հիմնախնդիրը .....	9
Հետազոտության շրջանակները.....	10
Հետազոտության մեթոդաբանական ռազմավարությունը .....	10
Հետազոտության մեթոդները.....	11
Հետազոտության ընտրանքը.....	12
Տվյալների հոսսալիությունը և վերլուծությունը .....	14
<b>ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲԱՑԱՀԱՅՏՈՒՄՆԵՐ</b> .....	<b>16</b>
Մաս 1. Ապատեղեկատվության յուրահատկությունները հայաստանյան մեդիա դիսկուրսում...16	
Մաս 2. Կորոնավիրուսի, Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմաների ֆրեյմավորումը հայաստանյան առցանց մեդիայում .....	22
Կորոնավիրուսի թեմայի ֆրեյմավորումը.....	22
Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայի ֆրեյմավորումը.....	31
Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայի ֆրեյմավորումը.....	36
<b>ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ</b> .....	<b>42</b>
<b>ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1. ՓՈՐՁԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑՆԵՐԻ ՀԱՐՑԱՇԱՐ</b> .....	<b>43</b>
<b>ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2. ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐԻ ԿՈԴՎՈՐՄԱՆ ՍԽԵՄԱ</b> .....	<b>44</b>

# ԱՂՅՈՒՍԱԿՆԵՐԻ, ԳԾԱՊԱՏԿԵՐՆԵՐԻ ԵՎ ԳՐԱՖԻԿՆԵՐԻ ՑԱՆԿ

Աղյուսակ 1. Փորձագիտական հարցազրույցների ընտրանքը .....	12
Աղյուսակ 2. Հոդվածների որոնման չափանիշները .....	14
Աղյուսակ 3. Քանակական ընտրանքի հիմքը.....	14
Աղյուսակ 4. Կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակումների թիվը.....	23
Աղյուսակ 5. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածների թիվը .....	23
Աղյուսակ 6. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածներում թեզերի հիշատակումները (N=2193) .....	26
Աղյուսակ 7. Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակումների թիվը .....	31
Աղյուսակ 8. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածների թիվը.....	31
Աղյուսակ 9. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածներում թեզերի հիշատակումները (N=239).....	33
Աղյուսակ 10. Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայով հրապարակումների թիվը .....	36
Աղյուսակ 11. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածների թիվը.....	37
Աղյուսակ 12. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածներում թեզերի հիշատակումները (N=47).....	39
Գծապատկեր 1. Խառը մեթոդներով հետազոտության հաջորդական հետախուզական մոդել.....	11
Գծապատկեր 2. Ապատեղեկատվության բացահայտման հիմքերը.....	17
Գծապատկեր 3. Ապատեղեկատվական հոսքեր տարածած լրատվամիջոցները՝ ըստ հարցված փորձագետների...	19
Գծապատկեր 4. Ապատեղեկատվական ուղերձերի նպատակները և համատեքստերը .....	20
Գրաֆիկ 1. Կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակումների թիվը թիրախային ժամանակահատվածում.....	23
Գրաֆիկ 2. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների տեսակները (N=1814) .....	24
Գրաֆիկ 3. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների հեղինակային բնութագիրը (N=1814). ..	24
Գրաֆիկ 4. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների սկզբնաղբյուրը (N=1113) .....	25
Գրաֆիկ 5. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=1814) .....	27
Գրաֆիկ 6. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=1814).....	27
Գրաֆիկ 7. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=1113) .....	28
Գրաֆիկ 8. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=1814) .....	28
Գրաֆիկ 9. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=1814).....	29
Գրաֆիկ 10. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=1113).....	29
Գրաֆիկ 11. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի ծագման (N=115). ..	30
Գրաֆիկ 12. Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակումների թիվը թիրախային ժամանակահատվածում .....	31
Գրաֆիկ 13. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների տեսակները (N=229) .....	32
Գրաֆիկ 14. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների հեղինակային բնութագիրը (N=229) .....	32
Գրաֆիկ 15. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների սկզբնաղբյուրը (N=113). ..	33
Գրաֆիկ 16. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=101).....	34
Գրաֆիկ 17. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=101) ...	34
Գրաֆիկ 18. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=39) .....	35
Գրաֆիկ 19. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=58).....	35

Գրաֆիկ 20. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հողվածի հեղինակային բնութագրի (N=58) .....	36
Գրաֆիկ 21. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հողվածի սկզբնաղբյուրի (N=33) .....	36
Գրաֆիկ 22. Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայով հրապարակումների թիվը թիրախային ժամանակահատվածում .....	37
Գրաֆիկ 23. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հողվածների տեսակները (N=38).....	37
Գրաֆիկ 24. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հողվածների հեղինակային բնութագիրը (N=38) .....	38
Գրաֆիկ 25. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հողվածների սկզբնաղբյուրը (N=15) ....	38
Գրաֆիկ 26. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=34).....	39
Գրաֆիկ 27. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հողվածի հեղինակային բնութագրի (N=34) .....	40
Գրաֆիկ 28. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հողվածի սկզբնաղբյուրի (N=6).....	40
Գրաֆիկ 29. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզը՝ ըստ լրատվականների (N=11).....	40
Գրաֆիկ 30. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզը՝ ըստ հողվածի հեղինակային բնութագրի (N=11) .....	41
Գրաֆիկ 31. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզը՝ ըստ արտատպված հողվածի սկզբնաղբյուրի (N=4).....	41

## ՀԱՄԱՌՈՏԱԳԻՐ

«Ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում» հետազոտությունն իրականացվել է 2020 թ. հունիս-օգոստոս ամիսներին Մեդիա Նախաձեռնությունների կենտրոնի կողմից: Հետազոտության նպատակն է վեր հանել ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում:

Հետազոտությունը փորձում է բացահայտել հայաստանյան առցանց լրատվականներում ապատեղեկատվության ձևավորման և տարածման յուրահատկություններն ու օրինաչափությունները, սոցիալական և քաղաքական տարբեր իրադարձությունների ու երևույթների լուսաբանման մեջ կիրառվող ֆրեյմավորումները, ինչպես նաև՝ դրանց հիմքում դրված ուղերձները:

Իրականացվել է խառը մեթոդներով հետազոտություն՝ համադրելով փորձագիտական հարցազոտյցների և լրատվական հոդվածների ֆրեյմ վերլուծության արդյունքները: Հետազոտության հիմնախնդիրը դիտարկվել է հայաստանյան առցանց երեք լրատվական օրինակով՝ News.am, Tert.am, 168.am: Նշված լրատվականներում դիտարկվել են կորոնավիրուսի, Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեմատիկ լուսաբանումները:

Հետազոտության վերլուծությունը զեկույցում ներկայացված է երկու մասով: Առաջին մասում քննարկվում են ապատեղեկատվության յուրահատկությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում, իսկ երկրորդ մասում ամփոփված են ընտրված թեմաների ֆրեյմավորումը նշված լրատվականներում:

Հետազոտության տվյալները վիճակագրորեն ներկայացուցչական չեն և չեն կարող ներկայացնել հայաստանյան այլ առցանց լրատվամիջոցները:

Ուսումնասիրության հիմնական բացահայտումներն են.

1. Հիմնվելով փորձագետների գնահատականների վրա՝ հնարավոր է ամրագրել, որ «թավշյա հեղափոխությունից» հետո ապատեղեկատվության հոսքերը զգալիորեն ավելացել են հայաստանյան առցանց մեդիայում:
2. Ապատեղեկատվության հիմնական օրինաչափությունները բացահայտելու համար կիրառելի է փորձագետների գնահատականների հիման վրա մշակված սխեման, որը ներառում է երեք հիմք՝ տեղեկատվություն ուղարկող, տեղեկատվության ուղերձ և հաղորդակցության կոնտեքստ:
3. Ուսումնասիրված լրատվամիջոցներում ընտրված ժամանակամիջոցում ընտրված թեմաների շուրջ հրապարակված լրատվական հոդվածների մեծ մասը հեղինակային չեն և արտատպված են սոցիալական ցանցերի կամ հայաստանյան այլ լրատվամիջոցների հրապարակումներից և ներկայացնում են երրորդ անձանց կարծիքներ և մեկնաբանություններ:

4. Հետազոտության քանակական տվյալների համաձայն՝ ուսումնասիրված լրատվամիջոցներն ավելի շատ բովանդակություն տարածում են, քան ստեղծում:
5. Կորոնավիրուսի թեմայի քաղաքական ֆրեյմավորումը տվյալ լրատվականներում ներհայաստանյան մեդիա դիսկուրսի արդյունք է և չի ներթափանցում այլերկրյա ծագման աղբյուրներից:
6. Կորոնավիրուսի թեմայի դավադրապաշտական ֆրեյմավորումը մեծամասամբ ուսաստանյան ծագման կայքերից է ներթափանցում հայաստանյան մեդիա դաշտ:
7. Ղարաբաղյան հիմնահարցի լուսաբանումների մեծ մասում իշխանության վարած արտաքին քաղաքականությունը ֆրեյմավորվում է որպես «խեղճացած»:
8. Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեման մեծամասամբ ֆրեյմավորում է կոնվենցիան որպես երեխաներին սեռականորեն այլասերող:
9. Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի ֆրեյմավորումները ուսումնասիրված լրատվամիջոցներում հայաստանյան մեդիա նարատիվների մաս են, և դրանց սկզբնաղբյուրներն այլերկրյա ծագման չեն:

## ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՍԱՀՄԱՆՈՒՄՆԵՐ

**Ֆրեյմ/ֆրեյմավորում** (թրգմ.՝ շրջանակ/շրջանակում). Որևէ հիմնախնդրի ներկայացում միայն կոնկրետ տեսանկյունից, կոնկրետ համատեքստում կամ որևէ գաղափարա(խոսա)կան լույսի ներքո

**Ֆրեյմերի վերլուծություն**. ՉԼՄ սոցիոլոգիայում կիրառվող հետազոտական վերլուծական մեթոդաբանություն, որը թույլ է տալիս բացահայտել, թե տեղեկատվական ուղերձը տվյալ խնդրի որ կողմն է ընդգծում կամ այն ինչ համատեքստում է ներկայացնում:

**Թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդված**. Թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածներ են համարվել նրանք, որոնց կենտրոնական թեզերը վերաբերել են հետազոտության թեմաներին:

**Թեմատիկ ուղերձ չպարունակող հոդված<sup>1</sup>**. Թեմատիկ ուղերձ չպարունակող հոդվածներ են համարվել նրանք, որոնց (1) կենտրոնական թեզերը վերաբերել են այլ հարցերի, բովանդակության 75%-ն ու ավելին նվիրված է եղել որևէ այլ հարցի լուսաբանման, սակայն նյութում հանդիպել է որոնվող բանալի բառը, (2) լուսաբանումը մեծամասամբ չի վերաբերել հայաստանյան կոնտեքստին, (3) նշված է եղել միայն «չոր» լրատվություն՝ առանց որևէ հավելյալ ուղերձի, (4) առկա է եղել տեսանյութ և առկա չի եղել (թեմատիկ ուղերձ պարունակող) ուղեկցող տեքստ, (5) բովանդակությունը գրված չի եղել հայերենով:

**Կողավորման սխեմա/կողիֆիկատոր**. Փաստաթղթերի վերլուծության մեթոդի շրջանակներում կիրառվող կատեգորիաների սխեմա/բանալի, որի հիման վրա ընտրված բովանդակությունը ենթարկվել է համակարգված կողավորման:

**N թիվ**. Դիտարկման միավորների ընդհանուր թիվը, որից հաշվարկվում են տվյալ փոփոխականի տոկոսային համամասնությունները:

<sup>1</sup> Թեմատիկ ուղերձ չպարունակող հոդվածները վերլուծության չեն ենթարկվել:



## Հետազոտության հիմնախնդիրը

Լրատվամիջոցները հասարակությունում սոցիալականացման առաջնային ազեմտներից են: Դրանք հասարակական կարծիք ձևավորելու լուրջ հնարավորություն ունեն այն տեսանկյունից, որ սոցիալական իրականությունը, դրա տարատեսակ ասպեկտները և դրանցում առկա երևույթները հեշտ հասանելի են դարձնում լայն հանրության համար, այլ կերպ ասած՝ պարզեցնում և մեկնաբանում են իրականությունը, վերհանում հանրության համար օրակարգային հիմնախնդիրները: Լրատվամիջոցներում տարածվող տեղեկատվության մեջ հաճախ հանդիպում է նաև ոչ ճշգրիտ կամ ոչ ամբողջական տեղեկատվություն, ինչպես նաև միտումնավոր կամ ոչ միտումնավոր ապակողմնորոշում: Այսպիսի տեղեկատվական հոսքերը ներառում են թերի կամ ոչ ստույգ ինֆորմացիայի մտադրված կամ ոչ մտադրված տրամադրում: Այս խնդիրը հատկապես սրվում է, երբ խոսքն առցանց մեդիայի մասին է, քանի որ վերջինս, զուգորդվելով սոցիալական մեդիայի հարթակների հետ, էլ ավելի է ընդլայնում տեղեկատվական հոսքի շրջանակներն ու լսարանը:

«Թավշյա հեղափոխությունից» հետո հայաստանյան մեդիա միջավայրի ապակենտրոնացումը ոչ միայն թույլ տվեց մեղմել մեդիա դաշտի նկատմամբ կիրառվող գրաքննությունը, այլ նաև էլ ավելի սրեց նոր կառավարության և նախկին իշխանությունների միջև մեդիա դիսկուրսը: Հաշվի առնելով, որ որոշ առցանց լրատվամիջոցներ նախկին իշխանությունների քաղաքական, գաղափարախոսական և/կամ ֆինանսական ազդեցությունների կրողներն են՝ նոր կառավարությունը ներկայիս մեդիա դիսկուրսում հաճախ ֆրեյմավորվում է որպես «Արևմուտքից դեկավարվող» իշխանություն, որը կարող է վնասել Հայաստանի պետականությունն ու խոչընդոտել Ղարաբաղյան հակամարտության կարգավորմանը:

Հայաստանյան առցանց մեդիայում հաճախ կարելի է հանդիպել նաև Ձորջ Սորոսի կողմից Հայաստանի թուլացման և ավանդական արժեքների քայքայման վերաբերյալ նարատիվների, ընտանեկան բռնության և գենդերային հավասարության թեմաների մի շարք մանիպուլյացիաների, ինչպես նաև աշխարհաքաղաքական հիմնախնդիրների շուրջ բազմաթիվ դավադրության տեսությունների: Նմանօրինակ տեղեկատվական հոսքերը հաճախ ուղղորդվում են ատելության քարոզով, սև PR-ով, կեղծ լուրերով և ապատեղեկատվությամբ:

Այս տեսանկյունից կարիք կա հասկանալու, թե ապատեղեկատվության ձևավորման և տարածման ինչ օրինաչափություններ և յուրահատկություններ կան հայաստանյան առցանց մեդիա տիրույթում, ինչպես են ֆրեյմավորվում և լուսաբանվում մի շարք սոցիալական և քաղաքական իրադարձություններ և երևույթներ, ինչպես նաև՝ ինչ ուղերձներով են ուղղորդվում նման տեղեկատվական հոսքերը:

## Հետազոտության շրջանակները

Հետազոտության նպատակն է վեր հանել ապատեղեկատվության<sup>2</sup> տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում:

Հետազոտության օբյեկտը հայաստանյան առցանց մեդիան է, իսկ առարկան՝ դրանում շրջանառվող ապատեղեկատվության օրինաչափությունները:

Հետազոտության խնդիրներն<sup>3</sup> են.

Պարզել.

1. ապատեղեկատվության տարածման ընդհանուր տրամաբանությունը,
2. հայաստանյան մեդիա դիսկուրսում շրջանառվող ամենաարդիական ապատեղեկատվական հոսքերն ու թեմաները,
3. այն լրատվական կայքերը, որոնցով փոխանցվում է ապատեղեկատվություն,
4. կորոնավիրուսի, Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմաների լուսաբանման յուրահատկությունները News.am, Tert.am և 168.am առցանց լրատվականներում, այդ թվում
  - դրանցում շրջանառվող թեմատիկ ուղերձները,
  - տեղեկատվության սկզբնաղբյուրները,
  - ապակողմնորոշող տարրերի կիրառությունները:

## Հետազոտության մեթոդաբանական ռազմավարությունը

Այս հետազոտության մեթոդաբանության հիմքում խառը մեթոդների ռազմավարությունն է: Վերջինս ենթադրում է քանակական և որակական մեթոդների նպատակաուղղված համադրում: Խառը մեթոդներով հետազոտությունը թույլ է տալիս օգտվել քանակական և որակական մեթոդաբանությունների գործիքակազմերից տվյալների հավաքագրման փուլում, ինչպես նաև համադրել երկու մեթոդաբանությունների վերլուծական հնարավորությունները տվյալների վերլուծության և մեկնաբանման փուլում:

Մեթոդաբանության շրջանակներում ընտրվել է խառը մեթոդներով հետազոտությունների հաջորդական հետախուզական մոդելը (*անգլ.*՝ «*exploratory sequential design*»): Այն հնարավորություն է տալիս որակական և քանակական մեթոդները կիրառել փուլային

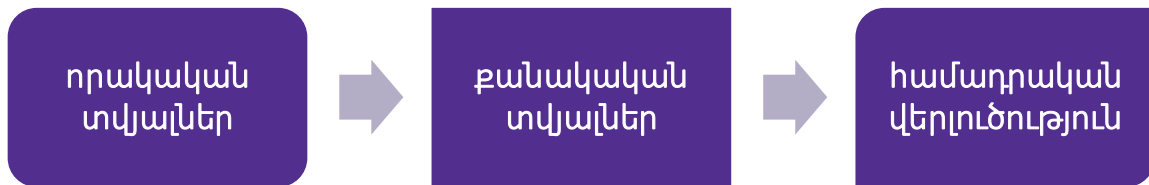
---

<sup>2</sup> Հետազոտության շրջանակներում «**ապատեղեկատվություն**» հասկացությունը կիրառված է իր լայն իմաստով՝ ներառելով երևույթի բոլոր տարատեսակները (օր.՝ միտումնավոր և ոչ միտումնավոր ապակողմնորոշում, կեղծ լուրեր, մանիպուլյացիաներ և այլն):

<sup>3</sup> Հետազոտության 4-րդ խնդիրը և դրա ենթախնդիրները նույնականացվել և սահմանվել են փորձագիտական գնահատականների հիման վրա (տե՛ս «Հետազոտության մեթոդները» ենթաբաժինը):

հաջորդականությամբ<sup>4</sup> և ստացված տվյալներն օրինաչափորեն ինտեգրել միմյանց: Հետազոտության առաջին Էտապում հավաքագրվում է որակական տեղեկատվություն, որի վերլուծությունն ուղղորդում է դեպի երկրորդ՝ քանակական Էտապ, իսկ վերջում համադրված կերպով վերլուծվում են երկու Էտապներում հավաքված տվյալները (տե՛ս Գծապատկեր 1): Այսինքն՝ այս դեպքում որակական վերլուծությունը հիմք է դառնում քանակական ուսումնասիրության ենթակա հետազոտական խնդիրներ ձևակերպելու և դրանք բացահայտելու համար:

Գծապատկեր 1. Խառը մեթոդներով հետազոտության հաջորդական հետախուզական մոդել



## Հետազոտության մեթոդները

Հետազոտության շրջանակներում կիրառվել է տեղեկատվության հավաքագրման սոցիոլոգիական երկու մեթոդ՝ **փորձագիտական հարցազրույցներ և փաստաթղթերի ուսումնասիրություն:**

**Փորձագիտական հարցազրույցներն** իրականացվել են թեմայի վերաբերյալ տեղեկատվությամբ հարուստ անձանց հետ՝ ներառելով մեդիա վերլուծաբանների<sup>5</sup>, փաստերի ստուգման մասնագետների, հետաքննող լրագրողների և առցանց մեդիայում կարծիք ձևավորող<sup>6</sup> կամ հեղինակային/ազդեցիկ կարծիք ունեցող անձանց:

Մեթոդի կիրառումը թույլ է տվել ոլորտի մասնագետների կուտակած փորձի միջոցով վեր հանել ապատեղեկատվության տարածման ընդհանուր տրամաբանությունը, բացահայտել հայաստանյան մեդիայում դրանց տարածման հիմնական սկզբնաղբյուրները, ինչպես նաև նույնականացնել մեդիա դիսկուրսում շրջանառվող ամենաարդիական ապատեղեկատվական հոսքերն ու թեմաները և այն լրատվական կայքերը, որոնցով այդ ապատեղեկատվությունը փոխանցվում է:

<sup>4</sup> Creswell, J., Clark, V. (2011). Designing and Conducting Mixed Methods Research. SAGE Publications.  
<sup>5</sup> «Մեդիա վերլուծաբաններ» փորձագետների ենթախմբում ներառվել են մեդիա քննադատներ, մեդիա հետազոտողներ և մեդիայի զարգացման մասնագետներ:  
<sup>6</sup> «Կարծիք ձևավորողներ» փորձագետների ենթախումբը ներառում է սոցիալական մեդիայում հեղինակություն, ազդեցիկ կարծիք և արդեն որոշակիորեն ձևավորված լսարան ունեցող անձանց, ովքեր ակտիվորեն հետևում են շրջանառվող տեղեկատվական հոսքերին և արձագանքում դրանց տարատեսակ սոցիալական հարթակներում:

Փորձագիտական հարցազրույցների մեթոդը կիրառվել է որակական հարցազրույցի նախապես մշակված հարցաշարի օգնությամբ:

**Փաստաթղթերի ուսումնասիրությունը** տեղի է ունեցել բովանդակային և ավանդական մոտեցումների համադրմամբ: Փաստաթղթերի բովանդակային ուսումնասիրությունը (*անգլ.*՝ «*content analysis*») ենթադրում է տեղեկատվության քանակական ասպեկտների չափումներ, իսկ ավանդական մոտեցման շրջանակներում ուսումնասիրվում են փաստաթղթերի բովանդակային և կոնտեքստային ասպեկտները: Հետազոտության շրջանակներում որպես փաստաթուղթ են դիտարկվել այն առցանց լրատվականների հոդվածները, որոնք նույնականացվել են փորձագիտական հարցազրույցների արդյունքում:

Մեթոդի կիրառումը թույլ է տվել հետահայաց կերպով քանակապես չափել և համեմատել փորձագիտական գնահատականների արդյունքում ստացված տվյալները ապատեղեկատվության թեմաների, սկզբնաղբյուրների և օրինաչափությունների վերաբերյալ:

Փաստաթղթերի ուսումնասիրության մեթոդը կիրառվել է «MS Excel» ծրագրային փաթեթում նախապես ինտեգրված կոդիֆիկատորի օգնությամբ, որում կոդավորվել են քանակական ընտրանքի հիմքում ներառված բոլոր լրատվական հոդվածները: Տվյալների հավաքագրումը և դրանց նախնական մշակումն իրականացվել են դաշտային աշխատանքների թիմի կողմից՝ բաղկացած տվյալների հավաքագրման չորս մասնագետից և տվյալների որակի վերահսկման մեկ մասնագետից:

## Հետազոտության ընտրանքը

### Փորձագիտական հարցազրույցներ

Փորձագետների ընտրությունը տեղի է ունեցել քառաշերտ տիպական ընտրանքի սկզբունքով՝ ստորև ներկայացված աղյուսակի համաձայն:

Աղյուսակ 1. Փորձագիտական հարցազրույցների ընտրանքը

Տիպ	Նախատեսված քանակ	Փաստացի քանակ
Մեդիա վերլուծաբան	3	5
Փաստերի ստուգման մասնագետ	3	3
Հետաքննող լրագրող	3	3
Կարծիք ձևավորող (մեդիա ինֆլուենսեր)	3	3
Ընդամենը	12	14

Որակական ուսումնասիրություններում ընտրանքի նկատմամբ առաջադրվող պահանջները ավելի շուտ բովանդակային են, քան քանակական, քանի որ որակական մեթոդներն ի սկզբանե չեն հավակնում ապահովել տվյալների ներկայացուցչականություն: Փոխարենը՝ դրանք նպատակ ունեն հնարավորինս խորը և բազմակողմանիորեն բացահայտելու հետազոտության խնդիրները: Ուստի, այս հետազոտության շրջանակներում փորձագիտական հարցազրույցների նախատեսված քանակը պայմանական է եղել, և արդյունքում, ելնելով տեղեկատվության ամբողջականության անհրաժեշտությունից, իրականացվել է 14 փորձագիտական հարցազրույց 12-ի փոխարեն: Մեթոդի կիրառումը դադարեցվել է այն պահից, երբ նկատվել է տեսական հագեցվածություն, այսինքն՝ ստացվող տեղեկատվությունը սկսել է կրկնվել կամ՝ նոր բացահայտումներ չեն ստացվել:

### **Փաստաթղթերի ուսումնասիրություն**

Հետևելով խառը մեթոդներով հետազոտության հաջորդական հետախուզական մոդելի տրամաբանությանը՝ փաստաթղթերի ուսումնասիրության մեթոդի ընտրանքը կազմվել է փորձագիտական հարցազրույցների ընթացքում: Հարցված փորձագետների գնահատականներում ամենահաճախ հանդիպող հիշատակումների հիման վրա առանձնացվել և ընտրվել է.

1. հայաստանյան երեք առցանց լրատվամիջոց՝ News.am, Tert.am և 168.am,
2. երեք թեմա՝ կորոնավիրուս, Ղարաբաղյան հիմնահարց և Լանսարոտեի կոնվենցիա,
3. յուրաքանչյուր թեմայի համար հոդվածների հրապարակման ֆիքսված ժամանակահատված:

Ընտրանքի հիմքը՝ հոդվածների ցանկը, կազմվել է «Rumorsmonitoring.com» հարթակի<sup>7</sup> տվյալների բազայի հիման վրա, Աղյուսակ 2-ում ներկայացված չափանիշներով և հետևյալ քայլերի հերթականությամբ.

1. Համակարգում իրականացվել է երեք առանձին որոնում՝ յուրաքանչյուր թեմայի համար մեկական՝ համապատասխան բանալի բառերով:
2. Բոլոր երեք որոնումներն իրականացվել են միայն ընտրված լրատվամիջոցների հրապարակումների մեջ:
3. Յուրաքանչյուր թեմայի համար որոնումն իրականացվել է միայն տվյալ թեմայի լուսաբանման ամենակտիվ<sup>8</sup> ժամանակամիջոցում:
4. Համակարգի գեներացրած թեմատիկ ցանկերը ներբեռնվել են XLW (Excel Workbook) ձևաչափով և ծառայել են որպես ընտրանքի հիմք (տե՛ս Աղյուսակ 3):

<sup>7</sup> «Rumorsmonitoring.com»-ը մեդիա մոնիթորինգի Էլեկտրոնային ավտոմատացված համակարգ է, որը շուրջօրյա ռեժիմով հավաքագրում է մեդիա բովանդակությունը առցանց տվյալադարանում: Հարթակը թույլ է տալիս բանալի բառերով որոնում իրականացնել կոնկրետ ժամանակամիջոցում հրապարակված հոդվածներում և գեներացնում է որոնվող բանալի բառերը պարունակող հոդվածների ցանկեր:

<sup>8</sup> Թեմայի լուսաբանման ամենակտիվ ժամանակամիջոցներն ընտրվել են փորձագիտական գնահատականների հիման վրա:

Ընտրանքի հիմքում ներառված բոլոր հոդվածները կողավորվել են «MS Excel» ծրագրային փաթեթում ինտեգրված բազայում՝ նախապես ամրագրված չափման կատեգորիաների կողիֆիկատորի միջոցով (տե՛ս Հավելված 2):

Աղյուսակ 2. Հոդվածների որոնման չափանիշները

Թեմա	Բանալի բառեր	Ժամանակահատված	Լրատվամիջոցներ
<b>Կորոնավիրուս</b>	կորոնավիրուս, covid	01.03.2020 – 31.05.2020	News.am
<b>Ղարաբաղյան հիմնահարց</b>	Ղարաբաղ, Արցախ	01.04.2020 – 31.05.2020	Tert.am 168.am
<b>Լանսարոտեի կոնվենցիա</b>	Լանսարոտ, Լանգարոտ	01.05.2020 – 30.06.2020	

Աղյուսակ 3. Քանակական ընտրանքի հիմքը

Թեմա	Հոդվածների քանակը
<b>Կորոնավիրուս</b>	23593
<b>Ղարաբաղյան հիմնահարց</b>	2464
<b>Լանսարոտեի կոնվենցիա</b>	78
<b>Ընդամենը</b>	26135

## Տվյալների հուսալիությունը և վերլուծությունը

Հետազոտության երկու մեթոդների օգնությամբ հավաքագրված տվյալների որակը և հուսալիությունը ապահովվել են մի քանի տեխնիկաների կիրառմամբ:

### 1. Շղթայական տեխնիկա

Փորձելով նվազագույնի հասցնել փորձագետների ընտրության հարցում հետազոտողի սուբյեկտիվության գործոնը՝ կիրառվել է ընտրանքի միավորների ընտրության շղթայական տեխնիկան: Սա նշանակում է, որ հարցազրույցներից յուրաքանչյուրի ավարտին հետազոտողը փորձագետին խնդրել է նշել ընտրանքի տիպերից յուրաքանչյուրին պատկանող մեկական անձի անուն, ով, ըստ իրեն, հետազոտության համար արժեքավոր տեղեկատվություն կարող է տրամադրել: Սա թույլ է տվել վերահաստատել հետազոտության շրջանակներում ի սկզբանե նախանշված փորձագետների ցանկը:

### 2. Հաջորդական հետախուզական մոդել

Ուսումնասիրված լրատվական կայքերի և լուսաբանման թեմաների ընտրության հարցում սուբյեկտիվության գործոնը չեզոքացվել է ընտրված մեթոդաբանական ռազմավարության՝ խառը մեթոդների հաջորդական հետախուզական մոդելի միջոցով: Այսինքն՝ փաստաթղթերի ուսումնասիրության մեթոդի կիրառումը հիմնված է եղել փորձագիտական հարցազրույցներից ստացված տեղեկատվության վրա, և ոչ՝ հետազոտողի նախընտրությունների:

### 3. **Տվյալների որակի ստուգումներ**

Տվյալների բազայի ճշգրտությունն ապահովելու նպատակով քանակական տվյալների հավաքագրման փուլում իրականացվել են տվյալների որակի բովանդակային և տեխնիկական ընթացիկ և ամփոփիչ ստուգումներ: Տվյալների որակի վերահսկման մասնագետը և հետազոտության համակարգողը օրական և շաբաթական կտրվածքով տվյալների բազայում առկա բացթողումների շտկումներ են կատարել, անհրաժեշտության դեպքում իրականացրել են վերակոդավորումներ և այլ տիպի ոչ բովանդակային ստուգումներ, ինչպես նաև պատահականության սկզբունքով ստուգել են մուտքագրված հոդվածների մի մասի կոդավորման ճշգրտությունը և ամբողջականությունը: Փաստացիորեն կոդավորված հոդվածների 10%-ից ավելին ենթարկվել է պատահական ստուգումների:

### 4. **Տվյալների վերիֆիկացիա**

Տվյալների վերլուծության փուլում քանակական և որակական տվյալները մեկնաբանվել են համադրման եղանակով: Սա թույլ է տվել երկու մեթոդների միջոցով ստացված տեղեկատվության մեջ հակասականություն նկատելու դեպքերում իրականացնել տվյալների վերիֆիկացիա՝ անհրաժեշտության դեպքում վերաքննարկելով դրանք փորձագետների հետ:

Տեղեկատվության վերլուծությունը, բացի որակական և քանակական ավանդական վերլուծական տեխնիկաներից, ներառել է նաև ֆրեյմերի վերլուծության մոտեցումը: Այս մոտեցումը թույլ է տվել վեր հանել այն, թե ինչ դիսկուրսիվ տարրեր է կիրառում տեղեկատվություն ուղարկողը այս կամ այն թեման, գաղափարը կամ իրադարձությունը ֆրեյմավորելու համար, և հետևաբար՝ տվյալ երևույթի մասին ինչ իմաստավորումներ և տպավորություններ է ակնկալում ձևավորել լսարանի շրջանում<sup>9</sup>:

Այս հետազոտության շրջանակներում, ֆրեյմերի վերլուծության մոտեցումը հնարավորություն է տվել հասկանալու ապատեղեկատվությանը բնորոշ կոդավորումները, երևույթներին տրվող սահմանումները, ինչպես նաև ընկալումների և տպավորությունների ուղղորդման և կառավարման տեխնիկաները:

---

<sup>9</sup> Lindekilde, L. (2014). Discourse and Frame Analysis: In-Depth Analysis of Qualitative Data in Social Movement Research. In D. della Porta (Ed.), *Methodological Practices in Social Movement Research* (pp. 195-227). Oxford University Press.

# ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲԱՅԱՀԱՅՏՈՒՄՆԵՐ

## Մաս 1. Ապատեղեկատվության յուրահատկությունները հայաստանյան մեդիա դիսկուրսում

2018 թ. ապրիլ-մայիսի իրադարձություններից հետո, որոնք ստացան «թավշյա հեղափոխություն» անվանումը, մեդիա դաշտը զգալիորեն փոխակերպվել է: Հարցված գրեթե բոլոր փորձագետները նշում են, որ ապատեղեկատվական հոսքերը կտրուկ աճ են գրանցել: Մեծապես ավելացել է նաև սոցիալական ցանցերում կեղծ օգտատերերի թիվը, որը փորձագետների համոզմամբ արդյունքն է նրա, որ փոփոխվել են սոցիալական մեդիայի պոտենցիալի և դերի հասարակական ընկալումները:

*«Ամենամտահոգիչը նաև այն է, որ թավշյա հեղափոխության ժամանակ մարդիկ հասկացան սոցիալական հարթակների ուժը և հնարավորությունը: Հիմա սա դարձել է ամեն հայաստանցու անբաժանելի մասը»:*

*Յեղիսե Բունիսյան | լրագրող | Ազատություն ռադիոկայան<sup>10</sup>*

Սա, ըստ փորձագետների, հիմնականում պայմանավորված է նաև նրանով, որ մեդիա դաշտը ներկայումս ավելի բազմազան է, քանի որ նվազել է դաշտի նկատմամբ քաղաքական վերահսկողությունը, որն ակնառու էր մինչև 2018-ի շարժումը:

*«Հեղափոխությունից հետո մարդիկ սկսեցին օգտվել այն առիթից, որ կա խոսքի ազատություն, և այդ խոսքի ազատությունը նրանց համար գործիք դարձավ, որ ապատեղեկատվություն տարածեն և որևիցե կերպ հետապնդումների չենթարկվեն: [...] Մինչև հեղափոխությունը մարդիկ շատ ավելի վախենում էին, շատ ավելի զուսպ էին և շատ ավելի մտածված էին անում իրենց արտահայտությունները»:*

*Արուսիկ Մկրտչյան | մեդիա ինֆլուենսեր | «Եղիր Տեղեկացված» հանրային իրազեկման ՀԿ*

Մեդիա բազմազանությունը հանգեցրել է ավելի մեծ ծավալի ինֆորմացիոն բևեռացման, ինչի արդյունքում ավելի հեշտ են տարածվում ապատեղեկատվական քարոզները, քան ոչ ճշգրիտ տեղեկատվության հերքումները:

Փորձագետների կարծիքով, փոփոխվել են նաև ապատեղեկատվություն տարածողների շարժառիթները՝ շահերի դաշտից հիմնականում միտվելով դեպի արժեքների դաշտ:

<sup>10</sup> Չեկոյցում արված բոլոր ուղիղ մեջբերումներում փորձագետների անունները նշվել են նրանց համաձայնությամբ:



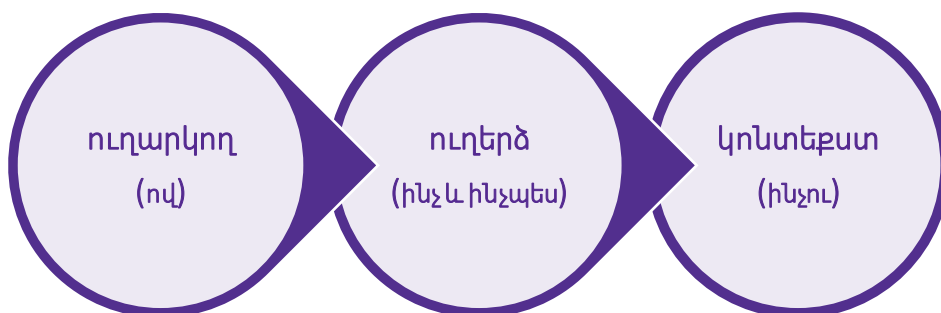
«Մինչև հեղափոխությունը հիմնականում հատուկ շահագրգռվածություն ունեցող մարդիկ էին դրանով զբաղվում, և առավել ակտիվ (պայմանականորեն ասած) ֆեյբերը բոլորը համարյա պրոֆեսիոնալ գործունեությամբ էին զբաղվում վարձատրվելով այդ գործունեության համար: Հեղափոխության ժամանակ և հեղափոխությունից անմիջապես հետո հայտնվեց կամավորների բավականին լուրջ բանակ, որոնք պաշտպանելու համար հեղափոխությունը և նոր իշխանություններին՝ գիտակցված և առանց որևէ կոնկրետ բան ստանալու դիմաց զբաղվում են այդ պաշտպանությամբ: [...] Այդ բանակը փաստորեն ավելի մեծ դարձավ իր քանակությամբ, քան այն վարձված ֆեյբերը: [...] Այսօր այդ կամավոր քարոզիչների դերակատարությունը թեև նվազում է այն պատճառով, որ հակառակ կողմում էլ են հայտնվում կամավորներ, բայց նրանք [ֆեյբերի բանակը] այսօր հիմնական գործոն են»:

Բորիս Նավասարդյան | մեդիայի զարգացման մասնագետ | Երևանի մամուլի ակումբ

Փորձագիտական հարցազրույցների միջոցով հետազոտության շրջանակներում փորձ կատարվեց բացահայտելու, թե որոնք են ապատեղեկատվության յուրահատկությունները և ընդհանրությունները հայաստանյան մեդիա տեքստերում և ինչպես կարելի է տարբերել ապատեղեկատվությունը ճշգրիտ տեղեկատվությունից:

Միավորելով փորձագետների գնահատականները՝ հնարավոր դարձավ ամրագրել, որ ապատեղեկատվության յուրահատկությունները պայմանավորված են մի շարք գործոններով կամ չափանիշներով, որոնք կարելի է պայմանականորեն խմբավորել երեք հիմքով՝ «ո՞վ է ասում», «ի՞նչ և ինչպե՞ս է ասում», «ինչո՞ւ կամ ի՞նչ կոնտեքստում է ասում» (տե՛ս Գծապատկեր 2):

Գծապատկեր 2. Ապատեղեկատվության բացահայտման հիմքերը



Փորձագետների կողմից ամենահաճախ հիշատակվող չափանիշներից մեկը հենց տեղեկատվություն **ուղարկողն** է, այսինքն՝ աղբյուրը կամ սկզբնաղբյուրը: Այստեղ հատկապես շեշտադրվում է աղբյուրի ծանոթ և վստահելի լինելը, ինչպես նաև դրա հեղինակությունը: Ըստ

փորձագետների՝ ապատեղեկատվական քարոզը հիմնականում հանդիպում է այնպիսի հողվածներում, որոնցում նշված չէ հեղինակը, սկզբնաղբյուրը կամ սկզբնաղբյուրի հղումը, և որոնցում հղումը կատարվում է անհայտ և անորոշ աղբյուրների՝ հաճախ «մեր աղբյուրներ» նշումով:

*«Շատ հաճախ աղբյուրը տեսնելով արդեն՝ չեմ էլ բացում նյութը, որովհետև ակնհայտ է, որ պակաս վստահելի է կամ ընդհանրապես վստահելի աղբյուր չէ»:*

*Լիանա Սայադյան | հետաքննող լրագրող | Hetq.am*

Ապատեղեկատվություն ուղարկողներին և տարածողներին նշելիս փորձագետներն առանձնացնում են աղբյուրների մի քանի խմբեր.

1. Նախկին իշխանությունների լրատվամիջոցներ
2. Գաղափարախոսական խմբեր (ծայրահեղ պահպանողական, դաշնակցական)
3. Ռուսաստանյան կայքեր
4. Ֆեյսբուքյան խմբեր և օգտատերեր
5. Սոց.ցանցերում կարծիք ձևավորողներ
6. «Սուևկ» լրատվամիջոցներ<sup>11</sup>
7. «Քլիբբեյթ»-ներ<sup>12</sup>

*«Ընդհանուր առմամբ, իրենց ընդհանուր օրակարգը մեղիա աղմուկ ստեղծելն է, հանրային դիրքորոշումները, հանրային կարծիքներն ու պատկերացումները ապակողմնորոշելն է: Այսինքն՝ ստեղծել մի միջավայր, որտեղ մարդիկ չեն հասկանում, թե ի վերջո ինչ է կատարվում: [...] Իրենց մոտ նաև լավ հաջողվում է մեղիա տիրույթն էլ անկառավարելի դարձնել, և մարդկանց համար հաճախ շատ դժվար է լինում կողմնորոշվել, թե որն է ապատեղեկատվություն, որը՝ ոչ»:*

*Արփի Մանուսյան | մեղիա հետազոտող | Սոցիոսկոպ ՅԿ*

Հայաստանյան լրատվամիջոցներում փորձագետներն առանձնացնում են մի խումբ լրատվականներ, որոնցում նկատել են ապատեղեկատվական հոսքեր: Գծապատկեր 3-ում ձախից աջ դասավորված են փորձագետների կողմից այս առումով հիշատակված լրատվամիջոցները՝ հիշատակումների ընդհանուր հաճախության նվազման կարգով:

<sup>11</sup> Media.am-ը «սուևկ» լրատվամիջոցները սահմանում է հետևյալ կերպ. «...կիսալրատվական, կիսաժամանցային կայքեր, որոնք չեն ստեղծում սեփական բովանդակություն, լի են համատեքստային գովազդով և բազմանում են սևկերի նման» (տե՛ս՝ <https://media.am/hy/verified/2019/02/15/11062/>, հասանելի է 29.08.2020 դրությամբ):

<sup>12</sup> Կայքեր, որոնց գործունեության հիմնական ձևը այցելություններ հավաքելն է, իսկ նպատակը՝ կոմերցիան:

Գծապատկեր 3. Ապատեղեկատվական հոսքեր տարածած լրատվամիջոցները՝ ըստ հարցված փորձագետների



Հաջորդ՝ փորձագետների կողմից կարևոր համարվող գործոնը տեղեկատվությամբ փոխանցվող **ուղերձի** տեքստային ոճը, որակը և բովանդակությունն է: Սա հնարավոր է դիտարկել երկու մակարդակում՝ հոդվածի վերնագրում և բուն տեքստում:

Փորձագետների գնահատմամբ՝ ապատեղեկատվություն պարունակող հոդվածների վերնագրերում հաճախ կարելի է հանդիպել ուղղորդող տարրեր, ինչը հավելյալ հետաքրքրություն է առաջացնում ընթերցողների շրջանում՝ ստիպելով կարդալ լրատվությունը: Որպես ուղղորդման օրինակներ առանձնացվում են երեք տեսակի՝ հարցականներ պարունակող, սենսացիոն բնույթի և հոդվածի կոնտեքստը չարտահայտող վերնագրերը:

««Հրատապ», «բացառիկ», «շուտ՝ քանի չեն ջնջել»... նման վերնագրերով նյութերը երբ բացում են, հասկանում են, որ ներսում կա՛մ ինֆորմացիան կիսատ է, կա՛մ չի համապատասխանում իրականությանը»:

Անի Գրիգորյան | փաստերի ստուգման մասնագետ | Fip.am

Ապատեղեկատվություն պարունակող հոդվածների բուն տեքստերը փորձագետների կողմից բնորոշվում են հետևյալ առանձնահատկություններից առնվազն մեկի առկայությամբ.

- Լրագրողական պրոֆեսիոնալիզմի, գրագիտության և էթիկայի խախտումներ
- Տեքստի ոչ միատիպ ոճ (մի քանի ոճերի կիրառում)
- Իռացիոնալ, հուզական, ինտուիտիվ գունավորումներ
- Սուբյեկտիվ բնորոշումներ, ածականներ, վերաբերականներ, երանգավորումներ
- Բացականչական նշաններ
- Ուշադրություն գրավող պատկերներ

Ապատեղեկատվական ուղերձների բացահայտման մեջ փորձագետների գնահատմամբ կարևոր է նաև այն ազդեցությունը և տպավորությունը, որը ուղերձը միտումնավոր կամ ոչ միտումնավոր կերպով թողնում է լսարանի վրա: Վերը նշված տեխնիկաների կիրառմամբ, ըստ էության, տեղի է ունենում լսարանի տպավորությունների և էմոցիաների ուղղորդում և կառավարում, ինչը մեծացնում է ապատեղեկատվական ուղերձի հնարավոր ազդեցությունը տեղեկատվություն ստացողի մոտ:

«Երբ որ լրագրողը ինձ ուզում է ինչ-որ բան համոզել, օգտագործվում են ինչ-որ ավելորդ կամ շատ խորացված հատկանիշներ [...], ակնհայտ երևում է, որ երանգավորվում է. դա նշանակում է, որ ինձ փորձում են ուղղորդել, առաջացնել տպավորություն»:

Սամվել Մարտիրոսյան | մեդիա վերլուծաբան | ArmSec հիմնադրամ

Երրորդ կարևոր չափանիշը, որ փորձագետների դիտարկումներից հնարավոր է ձևակերպել, ուղարկվող տեղեկատվության **կոնտեքստավորումն** է: Այս գործոնը հատկապես էական նշանակություն ունի այն տեսանկյունից, որ ընդգծում է այն համատեքստը և նպատակները, որոնց լույսի ներքո փոխանցվում է որոշակի տեղեկատվություն՝ բովանդակային կոնկրետ շեշտադրումներով:

Ըստ այդմ, փորձագետներն առանձնացնում են ապատեղեկատվական ուղերձների հասցեավորման նպատակների կամ կոնտեքստների երեք խումբ (տե՛ս Գծապատկեր 4):

Գծապատկեր 4. Ապատեղեկատվական ուղերձների նպատակները և համատեքստերը



Լրատվական լուսաբանումներում ապատեղեկատվական քարոզով զուգորդված, վերջին շրջանում ամենաակտուալ թեմաները ներառում են կորոնավիրուսը, Արցախյան հիմնահարցը և գենդերային հիմնախնդիրները (Լանսարոտեի կոնվենցիա, Ստամբուլյան կոնվենցիա, ԼԳԲՏ հիմնահարցեր և այլն):

Այս կոնտեքստում, փորձագետների շրջանում առավել հազվադեպ, բայց հիշատակվում են նաև մի շարք այլ թեմաներ՝ ներառելով Հայաստան-Ռուսաստան հարաբերությունները, ներկայիս իշխանությունների «սորոսականությունը», կոռուպցիան, միգրացիան և եկեղեցին:

Չաշվի առնելով փորձագիտական հարցազրույցներից ստացված արդյունքները՝ փորձ է արվել քանակապես չափելու ամենակտուրալ թեմաների լուսաբանման յուրահատկությունները առավել շատ հիշատակված հայաստանյան առցանց լրատվականներում: Լրատվական հոդվածների ուսումնասիրության տվյալները հանգեցրին արժեքավոր հետազոտական բացահայտումների, որոնք ներկայացված են զեկույցի հաջորդ ենթաբաժնում:

## Մաս 2. Կորոնավիրուսի, Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմաների ֆրեյմավորումը հայաստանյան առցանց մեդիայում

Վերլուծության այս բաժինը հիմնված է 2020 թ. հուլիս ամսվա ընթացքում հավաքագրված տվյալների վրա, որոնք ստացվել են նշված լրատվականներում տվյալ թեմաների շուրջ կատարված հրապարակումների համակարգված ուսումնասիրությունից (տե՛ս «Յետազոտության ընտրանքը» ենթաբաժինը): Տվյալները մեկնաբանելու համար կիրառվել է ֆրեյմերի վերլուծության մեթոդաբանությունը՝ փորձելով դուրս բերել ուսումնասիրված թեմաների ֆրեյմավորման առանձնահատկությունները:

Ֆրեյմավորումը ինֆորմացիայի ընտրովի փոխանցում<sup>13</sup> է, որում տեղեկատվություն ուղարկողը ուղերձը փոխանցում է այնպես և այնպիսի ձևակերպմամբ, որ ընդգծի որոշակի խնդիր կամ դրա կոնկրետ կողմ՝ այդպիսով ինֆորմացիան ստացողին ուղղորդելով, թե վերջինս ինչին ուշադրություն դարձնի և ինչն ինչպես հասկանա: Ըստ Էոլթյան, այն, թե ինչ կերպ են ֆրեյմավորվում տարբեր իրադարձություններ և երևույթներ, ի վերջո ձևավորում է այն, թե ինչպես են մարդիկ ընկալում իրականությունը:

Այս առումով ֆրեյմերի վերլուծության մեթոդաբանությունը թույլ է տալիս դուրս բերել, թե ինչպես են կառուցակցվում սոցիալական իրականության<sup>14</sup> այս կամ այն ասպեկտները: Հիմնվելով փորձագիտական գնահատականների վրա՝ այս ենթաբաժնում ներկայացվում է News.am, Tert.am և 168.am լրատվականներում կորոնավիրուսի, Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմաների լուսաբանման ֆրեյմերի վերլուծությունը: Այն ներառում է կողավորման սխեմայի այն կատեգորիաների վերլուծությունը, որոնք պարունակել են հետազոտական տեսանկյունից հետաքրքիր տվյալներ:

### ԿՈՐՈՆԱՎԻՐՈՒՍԻ ԹԵՄԱՅԻ ՖՐԵՅՄԱՎՈՐՈՒՄԸ

#### *Լրատվական հոդվածների քանակական բնութագիր*

Կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակումների ընդհանուր քանակը ուսումնասիրված լրատվականներում կազմել է 23595 (տե՛ս Աղյուսակ 4):

<sup>13</sup> Entman R. (1993 ) Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4): p. 55

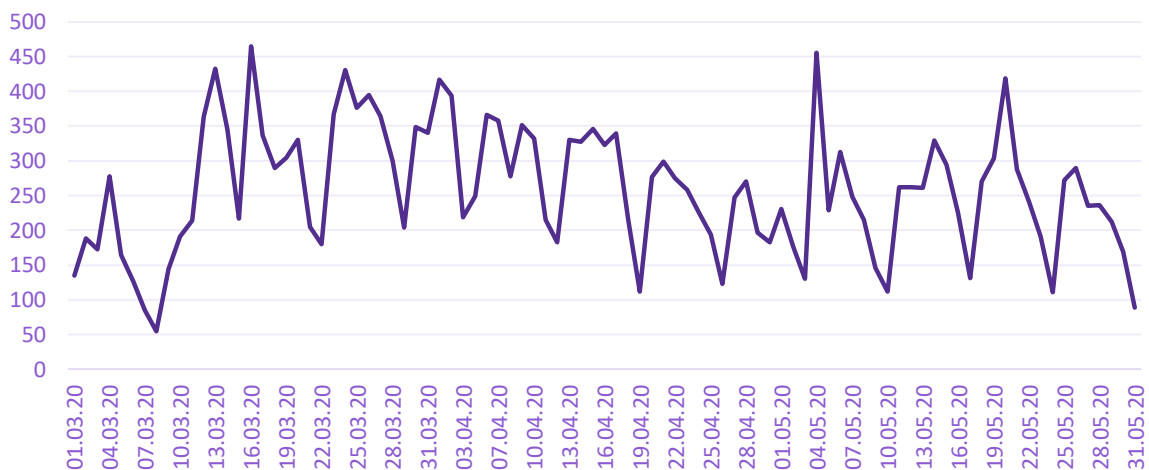
<sup>14</sup> Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality. New York: Freeman.

Աղյուսակ 4. Կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակումների թիվը

Մեդիա	Հրապարակումների քանակ	Ժամանակահատված
<b>news.am</b>	11545	01.03.2020 – 31.05.2020
<b>tert.am</b>	6556	
<b>168.am</b>	5494	
<b>Ընդհանուր</b>	23595	

Թեմատիկ հրապարակումների բաշխումն ընտրված ժամանակամիջոցում ներկայացված է Գրաֆիկ 1-ում:

Գրաֆիկ 1. Կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակումների թիվը թիրախային ժամանակահատվածում



Ուսումնասիրված հրապարակումներից թեմատիկ ուղերձ պարունակվել է միայն դրանց 7.4%-ում՝ 1814-ում (տե՛ս Աղյուսակ 5):

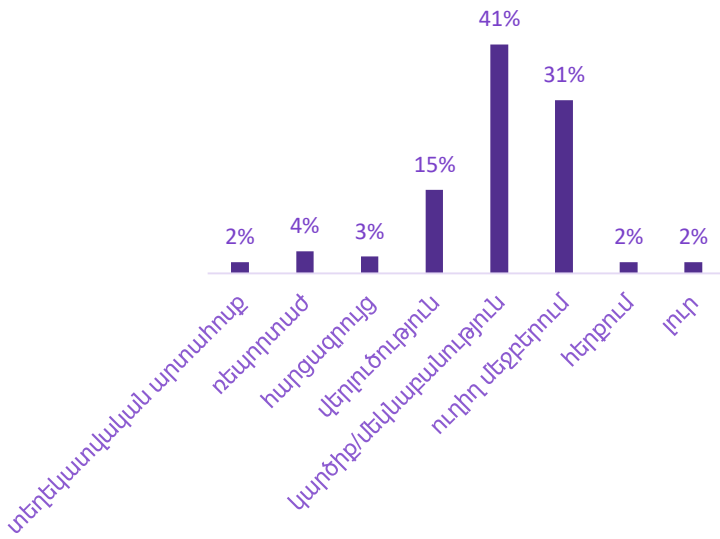
Աղյուսակ 5. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածների թիվը

<b>Հրապարակումների քանակ</b>	23595
<b>Թեմատիկ ուղերձով հոդվածներ</b>	1814

Ուսումնասիրված հոդվածների գերակշիռ մասը (տե՛ս Գրաֆիկ 2)՝ 41%-ը հիմնված է եղել որևէ երրորդ անձի կարծիքի կամ մեկնաբանության վրա կամ իրենից ամբողջությամբ ներկայացրել է երրորդ անձի խոսքի ուղիղ մեջբերում (31%): Կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակված լրատվական հոդվածների միայն 15%-ն է պարունակել լրագրողի կամ լրատվամիջոցի կողմից վերլուծություն<sup>15</sup>:

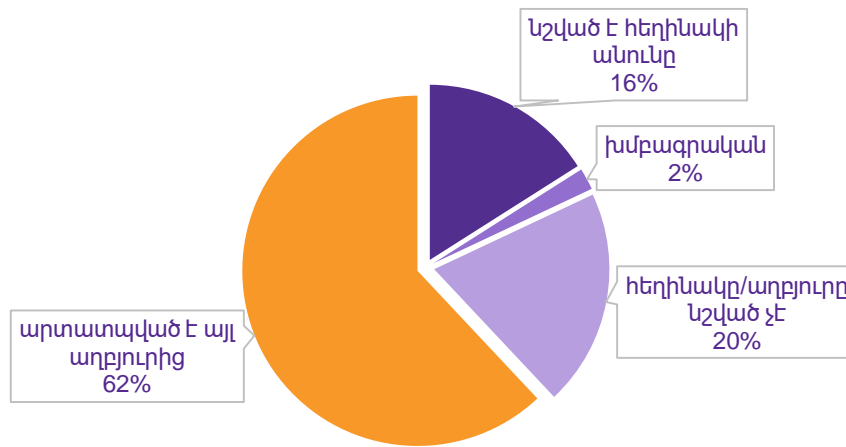
<sup>15</sup> Հետազոտության շրջանակներում սահմանվել է (տե՛ս Հավելված 2, 7-րդ կետ) լրատվական հոդվածների յոթ տեսակ:

Գրաֆիկ 2. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների տեսակները (N=1814)



Չատկանշական է, որ կորոնավիրուսի վերաբերյալ հրապարակումների ճնշող մեծամասնությունը՝ 62%-ը, ուսումնասիրվող լրատվամիջոցներում արտատպվել է այլ աղբյուրից, իսկ հոդվածների 20%-ում հեղինակը կամ աղբյուրը նշված չի եղել (տե՛ս Գրաֆիկ 3):

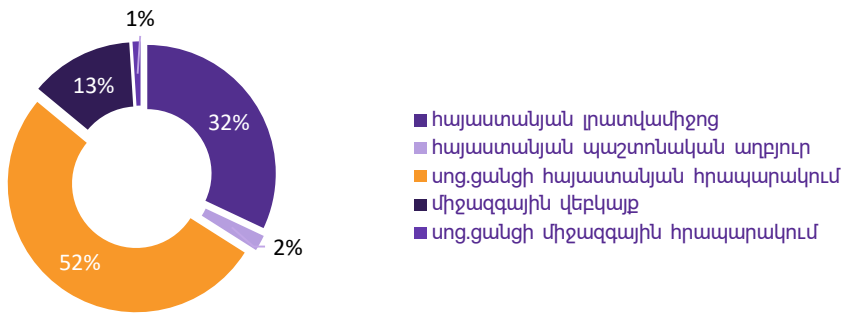
Գրաֆիկ 3. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների հեղինակային բնութագիրը (N=1814)



Այլ աղբյուրներից արտատպված հոդվածների սկզբնաղբյուրների կեսից ավելին (52%-ը) սոցիալական ցանցերի հայաստանյան հրապարակումներն են (տե՛ս Գրաֆիկ 4): Ակնհայտ է, որ սոցիալական ցանցերը ուսումնասիրված լրատվամիջոցների համար ոչ միայն ծառայում են որպես տեղեկատվության տարածման հարթակներ, այլև որպես լրատվության հիմնական աղբյուր: Սա ևս մեկ անգամ ամրապնդում է հարցված փորձագետների գնահատականներն այն մասին, որ սոցիալական ցանցերը լրատվամիջոցների համար առանցքային տեղեկատվական նշանակություն են ձեռք բերել:



Գրաֆիկ 4. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների սկզբնաղբյուրը (N=1113)



«Շատ չֆիլտրված ինֆորմացիա, տեղեկատվական աղբ տարածվում է սոցիալական մեդիայով՝ հիմնականում Ֆեյսբուքով, որովհետև Ֆեյսբուքն է այսօր Հայաստանի համար մեկ սոցիալական ցանցը [...]: Հիմնականում այդ երկուսն են՝ լրատվամիջոցներ և սոցիալական ցանցեր»:

Վահե Սարուխանյան | փաստերի ստուգման մասնագետ | Hetq.am

Ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ կորոնավիրուսի թեմայով հրապարակումների կեսից ավելին քաղաքական ուղերձներ են պարունակում (տե՛ս Աղյուսակ 6): Մնացած հոդվածներում հիմնականում հանդիպում են դավադրապաշտական ուղերձներ<sup>16</sup>:

Հոդվածները, որոնց հիմնական ուղերձն այն է, որ վիրուսն իրականում գոյություն ունի և փոխանցվել է կենդանիներից մարդուն, պարունակվում է միայն հոդվածների 1%-ում. սա, իհարկե, անպայմանորեն չի նշանակում, որ մյուս բոլոր հոդվածները հակառակն են պնդում:

Մինևույն ժամանակ, կարևոր է նկատել, որ ուսումնասիրված լրատվականներում կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձներն ամեն դեպքում ուղղված էլ չեն հայաստանյան հասարակությունում լայնորեն տարածված դավադրությունների տեսությունները չեզոքացնելուն:

<sup>16</sup> Հազվադեպ կրկնվող կամ առհասարակ չկրկնվող ուղերձներ պարունակող հոդվածները խմբավորվել են թեզերի «Այլ» կոդի ներքո:

Աղյուսակ 6. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածներում թեզերի հիշատակումները (N=2193<sup>17</sup>)

		համամասնություն	քանակ
1	Իշխանությունն ապիկար է վիրուսի դեմ պայքարում	42%	916
2	Իշխանությունը վերահսկում է համաճարակային իրավիճակը	9%	194
3	Իշխանությունն օգտագործում է վիրուսի առկայությունը սեփական շահերի համար	6%	128
4	Վիրուսի տարածման համար քաղաքացիներն են մեղավոր/պատասխանատու	5%	102
5	Հայաստանը գնում է դեպի բռնապետություն	4%	93
6	Իշխանությունը թաքցնում է վարակակիրների իրական թվերը	3%	71
7	Հայտնաբերվել է հակավիրուսային էֆեկտիվ միջոց	3%	64
8	Վիրուսի դեմ պետք է պայքարել համախմբվելով	3%	62
9	Իրականում գոյություն ունի և փոխանցվել է կենդանիներից մարդուն	1%	32
10	Վիրուսը բնակչությունը վերահսկելու գործիք է	1%	30
11	Ստեղծվել է աշխարհի մեծ ուժերի քաղաքական մրցակցության արդյունքում	1%	24
12	Իրականում գոյություն չունի կամ սովորական գրիպից չի տարբերվում	1%	22
13	Ստեղծվել է կոնկրետ մարդկանց կամ խմբերի բիզնես շահերի նպատակով	0.4%	8
14	Թեստերը վարակում են վիրուսով	0.05%	1
	այլ	20%	446

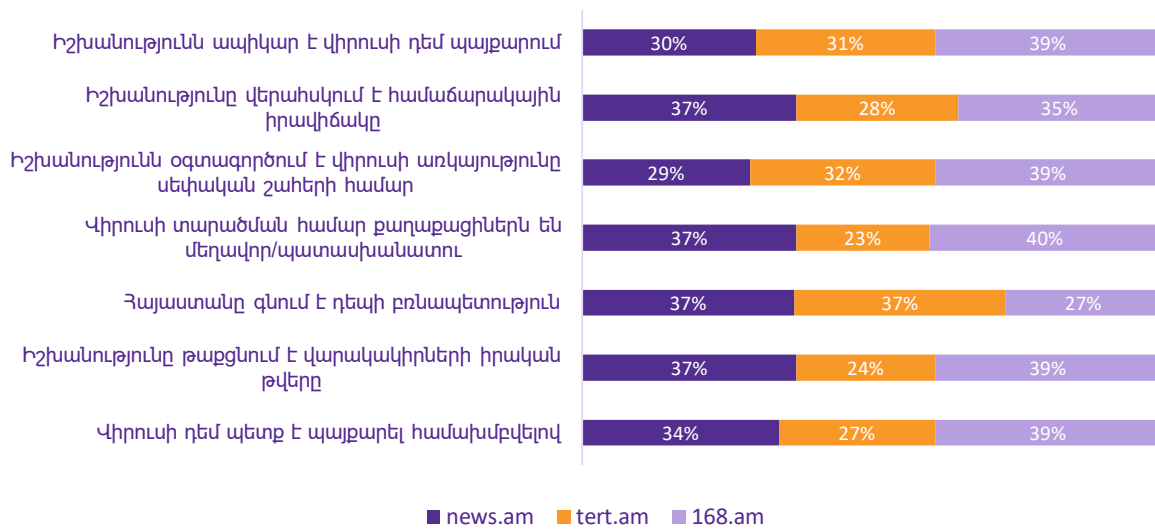
#### Կորոնավիրուսի քաղաքական ֆրեյմավորումը

Կորոնավիրուսի թեմայով լուսաբանումներում քաղաքական ֆրեյմավորումն իրականացվել է Աղյուսակ 6-ում նշված 1-6-րդ և 8-րդ թեզերի միջոցով: Այս թեզերում ակնհայտ քաղաքական ուղերձներ են պարունակվում: Դրանց գերակշիռ մասը (42%) այս կամ այն ձևակերպմամբ փոխանցում է այն ուղերձը, որ իշխանությունն ապիկար է վիրուսի դեմ պայքարում:

Այդ թեզերի հիշատակման հաճախականությունը ուսումնասիրված լրատվականներում ներկայացված է Գրաֆիկ 5-ում:

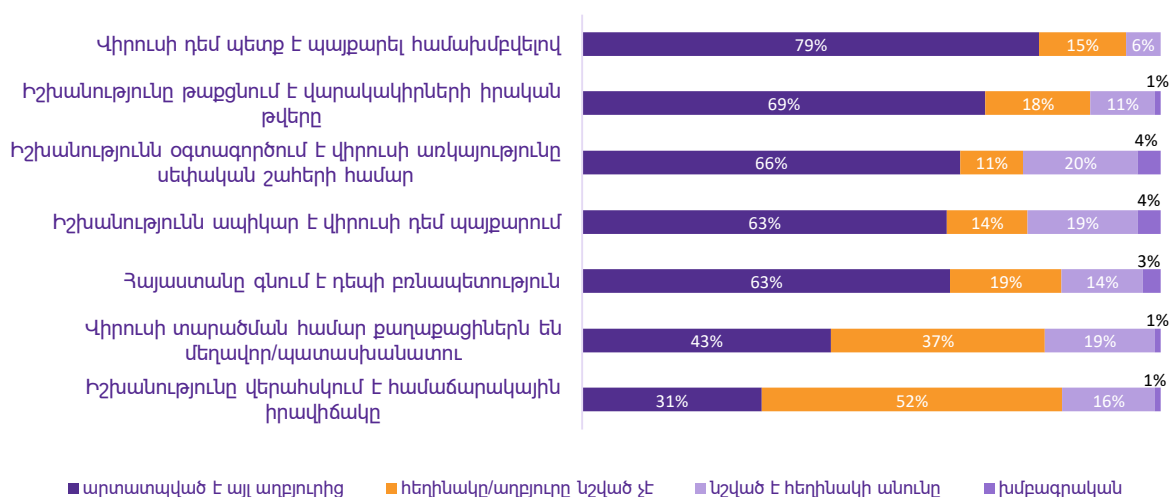
<sup>17</sup> Կենտրոնական թեզ 1 և Կենտրոնական թեզ 2 դաշտերի տվյալները միավորվել են:

Գրաֆիկ 5. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=1814)



Ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ քաղաքական ֆրեյմվորում փոխանցող հոդվածների մեծ մասը արտատպված է այլ աղբյուրներից (տե՛ս Գրաֆիկ 6): Բացառություն են կազմում ըստ եռույթյան իշխանության տեսանկյունը ներկայացնող «Վիրուսի տարածման համար քաղաքացիներն են մեղավոր» և «Իշխանությունը վերահսկում է համաճարակային իրավիճակը» թեզերը, որոնցում ավելի մեծ տոկոս են կազմում այն հոդվածները, որոնց հեղինակը կամ աղբյուրը չի նշվում:

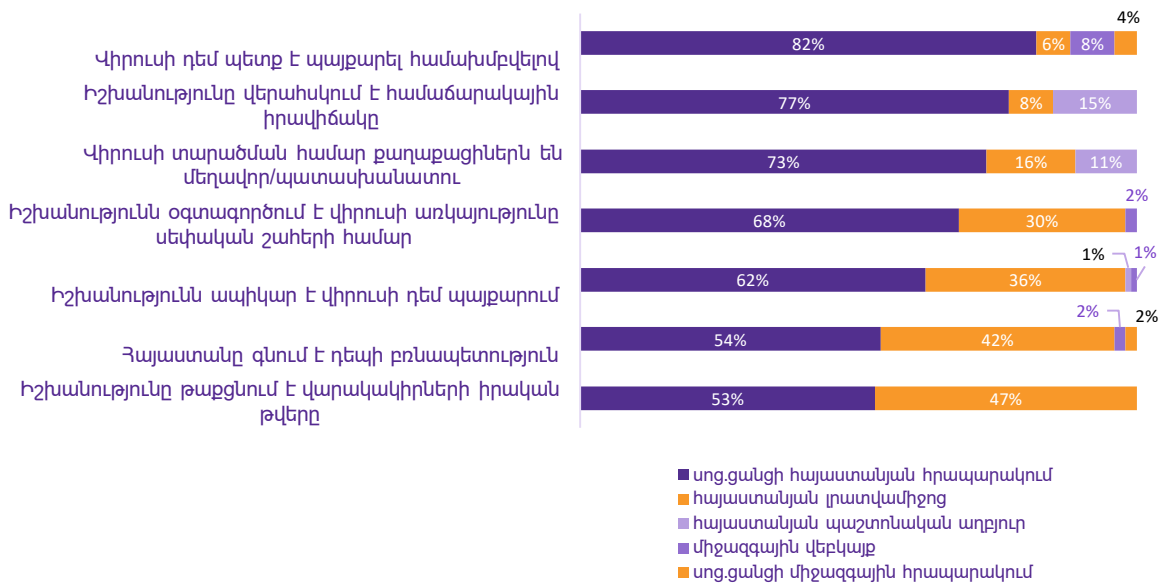
Գրաֆիկ 6. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=1814)



Հոդվածները, որոնք արտատպվել են այլ աղբյուրներից, որպես սկզբնաղբյուր հղում են կատարում հիմնականում սոց.ցանցի հայաստանյան հրապարակումներին կամ հայաստանյան լրատվամիջոցներին (տե՛ս Գրաֆիկ 7): Այս տեսանկյունից, տվյալ լրատվականներից ստացված քանակական տվյալները չեն հաստատում փորձագետների շրջանում տարածված այն տեսակետը, որ հայաստանյան ներքին դիսկուրսում քաղաքական ուղեբեկները ներմուծվում են «դրսից»: Այս

դեպքում կարելի է պնդել, որ կորոնավիրուսի քաղաքական ֆրեյմվորդումն առաջանում է հենց հայաստանյան ներքին մեդիա դիսկուրսում:

Գրաֆիկ 7. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=1113)

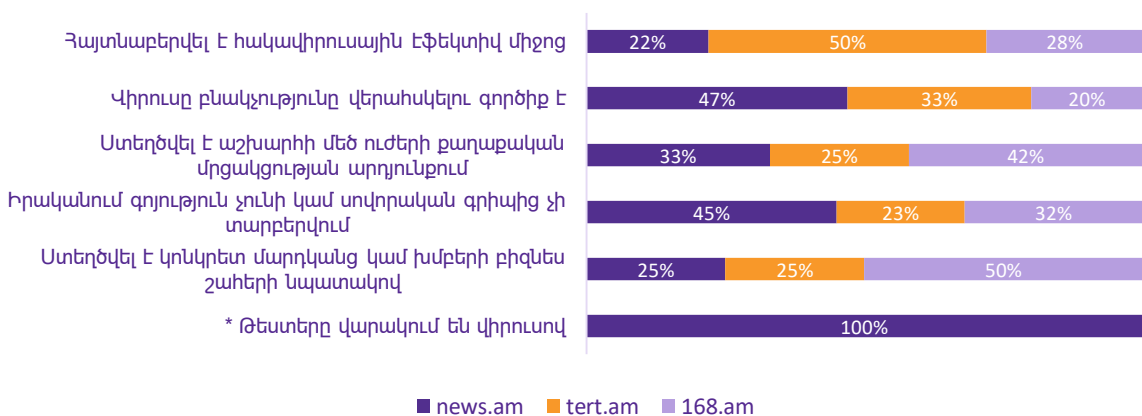


*Կորոնավիրուսի դավադրապաշտական ֆրեյմվորդումը*

Կորոնավիրուսի թեմայով լուսաբանումներում դավադրապաշտական ֆրեյմվորդումն իրականացվել է Աղյուսակ 6-ում ներկայացված 7-րդ և 10-14-րդ թեզերի միջոցով:

Թեզերի համամասնությունը՝ ըստ լրատվականների, ներկայացված է Գրաֆիկ 8-ում:

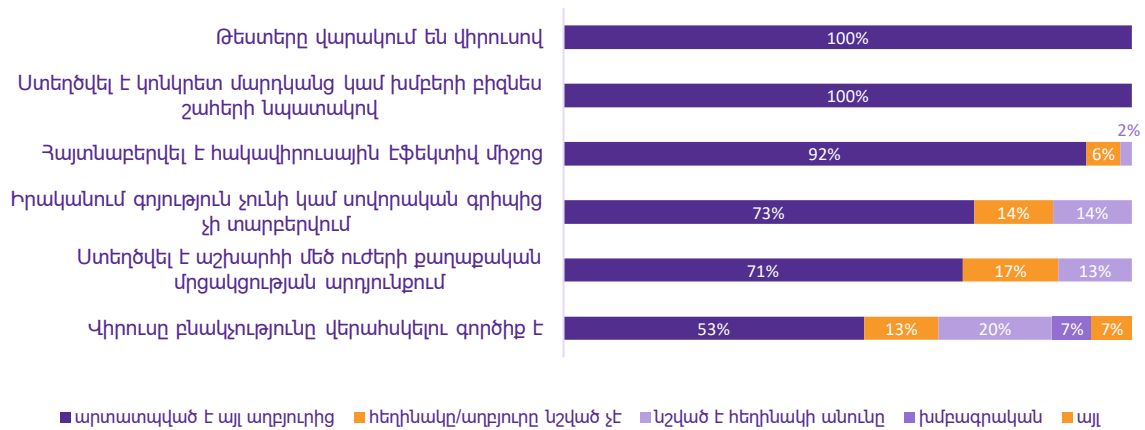
Գրաֆիկ 8. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=1814)



\* «Թեստերը վարակում են վիրուսով» թեզը հանդիպել է միայն մեկ հոդվածում՝ հրապարակված news.am լրատվականի կողմից:

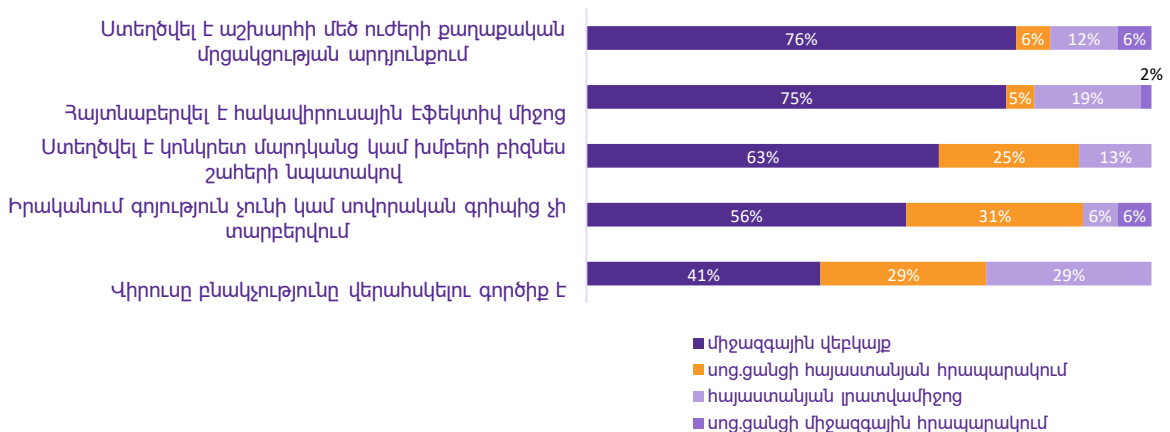
Դավադրապաշտական ֆրեյմվորդումը ևս ակնհայտորեն հիմնվում է այլ աղբյուրներից արտատպված հոդվածների վրա (տե՛ս Գրաֆիկ 9):

Գրաֆիկ 9. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=1814)



Ընդ որում՝ եթե կորոնավիրուսի թեմայի քաղաքական ֆրեյմվորումը մեծամասամբ պայմանավորված է ներքին մեդիա դիսկուրսով, ապա դավադրության տեսություններն ուսումնասիրված լրատվականներ մուտք են գործում և տարածվում են հիմնականում այլերկրյա մեդիա դիսկուրսներից (տե՛ս Գրաֆիկ 10):

Գրաֆիկ 10. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=1113)



Ընդ որում՝ դավադրապաշտական ուղերձներում ակնհայտորեն գերակշռում են ռուսական ծագման սկզբնաղբյուրները: Այս առումով, ուսումնասիրված կոնկրետ լրատվականների օրինակով հաստատվում է փորձագետների այն տեսակետը, որ ապատեղեկատվությունը հայաստանյան մեդիա ներթափանցում է հատկապես ռուսական աղբյուրներից:

«Հիմնականում ռուսաստանյան, բայց նաև ամերիկյան մամուլն է հազվադեպ ներգրավվում: Վճարովի ներդրումներն են ապատեղեկատվության, որոնք հետո բերվում են հայաստանյան շուկա, այսինքն՝ տեղադրվում են ռուսաստանյան կայքերում կամ Տելեգրամ ալիքներում և հետո բերվում են ներս»:

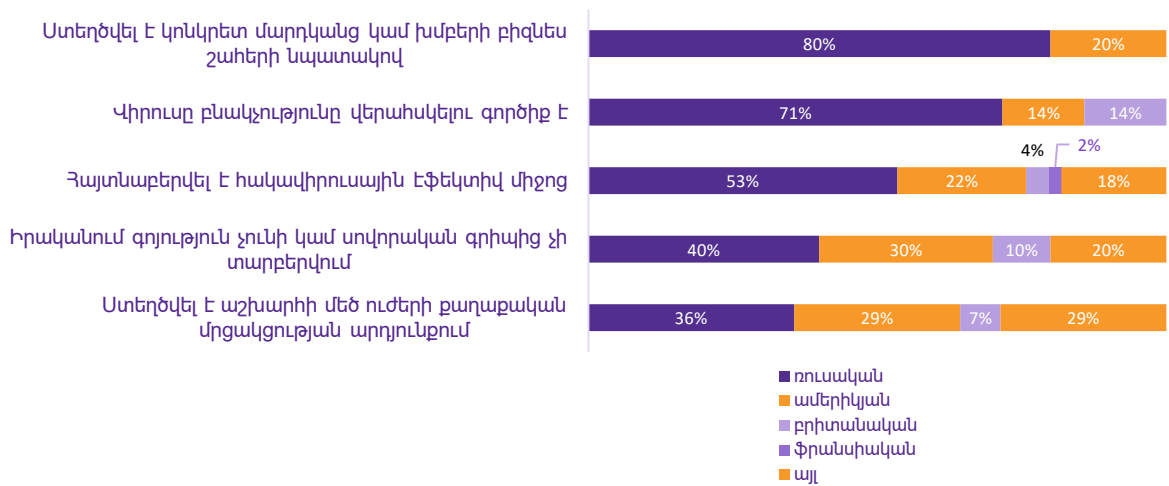
Սամվել Մարտիրոսյան | մեդիա վերլուծաբան | ArmSec հիմնադրամ

«Ճգնաժամի պայմաններում ամենաաբսուրդ բանն է մարդկանց առողջության հետ խաղալ, ինչ-որ բաներ տարածել [...] 5G-ի, Բիլլ Գեյթսի մասին ու նմանատիպ ապատեղեկատվություն [...] , որ եթե բացում ես, տեսնում ես, որ ամբողջը ինչ-որ ռուսական, ռուսալեզու վիդեոներից մեջբերումներ են»:

Տաթև Յովհաննիսյան | հետաքննող լրագրող | OpenDemocracy.net

Գրաֆիկ 11-ը հուշում է, որ քիչ չեն նաև ամերիկյան, իսկ որոշ դեպքերում նաև՝ բրիտանական ծագման աղբյուրներից տարածվող դավադրության տեսությունները:

Գրաֆիկ 11. Կորոնավիրուսի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի ծագման (N=115)



## ՂԱՐԱԲԱՂՅԱՆ ՀԻՄՆԱՀԱՐՑԻ ԹԵՄԱՅԻ ՖՐԵՅՄԱՎՈՐՈՒՄԸ

### Լրատվական հոդվածների քանակական բնութագիր

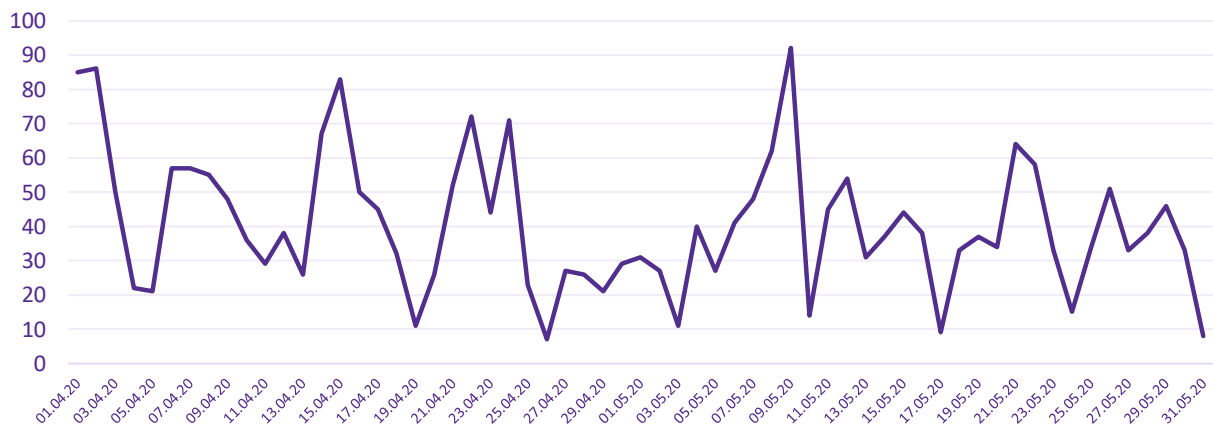
Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակումների ընդհանուր քանակը նշված ուսումնասիրված լրատվականներում կազմել է 2464 (տե՛ս Աղյուսակ 7):

Աղյուսակ 7. Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակումների թիվը

Մեդիա	Հրապարակումների քանակ	Ժամանակահատված
<b>news.am</b>	1322	01.04.2020 – 31.05.2020
<b>tert.am</b>	271	
<b>168.am</b>	871	
<b>Ընդհանուր</b>	2464	

Թեմատիկ հրապարակումների բաշխումն ընտրված ժամանակամիջոցում ներկայացված է Գրաֆիկ 12-ում:

Գրաֆիկ 12. Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակումների թիվը թիրախային ժամանակահատվածում



Ուսումնասիրված հրապարակումներից թեմատիկ ուղերձ պարունակվել է միայն դրանց 9.3%-ում՝ 229-ում (տե՛ս Աղյուսակ 8):

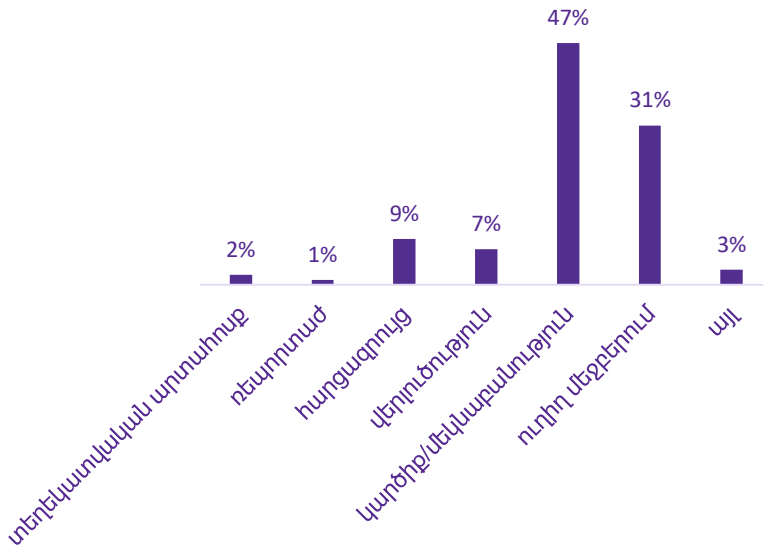
Աղյուսակ 8. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածների թիվը

<b>Հրապարակումների քանակ</b>	2464
<b>Թեմատիկ ուղերձով հոդվածներ</b>	229

Ուսումնասիրված հոդվածների (տե՛ս Գրաֆիկ 13) գերակշիռ մասը՝ 47%-ը, հիմնված է եղել որևէ երրորդ անձի կարծիքի կամ մեկնաբանության վրա կամ իրենից ամբողջությամբ եղել է երրորդ անձի խոսքի ուղիղ մեջբերում (31%): Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակված

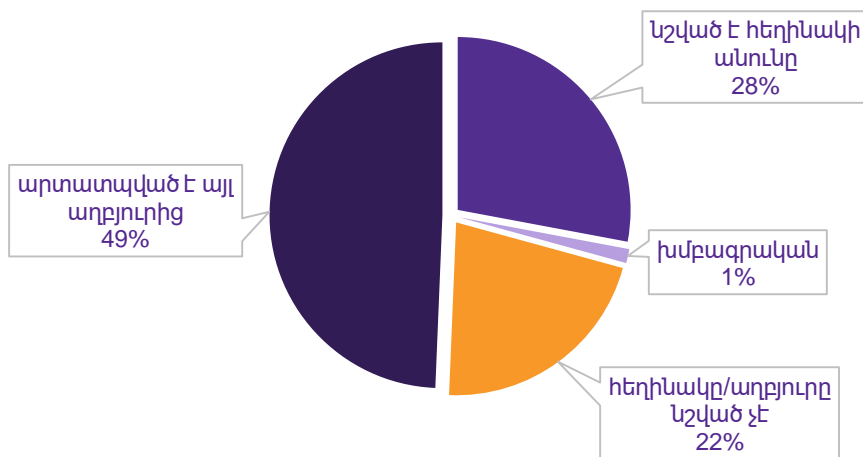
լրատվական հոդվածների միայն 7%-ն է պարունակել լրագրողի կամ լրատվամիջոցի կողմից վերլուծություն:

Գրաֆիկ 13. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների տեսակները (N=229)



Հատկանշական է, որ Ղարաբաղյան հիմնահարցին առնչվող հրապարակումների գերակշիռ մասը ևս (49%), ինչպես կորոնավիրուսի լուսաբանման դեպքում, ուսումնասիրված լրատվամիջոցներում արտատպվել է այլ աղբյուրից, իսկ հոդվածների 22%-ում հեղինակը կամ աղբյուրը նշված չի եղել (տե՛ս Գրաֆիկ 14):

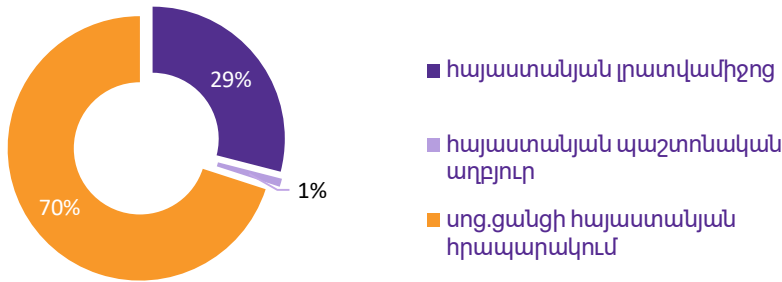
Գրաֆիկ 14. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների հեղինակային բնութագիրը (N=229)



Այլ աղբյուրներից արտատպված հոդվածների սկզբնաղբյուրների ճշող մեծամասնությունը (70%-ը) սոցիալական ցանցերի հայաստանյան հրապարակումներն են: Կրկին պետք է նշել, որ ինչպես կորոնավիրուսի լուսաբանման դեպքում, Ղարաբաղյան հիմնահարցի լուսաբանումը այս լրատվականներում մեծապես հիմնված է սոցիալական ցանցերի բովանդակության վրա (տե՛ս Գրաֆիկ 15):



Պրաֆիկ 15. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների սկզբնաղբյուրը (N=113)



Ուսումնասիրության արդյունքներից պարզ է դառնում, որ Ղարաբաղյան հիմնահարցը գրեթե կիսով չափ քաղաքական կոնկրետ ուղերձներով է ֆրեյմվորվում: Հոդվածների մեծ մասը բացասական լույսի ներքո է մատուցում Ղարաբաղյան հիմնահարցի կարգավորման հետ կապված՝ իշխանության վարած գործընթացները<sup>18</sup>:

Մասնավորապես՝ ամենահաճախ հանդիպող թեզն այն է, որ իշխանությունը խեղճացած արտաքին քաղաքականություն է վարում Ղարաբաղյան կոնֆլիկտի համատեքստում (տե՛ս Աղյուսակ 9): Հանդիպում են նաև բանակցության ընթացքի թափանցիկությունը դատափետող և հողեր հանձնելու մասին ուղերձներ:

Աղյուսակ 9. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածներում թեզերի հիշատակումները (N=239<sup>19</sup>)

	համամասնություն	քանակ
1 իշխանությունը խեղճացած արտաքին քաղաքականություն է վարում	35%	83
2 իշխանությունը թաքցնում է բանակցությունների ընթացքի վերաբերյալ տեղեկությունները	13%	32
3 իշխանությունը հողեր է հանձնում	6%	15
4 Արցախի իշխանությունները Հայաստանից են ղեկավարվում	4%	10
5 Ազգային հերոսներին չեզոքացնում են/դատում են՝ Արցախի հարցի հակահայկական լուծման նպատակով	4%	10
6 իշխանությունը Սորոսի դավադիր պլանն է իրագործում	3%	8
7 Դասալիքների իշխանությունը չի կարող բանակցել Արցախի հարցում	0.4%	1
այլ	34%	80

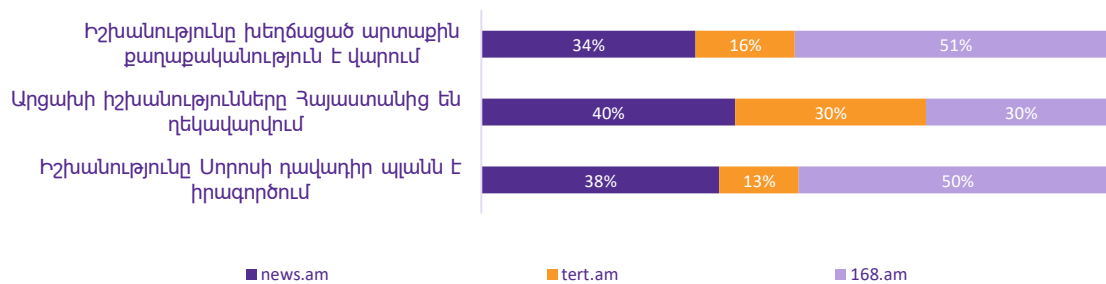
<sup>18</sup> Հազվադեպ կրկնվող կամ առհասարակ չկրկնվող ուղերձներ պարունակող հոդվածները խմբավորվել են թեզերի «Այլ» կոդի ներքո:

<sup>19</sup> Կենտրոնական թեզ 1 և Կենտրոնական թեզ 2 դաշտերի տվյալները միավորվել են:

## Ղարաբաղյան հիմնահարցի քաղաքական ֆրեյմավորումը

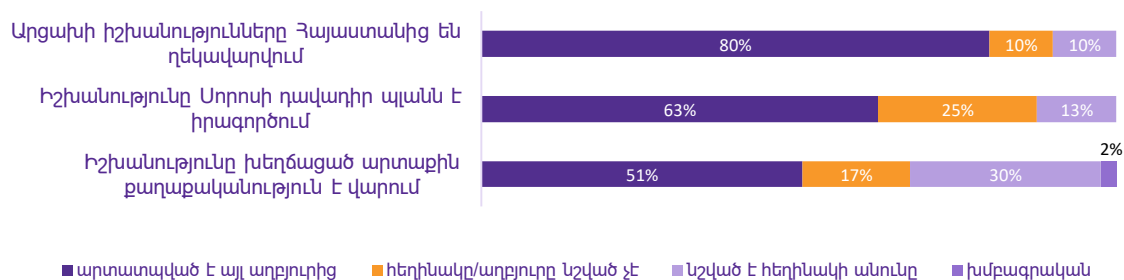
Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով լուսաբանումներում քաղաքական ֆրեյմավորումն իրականացվել է Առյուսակ 9-ում՝ Նշված 1-ին, 4-րդ և 6-րդ թեզերի միջոցով: Թեզերի համամասնությունը՝ ըստ լրատվականների, ներկայացված է Գրաֆիկ 16-ում:

Գրաֆիկ 16. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=101)



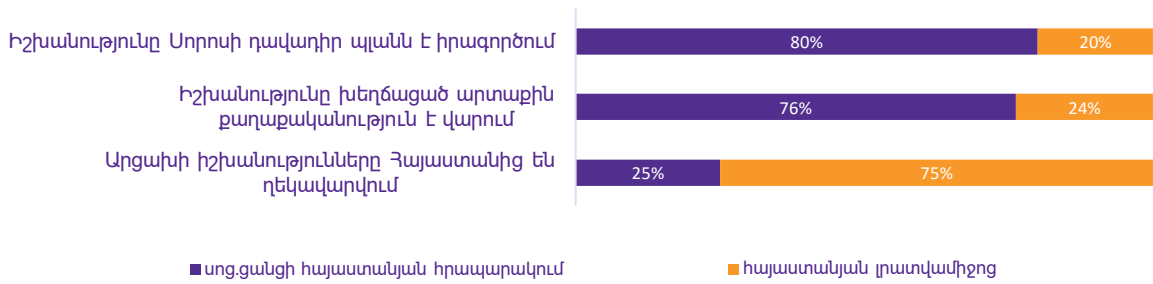
Կրկին կարելի է նկատել, որ քաղաքական թեզերի շրջանառման հիմքում մեծամասամբ արտատպված հոդվածներն են (տե՛ս Գրաֆիկ 17): Իշխանության՝ Սորոսի դավադիր պլանն իրագործելու վերաբերյալ ուղերձը ևս մեծամասամբ (88%) կա՛մ արտատպված, կա՛մ անհեղինակ հոդվածներում է հանդիպում:

Գրաֆիկ 17. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=101)



Ընդ որում՝ այստեղ արտատպված հոդվածները բացառապես ներքին դիսկուրսի արտադրանքն են: Դրանք տարածվում են սոց.ցանցի հայաստանյան հրապարակումներից կամ հայաստանյան լրատվամիջոցներից (տե՛ս Գրաֆիկ 18): Հիմնականում սոց.ցանցերից է տարածվում նաև «սորոսականության» վերաբերյալ դավադրապաշտական ուղերձը:

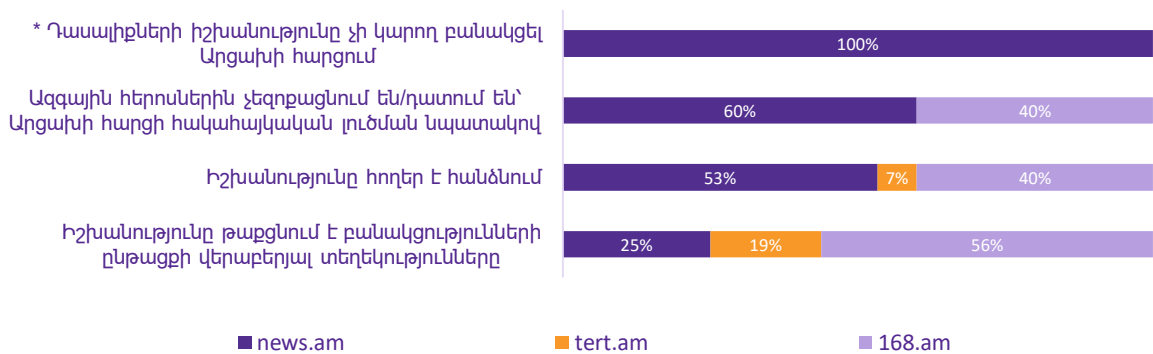
Գրաֆիկ 18. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=39)



Ղարաբաղյան հիմնահարցի կարգավորման ֆրեյմավորումը

Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով լուսաբանումներում կոնֆլիկտի կարգավորման ֆրեյմավորումն իրականացվել է Աղյուսակ 9-ում նշված 2-3-րդ, 5-րդ և 7-րդ թեզերի միջոցով: Թեզերի համամասնությունը՝ ըստ լրատվականների, ներկայացված է Գրաֆիկ 19-ում:

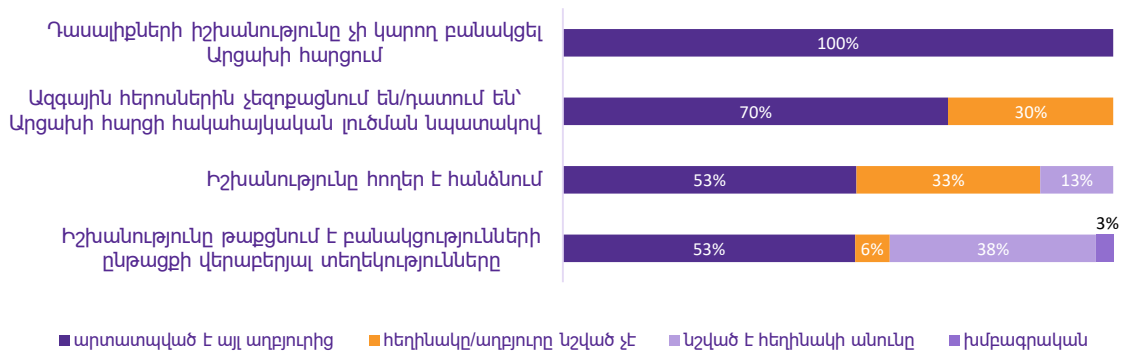
Գրաֆիկ 19. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=58)



\* «Ղասալիքների իշխանությունը չի կարող բանակցել Արցախի հարցում» թեզը հիշատակվել է միայն մեկ անգամ՝ news.am կայքի կողմից:

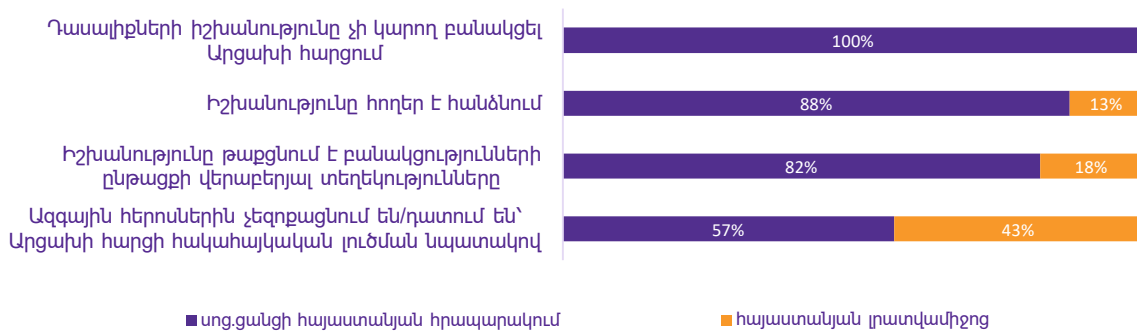
Գրաֆիկ 20-ից պարզ է դառնում, որ կոնֆլիկտի կարգավորումը ֆրեյմավորող հոդվածների մեծ մասը ևս արտատպված է: Հեղինակային հոդվածները վիճակագրորեն նշանակալի (38%) տոկոս են կազմում միայն «Իշխանությունը թաքցնում է բանակցությունների ընթացքի վերաբերյալ տեղեկությունները» թեզի դեպքում:

Գրաֆիկ 20. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հողվածի հեղինակային բնութագրի (N=58)



Արտատպված հողվածներն այս դեպքում ևս մեծամասամբ հայաստանյան ներքին մեդիա դիսկուրսի արդյունք են, սակայն դրանցում կրկին գերակշռում է սոցիալական ցանցերում կատարված հրապարակումներից վերցված բովանդակությունը (տե՛ս Գրաֆիկ 21):

Գրաֆիկ 21. Ղարաբաղյան հիմնահարցի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հողվածի սկզբնաղբյուրի (N=33)



## ԼԱՆՍԱՐՈՏԵԻ ԿՈՆՎԵՆՏԻԱՅԻ ԹԵՄԱՅԻ ՖՐԵՅՄԱՎՈՐՈՒՄԸ

### Լրատվական հողվածների քանակական բնութագիր

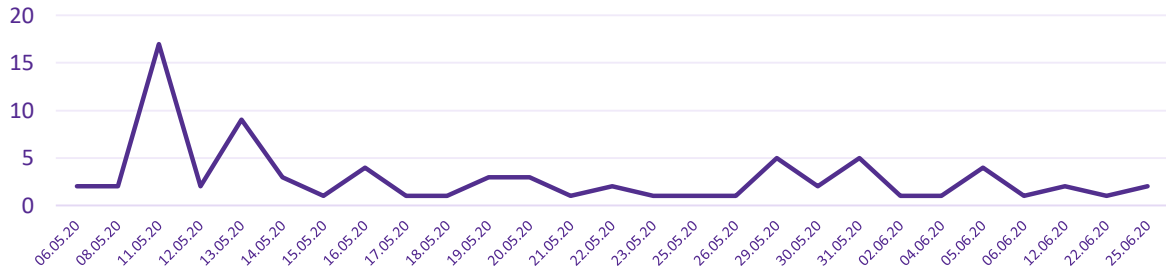
Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայով հրապարակումների ընդհանուր քանակը ուսումնասիրված լրատվականներում կազմել է 78 (տե՛ս Աղյուսակ 10):

Աղյուսակ 10. Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայով հրապարակումների թիվը

Մեդիա	Հրապարակումների քանակ	Ժամանակահատված
news.am	36	01.05.2020 – 30.06.2020
tert.am	10	
168.am	32	
Ընդհանուր	78	

Թեմատիկ հրապարակումների բաշխումն ընտրված ժամանակամիջոցում ներկայացված է Գրաֆիկ 22-ում:

Գրաֆիկ 22. Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայով հրապարակումների թիվը թիրախային ժամանակահատվածում



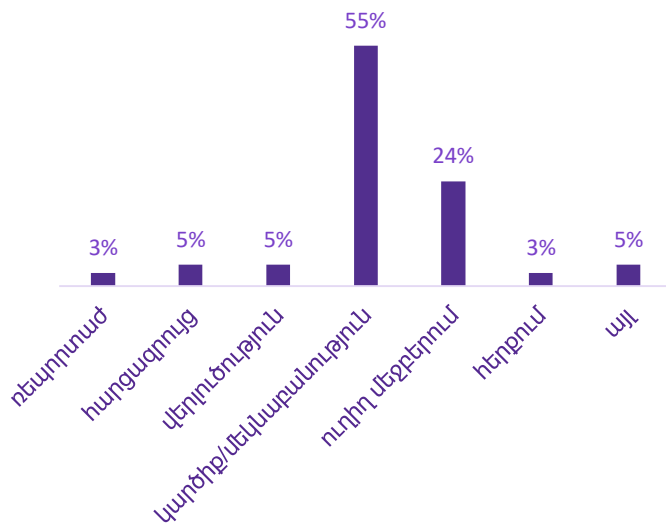
Ուսումնասիրված հրապարակումներից թեմատիկ ուղերձ պարունակվել է միայն դրանց 48.7%-ում՝ 38-ում (տե՛ս Աղյուսակ 11):

Աղյուսակ 11. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեմատիկ ուղերձ պարունակող հոդվածների թիվը

<b>Հրապարակումների քանակ</b>	78
<b>Թեմատիկ ուղերձով հոդվածներ</b>	38

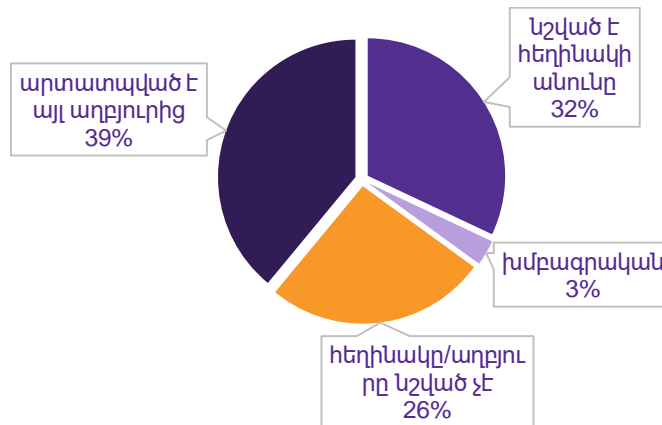
Ուսումնասիրված հոդվածների (տե՛ս Գրաֆիկ 23) գերակշիռ մասը՝ 55%-ը, հիմնված է եղել որևէ երրորդ անձի կարծիքի կամ մեկնաբանության վրա կամ իրենից ամբողջությամբ ներկայացրել է երրորդ անձի խոսքի ուղիղ մեջբերում (24%): Ղարաբաղյան հիմնահարցի թեմայով հրապարակված լրատվական հոդվածների միայն 5%-ն է պարունակել լրագրողի կամ լրատվամիջոցի կողմից վերլուծություն:

Գրաֆիկ 23. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների տեսակները (N=38)

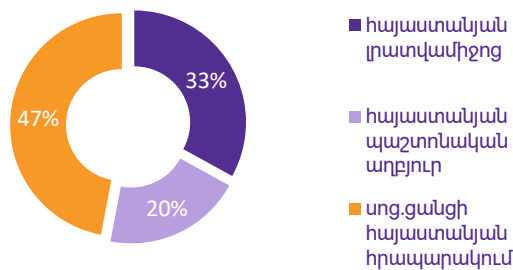


Լանսարոտեի կոնվենցիային առնչվող հրապարակումների գերակշիռ մասը նույնպես (39%), ինչպես կորոնավիրուսի և Ղարաբաղյան հիմնահարցի լուսաբանման դեպքում, ուսումնասիրված լրատվամիջոցներում արտատպվել է այլ աղբյուրից, իսկ հոդվածների 26%-ում հեղինակը կամ աղբյուրը նշված չի եղել: Ի տարբերություն Նախորդ երկու թեմաների, այս դեպքում հոդվածների 1/3-ը՝ 32%-ը, հեղինակային է եղել (տե՛ս Գրաֆիկ 24):

Գրաֆիկ 24. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների հեղինակային բնութագիրը (N=38)



Գրաֆիկ 25. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածների սկզբնաղբյուրը (N=15)



Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեմայով հրապարակումների գրեթե կեսը քաղաքական ուղերձներ են պարունակում (տե՛ս Աղյուսակ 12): Հոդվածների 30%-ի հիմնական ուղերձն այն է, որ կոնվենցիան երեխաներին սեռականորեն այլասերում է<sup>20</sup>:

<sup>20</sup> Հազվադեպ կրկնվող կամ առհասարակ չկրկնվող ուղերձներ պարունակող հոդվածները խմբավորվել են թեզերի «Այլ» կոդի ներքո:

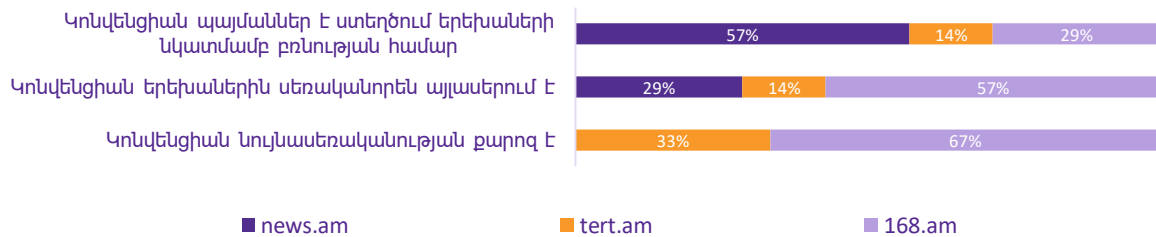
Աղյուսակ 12. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ ուղերձ պարունակող հոդվածներում թեզերի հիշատակումները (N=47<sup>21</sup>)

		համամասնություն	քանակ
1	Կոնվենցիան երեխաներին սեռականորեն այլասերում է	30%	14
2	Կոնվենցիան պաշտպանում է երեխաներին սեռական բռնությունից	23%	11
3	Կոնվենցիան պայմաններ է ստեղծում երեխաների նկատմամբ բռնության համար	15%	7
4	Կոնվենցիան նույնասեռականության քարոզ է	6%	3
	այլ	26%	12

*Լանսարոտեի կոնվենցիայի սեռական ֆրեյմավորումը*

Լանսարոտեի կոնվենցիայի սեռական ֆրեյմավորումն իրականացվել է Աղյուսակ 12-ում նշված 1-ին, 3-րդ և 4-րդ թեզերի միջոցով: Թեզերի համամասնությունը՝ ըստ լրատվականների, ներկայացված է Գրաֆիկ 26-ում: Սեռական ֆրեյմավորման հիմքում կոնվենցիայի՝ երեխաներին բռնության ենթարկելու, այլասերելու և նրանցում նույնասեռականություն քարոզելու վերաբերյալ ուղերձներն են:

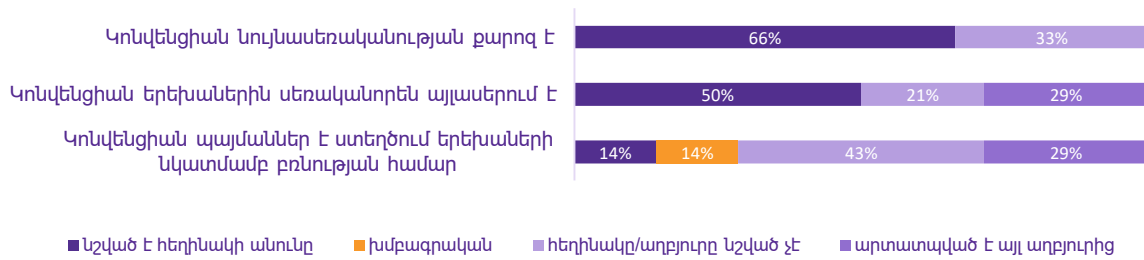
Գրաֆիկ 26. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ լրատվականների (N=34)



Չետաբերական է, որ ի տարբերություն կորոնավիրուսի և Ղարաբաղյան հիմնահարցի լուսաբանման, Լանսարոտեի կոնվենցիայի լուսաբանման դեպքում գերակշռում են հեղինակային հոդվածները (տե՛ս Գրաֆիկ 27): Երեխաների նկատմամբ բռնության պայմաններ ստեղծելու մասին ուղերձի հիշատակումները մեծամասամբ հեղինակի կամ աղբյուրի անուն չպարունակող հոդվածներում են հանդիպում:

<sup>21</sup> Կենտրոնական թեզ 1 և Կենտրոնական թեզ 2 դաշտերի տվյալները միավորվել են:

Գրաֆիկ 27. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ հոդվածի հեղինակային բնութագրի (N=34)



Այս թեմայով արտատպված հոդվածները՝ թվով 6-ը, դարձյալ որպես սկզբնաղբյուր նշում են սոց.ցանցի հայաստանյան հրապարակումներ կամ որևէ այլ հայաստանյան լրատվամիջոցի՝ մասամբ հուշելով, որ այս ֆրեյմավորումը ևս ներքին դիսկուրսիվ նարատիվներին է բնորոշ (տե՛ս Գրաֆիկ 28):

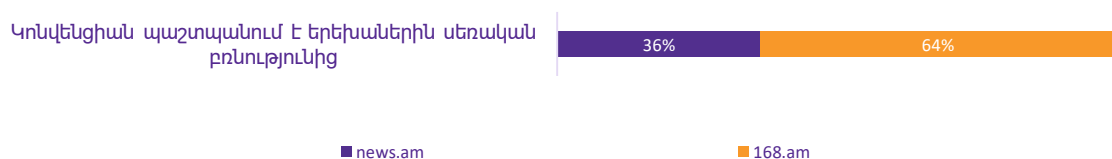
Գրաֆիկ 28. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզերը՝ ըստ արտատպված հոդվածի սկզբնաղբյուրի (N=6)



*Լանսարոտեի կոնվենցիայի փաստափեմ Ֆրեյմավորումը*

Կոնվենցիայի վերաբերյալ լուսաբանումների 23%-ում կոնվենցիայի վերաբերյալ ստուգված փաստափեմ Ֆրեյմավորում է առկա՝ Ադյուսակ 12-ում նշված 2-րդ թեզի միջոցով: Այս հրապարակումների հիմնական ուղերձն այն է, որ կոնվենցիան միտված է պաշտպանելու երեխաներին սեռական բռնությունից: Թեզի հիշատակումների համամասնությունը՝ ըստ լրատվականների, ներկայացված է Գրաֆիկ 29-ում: Սեռական ֆրեյմավորման հիմքում կոնվենցիայի՝ երեխաներին բռնության ենթարկելու, այլասերելու և նրանցում նույնասեռականությունն քարոզելու վերաբերյալ ուղերձներն են:

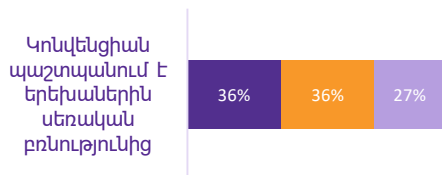
Գրաֆիկ 29. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզը՝ ըստ լրատվականների (N=11)





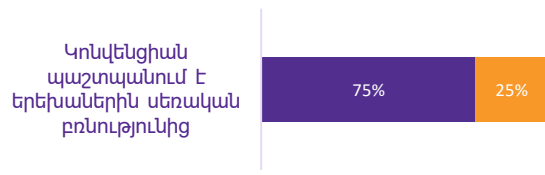
Այս դեպքում, հողվածների հեղինակային բնութագիրը գրեթե հավասարապես բաշխված է արտատպված, անհեղինակ և հեղինակային ենթատեսակների միջև (տե՛ս Գրաֆիկ 30), և ինչպես երևում է գրաֆիկ 31-ից, այս ուղերձը ևս ներքին մեդիա դիսկուրսի արտադրանք է:

Գրաֆիկ 30. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզը՝ ըստ հողվածի հեղինակային բնութագրի (N=11)



- արտատպված է այլ աղբյուրից
- նշված է հեղինակի անունը
- հեղինակը/աղբյուրը նշված չէ

Գրաֆիկ 31. Լանսարոտեի կոնվենցիայի վերաբերյալ թեզը՝ ըստ արտատպված հողվածի սկզբնաղբյուրի (N=4)



- հայաստանյան պաշտոնական աղբյուր
- սոց.ցանցի հայաստանյան հրապարակում

## ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Ամփոփելով հետազոտության արդյունքները՝ կարելի է գալ մի քանի եզրահանգումների:

1. Հիմնվելով փորձագետների գնահատականների վրա՝ հնարավոր է ամրագրել, որ «թավշյա հեղափոխությունից» հետո ապատեղեկատվության հոսքերը զգալիորեն ավելացել են հայաստանյան առցանց մեդիայում:
2. Ապատեղեկատվության հիմնական օրինաչափությունները բացահայտելու համար կիրառելի է փորձագետների գնահատականների հիման վրա մշակված սխեման, որը ներառում է երեք հիմք՝ տեղեկատվություն ուղարկող, տեղեկատվության ուղերձ և հաղորդակցության կոնտեքստ:
3. Ուսումնասիրված լրատվամիջոցներում ընտրված ժամանակամիջոցում ընտրված թեմաների շուրջ հրապարակված լրատվական հոդվածների մեծ մասը հեղինակային չեն և արտատպված են սոցիալական ցանցերի կամ հայաստանյան այլ լրատվամիջոցների հրապարակումներից և ներկայացնում են երրորդ անձանց կարծիքներ և մեկնաբանություններ:
4. Հետազոտության քանակական տվյալների համաձայն՝ ուսումնասիրված լրատվամիջոցներն ավելի շատ բովանդակություն տարածում են, քան՝ իրենք ստեղծում:
5. Կորոնավիրուսի թեմայի քաղաքական ֆրեյմավորումը տվյալ լրատվականներում ներհայաստանյան մեդիա դիսկուրսի արդյունք է և չի ներթափանցում այլերկրյա ծագման աղբյուրներից:
6. Կորոնավիրուսի թեմայի դավադրապաշտական ֆրեյմավորումը մեծամասամբ ռուսաստանյան ծագման կայքերից է ներթափանցում հայաստանյան մեդիա դաշտ:
7. Ղարաբաղյան հիմնահարցի լուսաբանումների մեծ մասում իշխանության վարած արտաքին քաղաքականությունը ֆրեյմավորվում է որպես «խեղճացած»:
8. Լանսարոտեի կոնվենցիայի թեման մեծամասամբ ֆրեյմավորում է կոնվենցիան որպես երեխաներին սեռականորեն այլասերող:
9. Ղարաբաղյան հիմնահարցի և Լանսարոտեի կոնվենցիայի ֆրեյմավորումները ուսումնասիրված լրատվամիջոցներում հայաստանյան մեդիա նարատիվների մաս են, և դրանց սկզբնաղբյուրներն այլերկրյա ծագման չեն:

# ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1. ՓՈՐՁԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑՆԵՐԻ ՀԱՐՑԱՇԱՐ

Մեղիա նախաձեռնությունների կենտրոնն իրականացնում է «Ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում» թեմայով հետազոտությունը:  
Հետազոտությունը նպատակ է հետապնդում վեր հանել ապատեղեկատվության տարածման օրինաչափությունները հայաստանյան առցանց մեդիայում:

Ձեր փորձագիտական գնահատականները մեզ կօգնեն վեր հանել ապատեղեկատվության տարածման ընդհանուր օրինաչափությունները, բացահայտել հայաստանյան մեդիայում դրանց տարածման հիմնական սկզբնաղբյուրները, ինչպես նաև նույնականացնել մեղիա դիսկուրսում շրջանառվող ամենակտուրալ ապատեղեկատվական հոսքերն ու թեմաները և այն լրատվական կայքերը, որոնցով այդ ապատեղեկատվությունը փոխանցվում է:

Հարցազրույցը<sup>22</sup> կտևի մոտ մեկ ժամ և Ձեր թույլտվությամբ կձայնագրվի, հետագայում սղագրվելու և Ձեր կողմից հնչած կարևոր մտքերը բաց չթողնելու նպատակով:

Եթե հարցեր չունեք, սկսենք:

1. Խնդրում եմ մի փոքր ներկայացրեք մեղիա դաշտի հետ Ձեր առնչությունը և դրա շրջանակներում կուտակված փորձը: Որքա՞ն ժամանակ է, որ զբաղվում եք մեդիային վերաբերող խնդիրներով:
2. Որևէ նոր ինֆորմացիայի հանդիպելիս ինչպե՞ս եք հասկանում դա ապատեղեկատվություն է, թե ոչ:
3. Ովքե՞ր են ապատեղեկատվություն տարածողները: Որտեղի՞ց և ինչպե՞ս է առաջանում ապատեղեկատվությունը:
4. Ինչպե՞ս են տարածվում և ի՞նչ նպատակ են հետապնդում ապատեղեկատվական հոսքերը: Ձեր փորձառության շրջանակներում ի՞նչ օրինաչափություններ եք նկատել այդ հարցում:
5. «Թավշյա հեղափոխությունից» հետո և առաջ ինչպե՞ս է փոխվել Հայաստանյան մեղիա դաշտը՝ ապատեղեկատվության շրջանառման առումով:
6. Որո՞նք են Հայաստանյան մեդիայում տարածվող ապատեղեկատվության հիմնական սկզբնաղբյուրները և այն տարածող հիմնական լրատվամիջոցները: Կնշե՞ք մի քանիսը:
7. Ձեր դիտարկմամբ որո՞նք են հայաստանյան մեղիա դիսկուրսում վերջերս շրջանառվող ամենակտուրալ ապատեղեկատվական հոսքերը և թեմաները: Ո՞ր լրատվականներով են դրանք հիմնականում փոխանցվում: Ո՞ր ամիսներին էին դրանք հատկապես ակտիվորեն շրջանառվում:
8. Հարցի հատկապես ի՞նչ ասպեկտներ է անհրաժեշտ հաշվի առնել նմանատիպ ուսումնասիրություններում:
9. Ոլորտի փորձագետներից ու՞մ հետ խորհուրդ կտաք զրուցել: *[նշել ենթախմբերից յուրաքանչյուրից մեկ անուն]*
10. Ունե՞ք որևէ հավելյալ միտք, որով կուզենայիք կիսվել:

Շնորհակալություն:

<sup>22</sup> Հարցազրույցում ներառված հարցերը, դրանց ձևակերպումները և հաջորդականությունը պայմանական են՝ կախված հարցազրույցի ընթացքից և փորձագետի մասնագիտական յուրահատկություններից:

## ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2. ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐԻ ԿՈՂՎՎՈՐՄԱՆ ՍԽԵՄԱ

### ՖԻԼՏՐՈՒՄ

1. Մուտքագրողի կողմ
2. Մեղիայի կողմ
3. Ամսաթիվ
4. Հոդվածի անվանում
5. Հոդվածում թեմատիկ ուղերձ
  1. Առկա է  
Թեմատիկ ուղերձ առկա է բոլոր այն հոդվածներում, որոնց կենտրոնական թեզերը վերաբերում են հետազոտության թեմաներին:
  2. Առկա չէ (ԿՈՂՎՎՈՐՈՒՄՆ ԱՎԱՐՏՎՈՒՄ Է)  
Թեմատիկ ուղերձ առկա չէ բոլոր այն հոդվածներում, որոնցում.
    - կենտրոնական թեզերը վերաբերում են այլ հարցերի, գրառման 70%-ն ու ավելին նվիրված է որևէ այլ հարցի լուսաբանման, սակայն նյութում հանդիպում է որոնվող բանալի բառը (օրինակ՝ այլ հարցի կապակցությամբ կատարված է հղում «Արցախ» բառին՝ առանց թեմատիկ մեկնաբանությունների),
    - լուսաբանումը մեծամասամբ չի վերաբերում հայաստանյան կոնտեքստին,
    - Նշված է միայն «չոր» լրատվություն՝ առանց որևէ հավելյալ ուղերձի,
    - առկա է տեսանյութ և առկա չէ ուղեկցող տեքստ կամ ուղեկցող տեքստում չկա թեմատիկ ուղերձ,
    - բովանդակությունը գրված չէ հայերենով:
6. Հոդվածի ֆեյսբուքյան վարկանիշ (RumorsMonitoring-ի տվյալներով)

### ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ԿՈՂՎՎՈՐՈՒՄ

7. Հոդվածի տեսակ
  1. Տեղեկատվական արտահոսք /անանուն աղբյուրից տարածված ոչ հավաստի տեղեկատվություն/  
Տեղեկատվական նյութ, որը պատասխանում է իրադարձության վերաբերյալ ո՞վ, որտե՞ղ, ե՞րբ և ինչպե՞ս հարցերին:
  2. Ռեպորտաժ  
Հարցազրույցը հարց ու պատասխանի ձևով ներկայացվող նյութն է:
  3. Վերլուծություն  
Վերլուծություն են համարվում բոլոր այն հոդվածները, որոնք պարունակում են կայքի լրագրողի կամ կայքի փորձագետի անալիտիկ ուսումնասիրություն, այն է՝ փաստերի համադրման միջոցով ընդհանրացումներ կամ կանխատեսումներ պարունակող նյութեր:
  4. Կարծիք/մեկնաբանություն  
Կարծիք/մեկնաբանություն են փորձագետների կամ երրորդ անձանց մեկնաբանություններ պարունակող նյութերը, այդ թվում՝ քաղաքական, հասարակական գործչի այս կամ այն իրադարձության կապակցությամբ մեկնաբանությունները, փորձագիտական ասուլիս-ֆենարկումները:

6. Լրագրողական հետաքննություն /փաստեր, ապացույցներ/  
Լրագրողական հետաքննություն են համարվում այն նյութերը, որոնցում փաստերի, ապացույցների վերհանման և բացահայտման միջոցով ներկայացված են պատճառահետևանքային կապեր պարունակող եզրահանգումներ կամ դրանց ակնարկում:
  7. Ուղիղ մեջբերում  
Ուղիղ մեջբերում են համարվում այն նյութերը, որոնցում այլ հարթակից (օրինակ՝ սոցիալական ցանցերից) նույնությամբ վերատպված է որևէ հրապարակում՝ առանց հավելյալ մեկնաբանությունների:
  8. Հերքում  
Հերքում են համարվում այն նյութերը, որոնց հիմնական ուղերձը նախկինում կատարված որևէ հրապարակման մեջ պարունակվող տեղեկատվության հերքումն է:
  9. Լուր  
Հետազոտության շրջանակներում կարևոր են միայն այն լուրերը, որոնց վերնագրում պարունակվում է ուղերձ: Մյուս բոլոր դեպքերում հոդվածը պետք է կոդավորել նախորդ տեսակներից մեկում:
  10. Այլ
- 8. Հերքման մասին նշում**
1. Առկա է /եթե բացի հերքում տեսակի նյութից, այլ տեսակի հոդվածի որևէ մասում (այդ թվում՝ վերնագրում) պարունակվում է հերքման մասին որևէ նշում/
  2. Առկա չէ /եթե բացի հերքում տեսակի նյութից, այլ տեսակի հոդվածի որևէ մասում չի պարունակվում հերքման մասին որևէ նշում այն դեպքում, երբ հոդվածում առկա է հրապարակայնորեն հերքված տեղեկատվություն/
  3. Կիրառելի չէ /նշվում է այն դեպքերում, երբ (1) հոդվածը հերքում տեսակի է, և (2) երբ հոդվածը չի պարունակում հրապարակայնորեն հերքված տեղեկատվություն/
- 9. Հոդվածի հեղինակային բնութագիր**
1. Նշված է հեղինակ/ներ/ի անունը
  2. խմբագրական/ԱՆՏՆԵԼ 14/
  3. հեղինակը/աղբյուրը նշված չէ /ԱՆՏՆԵԼ 14/
  4. արտատպված է այլ աղբյուրից /ԱՆՏՆԵԼ 11/
  5. Այլ
- 10. Հոդվածի հեղինակ(ներ)**
- 11. Սկզբնաղբյուր**
1. Հայաստանյան լրատվամիջոց /ԱՆՏՆԵԼ 13/
  2. Հայաստանյան պաշտոնական աղբյուր /ԱՆՏՆԵԼ 13/
  3. Սոց.ցանցի հայաստանյան հրապարակում /ԱՆՏՆԵԼ 13/
  4. Միջազգային վեբկայք
  5. Սոց.ցանցի միջազգային հրապարակում
- 12. Սկզբնաղբյուրի ծագում**
1. ռուսական
  2. ամերիկյան
  3. բրիտանական
  4. ֆրանսիական
  5. այլ
- 13. Սկզբնաղբյուրի հղում /գրանցել սկզբնաղբյուրի հղումը, նշել 0 եթե հղում առկա չէ/**

## ՆԿԱՐԱԳՐԱԿԱՆ ԿՈՂՎՈՐՈՒՄ

### 14. Պատկերի առկայություն

1. այո
2. ոչ

### 15. Վերնագրի բնույթ

1. Սենսացիոն բնույթի է
2. Չի արտահայտում նյութի կոնտեքստը
3. Հարցի տեսքով է ձևակերպված
4. Առկա են նշվածներից մի քանիսը
5. Առկա չէ նշվածներից ոչ մեկը
6. Այլ

## ԲՈՎԱՆԴԱԿԱՅԻՆ ԿՈՂՎՈՐՈՒՄ

### 16. Կենտրոնական թեզ 1 (կորոնավիրուս)

1. Իրականում գոյություն չունի կամ սովորական գրիպից չի տարբերվում
2. Ստեղծվել է աշխարհի մեծ ուժերի քաղաքական մրցակցության արդյունքում
3. Իրականում գոյություն ունի և փոխանցվել է կենդանիներից մարդուն
4. Վիրուսը բնակչությունը վերահսկելու գործիք է
5. Ստեղծվել է կոնկրետ մարդկանց կամ խմբերի բիզնես շահերի նպատակով
6. Հայտնաբերվել է հակավիրուսային էֆեկտիվ միջոց
7. Իշխանությունն օգտագործում է վիրուսի առկայությունը սեփական շահերի համար
8. Իշխանությունն ապիկար է վիրուսի դեմ պայքարում
9. Թեստերը վարակում են վիրուսով
10. Իշխանությունը թաքցնում է վարակակիրների իրական թվերը
11. Հայաստանը գնում է դեպի բռնապետություն
12. Այլ
13. Իշխանությունը վերահսկում է համաճարակային իրավիճակը
14. Վիրուսի տարածման համար քաղաքացիներն են մեղավոր/պատասխանատու
15. Վիրուսի դեմ պետք է պայքարել համախմբվելով

### Կենտրոնական թեզ 1. (Արցախ)

1. Իշխանությունը հողեր է հանձնում
2. Իշխանությունը խեղճացած արտաքին քաղաքականություն է վարում
3. Իշխանությունը Սորոսի դավադիր պլանն է իրագործում
4. Դասալիքների իշխանությունը չի կարող բանակցել Արցախի հարցում
5. Ազգային հերոսներին չեզոքացնում են/դատում են՝ Արցախի հարցի հակահայկական լուծման նպատակով
6. Արցախի իշխանությունները Հայաստանից են դեկավարվում
7. Իշխանությունը թաքցնում է բանակցությունների ընթացքի վերաբերյալ տեղեկությունները
8. Այլ

**Կենտրոնական թեզ 1. (Լանսարոտեի կոնվենցիա)**

1. Կոնվենցիան երեխաներին սեռականորեն այլասերում է
2. Կոնվենցիան նույնասեռականության քարոզ է
3. Կոնվենցիան պայմաններ է ստեղծում երեխաների նկատմամբ բռնության
4. Կոնվենցիան պաշտպանում է երեխաներին սեռական բռնությունից
5. Այլ

**17. Այլ թեզ 1-ի բնութագիր**

**18. Թեզ 1-ի երանգավորում**

1. չեզոք  
Եթե նյութի հեղինակը երանգավորում չի հավելել թեզին:
2. ոչ չեզոք  
Եթե նյութի հեղինակը երանգավորում է հավելել թեզին:

**19. Կենտրոնական թեզ 2. /օգտվել թեզ 1-ի ցանկից/**

**20. Այլ թեզ 2-ի բնութագիր**

**21. Թեզ 2-ի երանգավորում**

1. չեզոք  
Եթե նյութի հեղինակը երանգավորում չի հավելել թեզին:
2. ոչ չեզոք  
Եթե նյութի հեղինակը երանգավորում է հավելել թեզին:

**22. Վերնագրի համապատասխանությունը բովանդակությանը**

1. լիովին համապատասխանում է
2. հիմնականում համապատասխանում է
3. գրեթե չի համապատասխանում
4. բոլորովին չի համապատասխանում

**23. Մուտքագրողի նշումներ**

[mediainitiatives.am](http://mediainitiatives.am)

[media.am](http://media.am)

Երևան, 2021