

# Բնակչության տեղեկատվական պահանջմունքները եւ դրանց բավարարումը մարզային ՁԼՄ-ների կողմից<sup>1</sup>

## Ներածություն

Սույն զեկույցը ներկայացվում է «Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտե» հասարակական կազմակերպության՝ «Հանրային շահերի պաշտպանություն՝ տարածաշրջանային ՁԼՄ-ների եւ ժուռնալիստական կազմակերպությունների գործունեության հզորացման միջոցով» ծրագրի շրջանակներում (այն իրականացվում էր Բաց հասարակության ինստիտուտի օժանդակության հիմնադրամի Հայաստանյան մասնաճյուղի եւ Նիդեռլանդների կառավարության աջակցությամբ) անցկացված սոցիոլոգիական հետազոտության արդյունքների հիման վրա: Հետազոտության նպատակն էր՝ պարզել ՀՀ մարզային ՁԼՄ-ների կայացածության աստիճանը, այդ թվում դրանց տեղը մարզերի բնակիչների տեղեկատվական պահանջմունքների բավարարման գործում: Նշված նպատակներին հասնելու համար հանրապետության վեց մարզերում՝ Շիրակում, Լոռիում, Տավուշում, Գեղարքունիքում, Արմավիրում և Սյունիքում 2008թ. փետրվար-հուլիս ամիսներին (յուրաքանչյուր ամիս մեկ մարզում) իրականացվեց բնակչության հասարակական կարծիքի հետազոտություն, որն ընդգրկեց ընդհանուր թվով վեց հարյուր մարդ:

Հարցվողների ընտրանքային բազմության սեռատարիքային կազմը ներկայացված է աղյուսակ 1-Ը-ում:

Աղյուսակ 1-Ը

Սե- ռը	տարի- քը	մարզերը												ընդ.	
		Շիրակ		Լոռի		Տավուշ		Գեղարքուն իք		Արմավիր		Սյունիք			
կին	18-29	13	17.8	12	16.4	14	19.2	13	17.8	14	19.2	7	9.6	73	
		13.0		12.0		14.0		13.0		14.0		7.0		12.2	
	30-39	12	19.4	10	16.1	6	9.7	12	19.4	11	17.7	11	17.7	62	
		12.0		10.0		6.0		12.0		11.0		11.0		10.3	
	40-49	13	17.3	12	16.0	13	17.3	10	13.3	11	14.7	16	21.3	75	
		13.0		12.0		13.0		10.0		11.0		16.0		12.5	
	50-59	10	28.6	5	14.3	4	11.4	6	17.1	5	14.3	5	14.3	35	
		10.0		5.0		4.0		6.0		5.0		5.0		5.8	
	60 և բարձր	8	10.4	15	19.5	17	22.1	13	16.9	11	14.3	13	16.9	77	
		8.0		15.0		17.0		13.0		11.0		13.0		12.8	
	ընդամենը կին		56	17.4	54	16.8	54	16.8	54	16.8	52	16.1	52	16.1	322
			56.0		54.0		54.0		54.0		52.0		52.0		53.7
տղ.	18-29	12	16.9	12	16.9	10	14.1	12	16.9	12	16.9	13	18.3	71	
		12.0		12.0		10.0		12.0		12.0		13.0		11.8	
	30-39	9	15.5	9	15.5	8	13.8	10	17.2	11	19.0	11	19.0	58	
		9.0		9.0		8.0		10.0		11.0		11.0		9.7	
	40-49	10	17.2	10	17.2	8	13.8	9	15.5	11	19.0	10	17.2	58	
		10.0		10.0		8.0		9.0		11.0		10.0		9.7	
	50-59	5	16.7	4	13.3	6	20.0	5	16.7	4	13.3	6	20.0	30	
		5.0		4.0		6.0		5.0		4.0		6.0		5.0	
	60 և բարձր	8	13.1	11	18.0	14	23.0	10	16.4	10	16.4	8	13.1	61	
		8.0		11.0		14.0		10.0		10.0		8		10.2	
	ընդամենը տղ.		44	15.8	46	16.5	46	16.2	46	16.2	48	17.3	48	17.3	278
			44.0		46.0		46.0		46.0		48.0		48.0		46.3
ընդամենը		100		100		100		100		100		100		600	

<sup>1</sup> Հետազոտություն իրականացրել, արդյունքներն ամփոփել եւ սույն զեկույցը պատրաստել է սոցիոլոգ Վարդան Գեւորգյանը

## Համառոտ ամփոփում

Հետազոտության արդյունքում պարզվեց, որ՝

1. հարցվողների համար տեղեկատվության առավել տարածված երեք աղբյուրներն են՝

- հանրային հեռուստատեսությունը (ավելի քան 85%),
- տեղական հեռուստաընկերությունները (մոտ 52%),
- ընկերներ և ծանոթներ (ավելի քան 38%):

2. Երեք առաջատար աղբյուրներին որոշակիորեն զիջում են հանրապետական թերթերը, որոնք ընդհանուր տեղեկատվության առաջնային աղբյուր են հարցվողների ավելի քան 1/4-ի համար:

3. Մասսայականությամբ հաջորդ տեղում են արտասահմանյան ՁԼՄ-ները (ավելի քան 20%): Հարցվողների համար ընդհանուր տեղեկատվության հավասարազոր աղբյուրներ են հանրային ռադիոն, տեղական թերթերը, Ինտերնետ ցանցը, ինչպես նաև աշխատակիցները: Այս աղբյուրներից յուրաքանչյուրը կարևոր է հարցվողների 17-18%-ի համար:

4. Ամենացածր մասսայականություն ունեն տեղական ռադիոընկերությունները (ընդամենը 7.3%), որի առաջնային կամ քանակական պատճառը, ենթադրաբար, տեղական ռադիոցանցի ոչ լայն տարածումն է կամ բացակայությունն ընդհանրապես:

5. **Ընդհանուր տեղեկությունների** գլխավոր աղբյուրներն առանձին վերցրած առաջնային նշանակություն ունեն և կանանց, և տղամարդկանց համար:

6. *Բնակավայրերի առումով*, տեղական հեռուստաընկերությունները հավասար նախընտրելի են և գյուղաբնակների, և քաղաքաբնակների համար, իսկ Հանրային հեռուստատեսությունը մի փոքր ավելի մասսայական է գյուղաբնակ հարցվողների մոտ: Այս խմբի համար շատ ավելի կարևոր նշանակություն ունեն տեղեկատվության ոչ ֆորմալ աղբյուրները, մասնավորապես՝ ընկերներն ու ծանոթները,

7. Հակառակ այս օրինաչափության, ինչպես և սպասվում էր, Ինտերնետը որպես առաջնային տեղեկատվական աղբյուր նշող քաղաքաբնակները կրկնակի շատ են համապատասխան գյուղաբնակ հարցվողներից:

8. Տեղեկատվության աղբյուրների ընտրությունը բավականաչափ ուժեղ կորելիացիոն կապի մեջ է հարցվողների կրթության աստիճանի հետ, որի բարձրացման հետ ակնհայտորեն նկատվում են հետևյալ հակադիր միտումները՝

a. կտրուկ մեծանում է Ինտերնետը որպես առաջնային տեղեկատվական աղբյուր ընտրողների տեսակարար կշիռը (ընդ որում՝ տղամարդկանց մոտ դա ավելի նկատելի է, ինչն ամենայն հավանականությամբ բացատրվում է այդ ցանցի՝ տղամարդկանց համար դեռևս ավելի մատչելի լինելով);

b. կտրուկ նվազում է ոչ ֆորմալ (ընկերներ, ծանոթներ) տեղեկատվական աղբյուրները առաջնային համարողների տեսակարար կշիռը (այս միտումը ևս ավելի ընդգծված է տղամարդկանց մոտ):

9. **Մարզի կյանքի մասին** տեղեկությունների առաջնային աղբյուրների ցանկում կրկին առաջատար եռյակում են հանրային և տեղական հեռուստաընկերությունները և ընկերներն ու ծանոթները: Այստեղ, սակայն, հանրային հեռուստատեսությունը միայն 3-րդ տեղում է՝ բացարձակ առաջատարի իր դերը զիջելով նախ՝ տեղական հեռուստատեսությանը, ապա նաև «ընկերներ-ծանոթներ» ոչ ֆորմալ աղբյուրին (համապատասխանաբար՝ 64.0; 62.8 և 50.5%):

10. Եթե մարզային կյանքի մասին տեղեկատվական առաջնային աղբյուրներից տղամարդկանց համար նշանակալիորեն գերադասելի է «ընկերներ, ծանոթներ» տեղեկատվական

աղբյուրը, ապա, հակառակ դրան, կանանց համար ավելի քան 4%-ային նիշով գերադասելի են տեղական հեռուստաընկերությունները:

11. Մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության հաջորդ նշանակալի աղբյուրը տեղական թերթերն են (հարցվողների ավելի քան 25%-ի համար), որին նշանակալիորեն զիջում են հանրապետական թերթերը (11%):

12. Հանրային և տեղական ռադիոներն այս առումով հավասարապես հետնապահային նշանակություն ունեն հարցվողների համար: Վերջինները՝ որպես առաջնային տեղեկատվական աղբյուր, նշվել են հարցվողների ընդամենը 7-8%-ի կողմից:

(Հարցվողների ընդհանուր և մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության աղբյուրներն ըստ կարևորության ներկայացված են ամփոփիչ աղյուսակ 1-ում):

### Ամփոփիչ աղյուսակ 1. Հարցվողների տեղեկատվության աղբյուրները

ընդհանուր տեղեկատվության աղբյուրները	հ. հ.	մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության աղբյուրները	հ. հ.
հանրային հեռ-ն	1	տեղական հեռ-ն	1
տեղական հեռ-ն	2	ընկեր-ծանոթ	2
ընկեր-ծանոթ	3	հանրային հեռ-ն	3
հանրապետ. թերթեր	4	տեղական թերթեր	4
արտասահմանյան ՁԼՍ-ներ	5	հանրապետ. թերթեր	5
աշխատակիցներ	6	այլ աղբյուր	6
տեղական թերթեր	7	տեղական ռադիո	7
հանր. ռադիո	8	հանր.ռադիո	8
ինտերնետ	9		
տեղական ռադիո	10		
այլ աղբյուր	11		

13. Հարցվողների տեղեկատվական հետաքրքրությունների առումով կին հարցվողներն առավելապես հետաքրքրված են իրենց մարզերի բնակչության սոցիալական պաշտպանության ոլորտի (առողջապահություն, սոցիալական ապահովություն, կրթություն և մշակույթ) հիմնախնդիրներով, մարդու իրավունքներով, համայնքային խնդիրներով և տեղական ինքնակառավարման մարմինների (ՏԻՄ) գործունեությամբ և այլն:

14. **Տղամարդ** հարցվողների առաջնային հետաքրքրության թեմաներն են Ղարաբաղի հիմնախնդիրը, մարդու իրավունքները, բանակի գործունեությունը, հանրապետության ներքաղաքական կյանքը և այլն:

15. Ինչպես հետազոտական մեծ համախմբում (նկատի ունենք վեց մարզերում հարցվածների բազմությունը), այնպես էլ առանձին մարզերում թե տղամարդկանց, թե կանանց համար *ակնհայտ հետաքրքրություն չներկայացնող* թեմաներ են Հայ առաքելական եկեղեցու և հատկապես այլ կրոնական կազմակերպությունների գործունեության, ինչպես նաև՝ գիտության ու տեխնիկայի ոլորտների հիմնախնդիրներին և ընդդիմադիր կուսակցությունների գործունեությանը վերաբերող թեմաները:

16. Այնպիսի կարևոր ինստիտուտների գործունեությունը, որպիսիք են ՀՀ նախագահը, ՀՀ Ազգային ժողովը, ՀՀ կառավարությունը, ՀՀ մարզային իշխանությունները, ընդհանուր առմամբ, միջին հետաքրքրության թեմաներ են թե տղամարդկանց, թե կանանց համար: Անգամ տղամարդկանց համար, ովքեր ՀՀ նախագահի գործունեության նկատմամբ համեմատաբար ավելի բարձր հետաքրքրություն են դրսևորել, այդ վերջին թեման 7-րդ հորիզոնականից վերև չի բարձրացել:

(Հարցվող կանանց և տղամարդկանց առավել հետաքրքրող 10 թեմաները, ըստ նրանց համար կարևորության աստիճանի, ներկայացված են, համապատասխանաբար, ամփոփիչ աղյուսակներ 2 և 3-ում):

## Ամփոփիչ աղյուսակ 2.

<b>Կ ի ն հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները</b>	<b>թեմաների նախընտրելիության աստիճանը</b>
մարզի առողջապահության և սոցապ. ոլորտի խնդիրները	1
մարզի կրթության և մշակույթի ոլորտի խնդիրները	2
մարդու իրավունքներին առնչվող հիմնախնդիրները	3
տեղական ինքնակառավարման մարմնի և համայնքային խնդիրները	4
Ղարաբաղի հիմնախնդիրը	5
բնակչության բարոյահոգեբանական վիճակին վերաբերող խնդիրները	6
մարզի քաղաքական իրադարձությունները	7
մարզային իշխանությունների գործունեությունը	8
ՀՀ կառավարության և վարչապետի գործունեությունը	9
հանրապետության տնտեսությանը վերաբերող խնդիրները	10

## Ամփոփիչ աղյուսակ 3.

<b>տղամարդ հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները</b>	<b>թեմաների նախընտրելիության աստիճանը</b>
Ղարաբաղի հիմնախնդիրը	1
մարդու իրավունքներին առնչվող հիմնախնդիրները	2
բանակի գործունեությունը	3
հանրապետության ներքաղաքական կյանքը, ընդհանրապես	4
մարզի առողջապահության և սոցիալական ապահովության ոլորտի խնդիրները	5
տեղական ինքնակառավարման մարմնի և համայնքային խնդիրները	6
ՀՀ նախագահի գործունեությունը	7
մարզի քաղաքական իրադարձությունները	8
ՀՀ կառավարության և վարչապետի գործունեությունը	9
հանրապետության տնտեսությանը վերաբերող խնդիրները	10

Ամփոփիչ աղյուսակ 4-ում, ըստ ներկայացման հաճախականության, բերված են այն 10 թեմաները, որոնք առավել հաճախ լուսաբանվում են մարզային ՁԼՍ-ներով:

## Ամփոփիչ աղյուսակ 4.

<b>մարզային ՁԼՍ-ներով առավել հաճախ լուսաբանվող 10 թեմաները</b>	<b>տեղն ըստ լուսաբանման հաճախության</b>	<b>մոնիթորինգի ժամանակահատվածում լուսաբանման քանակը</b>
միջազգային կյանք	1	114
մարզի կրթության և մշակույթի ոլորտի հիմնախնդիրներ	2	88
այլ (հարցաթերթում չնշված) թեմայով	3	69
հանրապետության ներքաղաքական կյանքն, ընդհանրապես	4	50
ՏԻՄ-երի գործն. և համայնքային խնդիրներ	5	40
մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի հիմնախնդիրներ	6	35
ՀՀ կառավարության և վարչապետի գործունեություն մարզում	7	28
տեղի ունեցած պատահարներ և ոստիկանության գործունեություն	8	24
մարզի գյուղատնտ. և բնապահպ. ոլորտի խնդիրներ	9	19
Հայ առաքելական եկեղեցու գործունեությունը	10	11

17. Ակնհայտ է անհամապատասխանությունը հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունների և մարզային ՁԼՄ-ներով առավել հաճախ լուսաբանվող թեմաների միջև, մասնավորապես՝ ՁԼՄ-ների կողմից ակնհայտորեն անտեսվել են հետևյալ թեմաները՝

a. մարդու իրավունքների ոլորտի հիմնախնդիրները, որոնք տղամարդ և կին հարցվողների համար կարևորությամբ, համապատասխանաբար, 2-րդ և 3-րդ տեղերում են: Այն ոչ միայն չի մտել առավել հաճախ լուսաբանվող 10 թեմաների ցանկի մեջ, այլև ընդհանրապես չի լուսաբանվել մարզային ՁԼՄ-ներով,

b. Ղարաբաղի հիմնախնդիրը, որը տղամարդկանց համար թիվ 1 կարևորության թեման է, իսկ կանանց համար կարևորությամբ առաջին հնգյակում է,

c. մարզի ներքաղաքական կյանքի թեման,

d. բանակի թեման, որը կարևորությամբ երրորդն է տղամարդկանց համար,

e. կանաց համար առաջնային կարևորություն ներկայացնող այնպիսի թեմաներ, ինչպիսիք են հասարակության բարոյահոգեբանական վիճակին առնչվող հիմնահարցերը, մարզային իշխանությունների գործունեությունը և այլն:

18. Դրա փոխարեն ՁԼՄ-ներով ակնհայտորեն շատ են լուսաբանվել հարցվողների համար առաջնային հետաքրքրություն չհանդիսացող այնպիսի թեմաներ, ինչպիսիք են՝

a. միջազգային կյանքը,

b. մարզում տեղի ունեցած պատահարները և ոստիկանության գործունեությունը,

c. Հայ առաքելական եկեղեցու գործունեությունը,

d. իրավապահ մարմինների, այդ թվում դատական իշխանությունների գործունեությունը և այլն:

19. Ինչ վերաբերում է մարզային հեռուստաընկերությունների դիտման տևողությանը, ապա, ընդհանուր առմամբ, առավել մեծ տեսակարար կշիռն ունեն 3-5 ժամ դիտող հարցվողները: Ընդ որում, այս խմբում գերակշռում են կանայք, հատկապես 3-4 ժամ դիտողների խմբում (57.4%): 1-3 ժամ դիտողները կազմում են բոլոր դիտողների մոտ 30 %-ը: Այստեղ ևս գերակշռում են կանայք :

20. ՁԼՄ-ների անաչառության առումով պարզվեց, որ՝

a. հարցվողների ավելի քան 42 %-ն այն կարծիքին է, որ համերկային հեռուստաալիքների (այսուհետ՝ ՀՅԸ) մեկնաբանությունները խիստ միակողմանի են, 48.5%-ը՝ հիմնականում միակողմանի և միայն 8.5 %-ն է դրանք գնահատել հավասարակշռված: «Խիստ» և «հիմնականում միակողմանի» գնահատականներ տվածների (ընդհանուր առմամբ՝ ՀՅԸ-ներին «ոչ անաչառ» գնահատածների) խմբում գերակշռում են տղամարդիկ,

b. հարցվողների կարծիքով մարզային հեռուստաալիքների (այսուհետ՝ ՄՀԸ) անաչառության աստիճանը համեմատաբար ավելի բարձր է, մասնավորապես, եթե ՀՅԸ-ների մեկնաբանությունները, ընդհանուր առմամբ հարցվողների ավելի քան 90%-ի կողմից գնահատվել է «ոչ անաչառ», ապա ՄՀԸ-ների մեկնաբանությունները այդպիսին է գնահատել հարցվողների կեսից մի քիչ ավել մասը, ընդ որում գրեթե 3.5 անգամ պակասել է «խիստ միակողմանի» գնահատողների և նույնքան անգամ մեծացել է ՄՀԸ-ների մեկնաբանությունները «հավասարակշիռ» համարողների տեսակարար կշիռը: Այստեղ անհամեմատ մեծ է անաչառությունը գնահատելու գործում դժվարացածների թիվը՝ հիմնականում վերջիններիս կողմից ՄՀԸ-ների հաղորդումները դիտելու հնարավորություն չունենալու պատճառով,

c. մարզային և տեղական թերթերը կարդում է հարցվողների մոտ կեսը միայն: Վերջիններիս կարծիքով մարզային թերթերն ավելի անաչառ են, քան հեռուստաընկերությունները: Միայն թերթերի դեպքում է, որ վերջիններիս մեկնաբանությունները, ընդհանուր առմամբ, անաչառ համարողների թիվը գերազանցում է ոչ անաչառ համարողների թվից:

(ՁԼՄ-ների մեկնաբանությունների անաչառության աստիճանի ընդհանրական գնահատականները ներկայացված են Ամփոփիչ աղյուսակ 5-ում):

ՁԼՍ-ի տեսակը	անաչառության գնահատականը			դժվարացել են են գնահատել	ընդամենը
	միայն մի կողմի տեսակետը	ավելի շատ մի կողմի տեսակետը	բոլորի տեսակետները հավասարաչափ		
համապետ.ՅԸ-ներ	42.3	48.5	8.5	0.7	100.0
մարզային ՅԸ-ներ	12.0	40.2	30.8	17.0	100.0
մարզային թերթեր	3.0	22.0	27.0	48.0	100.0

### Հետազոտության մեթոդաբանությունը

Հետազոտությունն իրականացվել է անկետային հարցման մեթոդով: Անկետան (հարցաթերթը) կազմված էր 13 հարցից, որոնք բաժանված էին մի քանի թեմատիկ մասերի:

**Առաջին`** մուտքային մասի հարցերով փորձել ենք պարզել մարզերի բնակիչների (այսուհետ` հարցվողների)` երկրում և սեփական մարզում տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին տեղեկանալու հիմնական աղբյուրները: Հարցվողները ՁԼՍ-ների տարբեր տեսակների ցանկից պետք է ընտրեին այն երեք աղբյուրները որոնցից հիմնականում ստանում են իրենց հետաքրքրող տեղեկությունները: Մեկ այլ հարցով փորձել ենք ճշտել, թե հարցվողներն իրենց մարզի իրադարձությունների մասին հատկապես որ աղբյուրներից են տեղեկանում:

**Երկրորդ`** թեմատիկ մասը ներկայացված էր մեկ հարցով, որը, սակայն, բաղկացած էր 26 ենթահարցերից: Դրանց նպատակն էր` պարզել հարցվողների հետաքրքրվածության աստիճանը մեր հասարակության կյանքում նշանակալի դերակատարում ունեցող տարբեր քաղաքական, հասարակական ինստիտուտների, կյանքի տարբեր ոլորտներում տեղի ունեցող իրադարձությունների և խնդիրների նկատմամբ: Հարցվողներին առաջադրվել էր 10 բալանոց սանդղակ, որտեղ «10»-ը խորհրդանշում էր հետաքրքրվածության բարձրագույն աստիճանը, իսկ «1»-ը` հետաքրքրության իսպառ բացակայությունը:

**Երրորդ`** թեմատիկ մասի հարցերի նպատակն էր պարզել մարզային ՁԼՍ-ներից օգտվելու աստիճանը (տեղական կամ մարզային հեռուստաընկերությունների հաղորդումները դիտելու փաստը, հաճախականությունն ու տևողությունը, տեղական կամ մարզային թերթերն ընթերցելու փաստը):

**Չորրորդ`** թեմատիկ մասը ներկայացված էր մեկ հարցով, որի միջոցով փորձել ենք պարզել հարցվողների կարծիքը ՁԼՍ-ների գործունեության անաչառության և հավասարակշռվածության մասին: Հարցվողներին առաջարկվել էր առանձին-առանձին գնահատել համերկային և մարզային հեռուստալիքների, ինչպես նաև մարզային թերթերի անաչառությունն ու հավասարակշռվածությունը հետևյալ երեք բնորոշիչներով`

1. «ներկայացվում է միայն մի կողմի տեսակետը»,
2. «մեծ մասամբ ներկայացվում է մի կողմի տեսակետը»,
3. «հավասարապես ներկայացվում են բոլոր կողմերի տեսակետները»:

**Վերջինը`** այսպես կոչված «անձնագրային» մասն էր, որի նպատակն էր պարզել հարցվողների սոցիալ-ժողովրդագրական որոշակի բնութագրիչներ (սեռ, տարիք, կրթություն, մարզը և բնակավայրի տիպը` քաղաքային/գյուղական): Հարցումն անանում էր:

Հետազոտության արդյունքների ամփոփման ժամանակ համեմատական վերլուծության համար օգտագործվել են նաև մարզային ՁԼՍ-ների հաղորդումների` խոսքի ազատության

պաշտպանության կոմիտեի իրականացրած մոնիտորինգի տվյալները՝ պարզելու համար հարցվողների տեղեկատվական թեմատիկ հետաքրքրությունների և մարզային ՁԼՄ-ների կողմից փաստացի լուսաբանվող թեմաների համամասնությունները կամ, այլ կերպ ասած, տեղեկատվական դաշտում առաջարկի ու պահանջարկի համապատասխանությունը:

Նկատի ունենալով հետազոտված մարզերում խնդրի նույնականությունը, յուրաքանչյուր մարզից ընտրվել է հարյուրական հարցվող՝ անկախ ՀՀ բնակչության ընդհանուր թվակազմում տվյալ մարզի բնակչության տեսակարար կշռից: Սակայն մարզային ընտրանքը կազմվել է՝ պահպանելով տվյալ մարզի բնակչության սեռատարիքային համամասնությունները:

## **Մաս 1. Հարցվողների տեղեկատվության հիմնական աղբյուրները**

Այստեղ մենք փորձել ենք պարզել, թե որոնք են հարցվողների տեղեկատվական աղբյուրները՝

1. ընդհանրապես աշխարհում և Հայաստանում (այսուհետ՝ ընդհանուր տեղեկություններ) տեղի ունեցող իրադարձությունների մասին,
2. իրենց մարզի կյանքի մասին:

### **Ընդհանուր տեղեկատվության աղբյուրները**

Հարցվողներին առաջարկվել էին տեղեկատվության տասը տարբեր աղբյուրներ, մասնավորապես, հանրային և տեղական հեռուստա և ռադիոընկերությունները, համերկային և տեղական թերթերը, արտասահմանյան, այդ թվում նաև ռուսական լրատվամիջոցները, Ինտերնետ համաշխարհային ցանցը, ինչպես նաև՝ ոչ ֆորմալ տեղեկատվական աղբյուրները, մասնավորապես՝ աշխատակիցները, ընկերներն ու ծանոթները:

Հարցումից պարզվեց, որ այս առումով հարցվողների համար տեղեկատվության առավել տարածված երեք աղբյուրներն են՝

1. հանրային հեռուստատեսությունը (ավելի քան 85%),
2. տեղական հեռուստաընկերությունները (մոտ 52%),
3. ընկերներն ու ծանոթները (ավելի քան 38%):

Երեք առաջատար աղբյուրներին որոշակիորեն զիջում են հանրապետական թերթերը, որոնք ընդհանուր տեղեկատվության առաջնային աղբյուր են հարցվողների ավելի քան 1/4-ի համար: Մասսայականությամբ հաջորդ տեղում են արտասահմանյան ՁԼՄ-ները (ավելի քան 20%): Հարցվողների համար ընդհանուր տեղեկատվության հավասարազոր աղբյուրներ են հանրային ռադիոն, տեղական թերթերը, Ինտերնետ ցանցը, ինչպես նաև՝ աշխատակիցները: Այս աղբյուրներից յուրաքանչյուրը կարևոր է հարցվողների 17-18%-ի համար: Ամենացածր մասսայականություն ունեն տեղական ռադիոընկերությունները (ընդամենը 7.3%), որի պատճառը, ենթադրաբար, տեղական ռադիոցանցի ոչ լայն տարածումն է:

Ընդհանուր տեղեկությունների գլխավոր աղբյուրները առանձին վերցրած առաջնային նշանակություն ունեն և կանանց, և տղամարդկանց համար: Եվ եթե հանրային հեռուստատեսությունը երկու խմբերն էլ հավասարապես են նշել որպես ընդհանուր տեղեկատվության առաջնային աղբյուր, ապա մյուս երկու առավել մասսայական տեղեկատվական աղբյուրներից կանանց համար տեղական հեռուստաընկերությունները և աշխատակիցներն ունեն մի փոքր ավելի մեծ նշանակություն: Դրա փոխարեն Ինտերնետ ցանցը որպես առաջնային տեղեկատվության աղբյուր նշող տղամարդիկ 3,5 տոկոսային միջով ավելին են, քան կանայք, ինչն ամենայն հավանականությամբ վկայում է, որ այդ ցանցը դեռևս ավելի մատչելի է տղամարդկանց համար:

Բնակավայրերի առումով տեղական հեռուստաընկերությունները հավասար նախընտրելի են և գյուղաբնակների, և քաղաքաբնակների համար: Հանրային հեռուստատեսությունը մի փոքր ավելի մասսայական է գյուղաբնակ հարցվողների մոտ: Գյուղաբնակների համար շատ ավելի կարևոր նշանակություն ունեն տեղեկատվության ոչ ֆորմալ աղբյուրները, մասնավորապես՝ ընկերներին ու ծանոթներին ընդհանուր տեղեկատվության առաջնային աղբյուր համարող գյուղաբնակ հարցվողների խումբն ավելի քան 1.6 անգամ մեծ է համապատասխան քաղաքաբնակ

հարցվողների խմբից: Հակառակ այս օրինաչափության, Ինտերնետը որպես առաջնային տեղեկատվական աղբյուր նշող քաղաքաբնակները կրկնակի շատ են համապատասխան գյուղաբնակ հարցվողներից:

Տեղեկատվության աղբյուրների ընտրությունը բավականաչափ ուժեղ կորելիացիոն կապի մեջ է հարցվողների կրթության աստիճանի հետ: Այս առումով, եթե հանրային հեռուստատեսություն դիտելու աստիճանը համարենք չափանիշ (քանի որ այն հարցվողների համար ամենամասսայական տեղեկատվության աղբյուրն է՝ անկախ վերջինների բնակության վայրի տիպից և կրթության աստիճանից), ապա կրթության աստիճանի բարձրացման հետ ակնհայտորեն նկատվում են հետևյալ հակադիր միտումները՝

➤ կտրուկ մեծանում է Ինտերնետը որպես առաջնային տեղեկատվական աղբյուր ընտրողների տեսակարար կշիռը (ընդ որում՝ տղամարդկանց մոտ դա ավելի նկատելի է),

➤ կտրուկ նվազում է ոչ ֆորմալ (ընկերներ, ծանոթներ) տեղեկատվական աղբյուրները առաջնային համարողների տեսակարար կշիռը (այս միտումը ևս ավելի ընդգծված է տղամարդկանց մոտ):

## Մարզային կյանքի մասին տեղեկանալու աղբյուրները

Ի տարբերություն ընդհանուր տեղեկություններ ստանալու պոտենցիալ աղբյուրների ցանկի, այս դեպքում մեր կողմից չէին առաջարկվել Ինտերնետը, արտասահմանյան հեռուստաալիքները և աշխատակիցները: Նման մոտեցման հիմք էին ծառայել այն կանխավարկածները, որ՝ ա/ մարզի կյանքի մասին Ինտերնետի և արտասահմանյան հեռուստաընկերությունների միջոցով տեղեկություններ ստանալու հավանականությունը օբյեկտիվորեն շատ ցածր է, բ/ մարզերում (հատկապես գյուղերում) մեծ աշխատակազմ ունեցող հիմնարկների թիվը շատ քիչ է, ինչը խիստ նվազեցնում է հարցվողների համար նախ՝ աշխատակիցներ ունենալու, ապա՝ նրանց միջոցով կանոնավորապես տեղեկանալու հավանականությունը:

Մարզի կյանքի մասին տեղեկությունների առաջնային աղբյուրների ցանկում կրկին առաջատար եռյակում են հանրային և տեղական հեռուստաընկերությունները և ընկերներն ու ծանոթները: Այստեղ, սակայն, հանրային հեռուստատեսությունը միայն 3-րդ տեղում է՝ բացարձակ առաջատարի իր դերը զիջելով նախ՝ տեղական հեռուստատեսությանը, ապա նաև «ընկերներ-ծանոթներ» ոչ ֆորմալ աղբյուրին (համապատասխանաբար՝ 64.0; 62.8 և 50.5 %): Եթե մարզային կյանքի մասին տեղեկատվական առաջնային աղբյուրներից տղամարդկանց համար նշանակալիորեն գերադասելի է «ընկերներ, ծանոթներ» տեղեկատվական աղբյուրը, ապա, հակառակ դրան, կանանց համար ավելի քան 4 տոկոսային նիշով գերադասելի են տեղական հեռուստաընկերությունները:

Մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության հաջորդ նշանակալի աղբյուրը տեղական թերթերն են (հարցվողների ավելի քան 25%-ի համար), որին նշանակալիորեն զիջում են հանրապետական թերթերը (11%): Հանրային և տեղական ռադիոները այս առումով հավասարապես հետմնապահային նշանակություն ունեն հարցվողների համար: Վերջինները՝ որպես առաջնային տեղեկատվական աղբյուր, նշել է հարցվողների ընդամենը 7-8%-ը:

Նշված միտումները գրեթե նույն համամասնություններով կրկնվում են համարյա բոլոր տարիքային խմբերում (ավելի մանրամասն տես աղ. 3.1):

աղյուսակ 3.1. Մարզային կյանքի մասին տեղեկություններ ստանալու հիմնական աղբյուրները

սեռը	տարի քը	հանր. հեռ.		հանր. ռադիո		հանր. թերթ		տեղ. հեռ.		տեղ. ռադիո		տեղ. թերթ		ընկեր, ծանոթ		այլ	
կին	18-29	31	43.0	6	9.0	6	9.0	50	69.0	3	4.5	17	24.0	43	59.0	5	7.0
		20.0		29.0		17.0		24.0		11.0		21.0		23.0		21.0	
	30-39	31	50.0	4	7.0	8	14.0	42	68.0	8	14.0	14	23.0	37	60.0	7	12.0
		20.0		19.0		23.0		20.0		30.0		18.0		20.0		30.0	



	40-49	38	18.0	5	7.0	9	12.0	54	72.0	9	12.0	24	32.0	46	62.0	7	10.0
		24.0		24.0		25.0		26.0		33.3		30.0		24.0		30.0	
	50-59	14	40.0	1	3.0	8	23.0	20	58.0	4	12.0	12	35.0	21	60.0	3	9.0
		9.0		5.0		23.0		10.0		15.0		15.0		11.0		13.0	
	60-ից բարձր	44	58.0	5	7.0	5	7.0	47	61.0	3	4.0	14	19.0	46	60.0	2	3.0
		24.0		24.0		14.0		22.0		11.0		18.0		24.0		9.0	
	ընդ. կից	<b>158</b>	<b>49.0</b>	<b>21</b>	<b>7.0</b>	<b>36</b>	<b>12.0</b>	<b>213</b>	<b>67.0</b>	<b>27</b>	<b>9.0</b>	<b>81</b>	<b>26.0</b>	<b>193</b>	<b>60.0</b>	<b>24</b>	<b>8.0</b>
		53.0		49.0		58.0		56.0		56.0		51.0		48.0		49.0	
տղամարդ	18-29	33	47.0	3	5.0	7	10.0	43	61.0	6	9.0	16	23.0	54	76.0	3	5.0
		24.0		14.0		26.0		26.0		28.0		21.0		26.0		12.0	
	30-39	35	61.0	8	14.0	7	12.0	39	68.0	2	4.0	15	26.0	37	64.0	7	12.0
		25.0		37.0		26.0		23.0		9.0		19.0		18.0		28.0	
	40-49	28	49.0	4	7.0	6	11.0	34	59.0	5	9.0	23	40.0	36	62.0	7	12.0
		20.0		19.0		23.0		20.0		23.0		30.0		17.0		28.0	
	50-59	11	37.0	1	4.0	2	7.0	17	57.0	3	10.0	12	40.0	18	60.0	5	17.0
		8.0		5.0		8.0		10.0		14.0		16.0		9.0		20.0	
	60-ից բարձր	35	58.0	6	10.0	5	9.0	38	63.0	6	10.0	13	22.0	33	54.0	3	5.0
		25.0		28.0		19.0		23.0		28.0		17.0		16.0		12.0	
	ընդ. տղ.	<b>142</b>	<b>51.0</b>	<b>22</b>	<b>8.0</b>	<b>27</b>	<b>10.0</b>	<b>171</b>	<b>62.0</b>	<b>22</b>	<b>8.0</b>	<b>79</b>	<b>29.0</b>	<b>215</b>	<b>78.0</b>	<b>25</b>	<b>9.0</b>
		47.0		51.0		42.0		44.0		44.0		49.0		52.0		51.0	
	ընդամենը	<b>300</b>		<b>43</b>		<b>63</b>		<b>384</b>		<b>49</b>		<b>160</b>		<b>408</b>		<b>49</b>	
		<b>50.0</b>		<b>7.2</b>		<b>10.5</b>		<b>64.0</b>		<b>8.2</b>		<b>26.7</b>		<b>68.0</b>		<b>8.2</b>	

Մարզի կյանքի մասին տեղեկություններ ստանալու առումով ևս, ինչպես ընդհանուր տեղեկատվության հարցում, հանրային հեռուստատեսությունը, որպես առաջնային աղբյուր, նշվել է մի փոքր ավելի քան գյուղաբնակ հարցվողների կողմից (ավելի քան 52%): Հակառակ դրան, տեղական հեռուստատեսությունը որպես մարզի մասին տեղեկատվության առաջնային աղբյուր նշողների խմբում գերակշռում են քաղաքաբնակ հարցվողները ( մոտ 53%):

Ընկերներն ու ծանոթները որպես մարզային կյանքի մասին տեղեկատվական աղբյուրներ հավասար նշանակալի են երկու խմբերի համար էլ (ավելի մանրամասն տես աղ. 3.2):

### աղյուսակ 3.2. Մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության առաջնային աղբյուրները

սեռը	բնակավայրը	հանր. հեռ.	հանր. ռադիո	հանր. թերթ	տեղ. հեռ.	տեղ. ռադիո	տեղ. թերթ	ընկեր, ծանոթ	այլ
------	------------	------------	-------------	------------	-----------	------------	-----------	--------------	-----

կին	քաղաք	70	13	24	117	28	48	97	16
		44.0	62.0	66.0	55.0	85.0	61.0	50.0	67.0
	գյուղ	90	8	12	98	5	31	97	8
		56.0	38.0	34.0	45.0	15.0	39.0	50.0	33.0
	ընդ. կին	<b>160</b>	<b>21</b>	<b>36</b>	<b>215</b>	<b>33</b>	<b>79</b>	<b>194</b>	<b>24</b>
	53.0	49.0	56.0	56.0	59.0	49.0	53.0	50.0	
տղամարդ	քաղաք	59	13	19	86	19	36	88	13
		42.0	59.0	66.0	51.0	83.0	44.0	49.5	55.0
	գյուղ	83	9	10	84	4	46	90	11
		58.0	41.0	34.0	49.0	17.0	56.0	50.5	45.0
	ընդ. տղ.	<b>142</b>	<b>22</b>	<b>29</b>	<b>170</b>	<b>23</b>	<b>82</b>	<b>178</b>	<b>24</b>
	47.0	51.0	44.0	44.0	41.0	51.0	47.0	50.0	
ընդամենը		<b>302</b>	<b>43</b>	<b>65</b>	<b>385</b>	<b>56</b>	<b>161</b>	<b>372</b>	<b>48</b>
		<b>50.3</b>	<b>7.2</b>	<b>10.8</b>	<b>64.2</b>	<b>9.3</b>	<b>26.8</b>	<b>62.0</b>	<b>8.0</b>

Կրթության աստիճանի բարձրացման հետ, ինչպես և սպասվում էր, մեծանում է թերթերը (հատկապես՝ տեղական)՝ որպես մարզի կյանքի մասին առաջնային նշանակություն ունեցող տեղեկատվության աղբյուր նշողների թիվը և դրան հակառակ փոքրանում է այդ հարցում «ընկերներ-ծանոթներ» աղբյուրը նշանակալի համարողների տեսակարար կշիռը (ավելի մանրամասն տես աղ. 3.3):

### աղյուսակ 3.3. Մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության առաջնային աղբյուրները

սեռը	կրթությունը	հանր. հեռ.	հանր. ռադիո	հանր. թերթ	տեղ. հեռ.	տեղ. ռադիո	տեղ. թերթ	ընկեր , ծանոթ	այլ
կին	տարրական	6	0	1	3	0	1	5	0
		4.0		3.0	2.0		1.2	2.7	
	ոչ լրիվ միջն.	8	2	3	12	3	4	16	0
		5.0	10.0	9.0	6.0	12.0	5.0	9.0	
	միջն կամ միջն. մասն.	85	12	14	96	13	29	102	9
		53.0	58.0	39.0	45.0	52.0	37.0	53.0	38.0
	բարձրագույն	62	7	18	103	11	45	71	15
39.0		34.0	50.0	49.0	44.0	57.0	37.0	62.0	
ընդ. կին	<b>161</b>	<b>21</b>	<b>36</b>	<b>214</b>	<b>25</b>	<b>79</b>	<b>194</b>	<b>24</b>	
	54.0	49.0	55.0	56.0	54.0	53.0	52.0	49.5	
տղամարդ	տարրական	3	2	0	3	0	0	6	0
		2.3	9.0		2.0			4.0	
	ոչ լրիվ միջն.	9	2	4	8	4	3	18	0
		7.0	9.0	14.0	5.0	19.0	4.2	10.0	
	միջն կամ միջն. մասն.	65	12	10	84	9	28	91	15
		46.0	55.0	33.3	49.5	41.0	39.0	50.0	60.0
	բարձրագույն	65	6	16	75	9	41	68	10
46.0		28.0	54.0	45.0	41.0	57.0	38.0	40.0	
ընդ. տղամարդ	<b>142</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>170</b>	<b>22</b>	<b>72</b>	<b>183</b>	<b>25</b>	
	46.0	51.0	46.0	44.0	46.0	47.0	48.0	50.5	
ընդամենը		<b>303</b>	<b>43</b>	<b>66</b>	<b>384</b>	<b>47</b>	<b>151</b>	<b>377</b>	<b>49</b>
		<b>50.5</b>	<b>7.2</b>	<b>11.0</b>	<b>64.0</b>	<b>7.8</b>	<b>25.2</b>	<b>62.8</b>	<b>8.2</b>

Հարցվողների ընդհանուր և մարզային կյանքի վերաբերյալ տեղեկատվական աղբյուրների առունով առկա է հետևյալ ընդհանուր պատկերը (տես աղ. ՏԱ-1)։

**Աղյուսակ ՏԱ-1. Հարցվողների տեղեկատվության աղբյուրները**

հ. հ.	ընդհանուր տեղեկատվության աղբյուրները	առաջնայն ու թյունը նշողների տեսակարար կշիռը (%)	հ . հ .	մարզային կյանքի մասին տեղեկատվության աղբյուրները	առաջնայն ու թյունը նշողների տեսակարար կշիռը (%)
1	հանրային հեռ-ն	86.0	1	տեղական հեռ-ն	64.0
2	տեղական հեռ-ն	51.8	2	ընկեր-ծանոթ	62.8
3	ընկեր-ծանոթ	38.2	3	հանրային հեռ-ն	50.5
4	հանրապետ. թերթեր	24.0	4	տեղական թերթեր	25.2
5	արտասահմանյան ՉԼՄ-ներ	20.3	5	հանրապետ. թերթեր	11.0
6	աշխատակիցներ	18.2	6	այլ աղբյուր	8.2
7	տեղական թերթեր	18.0	7	տեղական ռադիո	7.8
8	հանր. ռադիո	17.8	8	հանր. ռադիո	7.2
9	ինտերնետ	17.3			
10	տեղական ռադիո	7.3			
11	այլ աղբյուր	0.8			

**Մաս 2. Հարցվողների տեղեկատվական հետաքրքրությունները**

Այս մասում քննարկվելու են հարցվողների տեղեկատվական հետաքրքրությունները տարբեր քաղաքական, հասարակական ինստիտուտների գործունեության, կյանքի տարբեր բնագավառներում տեղի ունեցող իրադարձությունների և խնդիրների վերաբերյալ (այսուհետ՝ հետաքրքրության թեմաներ)։

Հարցվողներին առաջարկվել էր 26 թեմա, մասնավորապես՝ պետական կառավարման այնպիսի ինստիտուտների գործունեության, որպիսիք են ՀՀ նախագահը, կառավարությունը և վարչապետը, Ազգային ժողովը, իրավապահ մարմինները, այդ թվում՝ դատական իշխանությունները, ապա և՝ հանրապետության ներքաղաքական կյանքն ընդհանրապես, մարդու իրավունքներին առնչվող հիմնախնդիրները, միջազգային կյանքը, Ղարաբաղի հիմնախնդիրը, հանրապետության մարզական և մշակութային կյանքը, բանակի գործունեությունը, հանրապետության տնտեսական, գիտության և տեխնիկայի ոլորտների խնդիրները, Հայ առաքելական եկեղեցու, ինչպես նաև՝ այլ կրոնական կազմակերպությունների գործունեությունը, բնակչության բարոյահոգեբանական վիճակին վերաբերող խնդիրները, մարզային իշխանությունների գործունեությունը, մարզում տեղի ունեցող քաղաքական իրադարձությունները, գյուղատնտեսության, արդյունաբերության, առևտրի և սպասարկումների, առողջապահության և սոցիալական ապահովության, տրանսպորտի և կապի, կրթության և մշակույթի ոլորտների խնդիրները, մարզում տեղի ունեցած պատահարներն ու ոստիկանության գործունեությունը և վերջապես՝ տեղական ինքնակառավարման մարմնի գործունեությունն ու համայնքային խնդիրները։

Հարցվողներին հնարավորություն էր տրվել 10 բալանոց սանդղակով գնահատել իրենց հետաքրքրությունները առաջարկված թեմաների վերաբերյալ («10»-ը նշանակում էր հետաքրքրության ամենաբարձր աստիճանի առկայություն, իսկ «1» -ը՝ հետաքրքրության խստաբացակայություն)։ Ստորև՝ տարբեր թեմաների նկատմամբ հարցվողների հետաքրքրությունների աստիճանի վերլուծության համար այդ աստիճանները կբաժանենք երեք խմբի, մասնավորապես՝

1. 8-10 գնահատականներ տված հարցվողները դասվելու են բարձր հետաքրքրություններ ունեցողների խմբին (այսուհետ՝ շատ հետաքրքրվածներ),
2. 4-7 գնահատականներ տված հարցվողները՝ միջին հետաքրքրություններ ունեցողների խմբին (այսուհետ՝ միջին հետաքրքրվածներ),
3. 1-3 գնահատականներ տված հարցվողները՝ ցածր հետաքրքրություններ ունեցողների խմբին (այսուհետ՝ չհետաքրքրվածներ):

Հետազոտության արդյունքների ամփոփումից ստացվել է հետևյալ պատկերը՝

**Կին** հարցվողներն առավելապես հետաքրքրված են իրենց մարզերի բնակչության սոցիալական ոլորտների (առողջապահություն, սոցիալական ապահովություն, կրթություն և մշակույթ) հիմնախնդիրներով, մարդու իրավունքներով, համայնքային խնդիրներով ու տեղական ինքնակառավարման մարմինների (ՏԻՄ) գործունեությամբ և այլն:

**Տղամարդ** հարցվողների առաջնային հետաքրքրության թեմաներն են Ղարաբաղի հիմնախնդիրը, մարդու իրավունքները, բանակի գործունեությունը, հանրապետության ներքաղաքական կյանքը և այլն:

Ինչպես հետազոտական մեծ համախմբում (նկատի ունենք վեց մարզերում հարցվածների բազմությունը), այնպես էլ առանձին մարզերում, թե տղամարդկանց, թե կանանց համար *ակնհայտ հետաքրքրություն չներկայացնող* թեմաներ են Հայ առաքելական եկեղեցուն և հատկապես այլ կրոնական կազմակերպություններին, ինչպես նաև՝ գիտության ու տեխնիկայի ոլորտների հիմնախնդիրներին և ընդդիմադիր կուսակցությունների գործունեությանը վերաբերող թեմաները:

Տղամարդկանց համար, մեծ համախմբի կտրվածքով, ակնհայտ անհետաքրքիր են նաև բնակչության բարոյահոգեբանական վիճակի, ինչպես նաև՝ մարզի առևտրի և սպասարկումների ոլորտի խնդիրները:

Կանանց համար անհետաքրքիր են նաև իրավապահ մարմինների գործունեությունն ու հանրապետության մարզամշակութային կյանքը: Ուշագրավն այն է, որ կարևոր ինստիտուտների (ՀՀ նախագահ, ՀՀ Ազգային ժողով, ՀՀ կառավարություն, մարզային իշխանություններ) գործունեությունը, ընդհանուր առմամբ, միջին հետաքրքրության թեմաներ են թե տղամարդկանց և թե կանանց համար: Անգամ տղամարդկանց (ովքեր ՀՀ նախագահի գործունեության նկատմամբ համեմատաբար ավելի մեծ հետաքրքրություն են դրսևորել) մոտ այդ թեման 7-րդ հորիզոնականից չի բարձրացել: Այդ թեման Արմավիրի մարզի կանանց և տղամարդկանց, Գեղարքունիքի մարզի տղամարդկանց, Լոռու և Շիրակի մարզերի կանանց, ինչպես նաև ընդհանրապես կանանց (մեծ համախմբի կտրվածքով) թեմատիկ հետաքրքրությունների «թեժ տասնյակի» մեջ չէ անգամ (հարցվողների համար առավել հետաքրքրական տասը թեմաների մասին մանրամասն տեղեկությունները ներկայացված են աղյուսակ 4 -ում (ամփոփ):

Առանձին մարզերի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունների քննարկման համատեքստում ստորև համեմատական վերլուծության համար ներկայացնելու ենք նաև համապատասխան մարզերի ՁԼՄ-ների մոնիտորինգային հետազոտությունից վերցված որոշ տվյալներ: Այն իրականացրել է *Խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեն* 2008թ. հունվար օգոստոս ամիսներին: Այսպիսի մոտեցման նպատակն է որոշակիորեն համեմատել մարզերի բնակչության տեղեկատվական հետաքրքրությունները (տեղեկատվական պահանջարկը) այն արտադրանքի հետ, որը թողարկում են մարզային ՁԼՄ-ները: Մենք այստեղ նպատակ չունենք վերլուծել մարզային ՁԼՄ-ների հաղորդումների բովանդակային կամ որակական կողմը: Մեր խնդիրն է ընդամենը ձեռքի տակ եղած տվյալների միջոցով ցույց տալ տեղեկատվական պահանջարկի ու առաջարկի քանակական համապատասխանությունը: Յուրաքանչյուր մարզի հարցվողներին առավելապես հետաքրքրող 10 թեմաները միասնական աղյուսակներով (տեղեկատվական պահանջարկի ու առաջարկի աղյուսակներ) ներկայացվելու են մարզային ՁԼՄ-ների՝ մոնիտորինգի ժամանակ գրանցված հրապարակումների ու հաղորդումների թեմաների հետ (տես աղյուսակներ ՏՊԱ 1-6):

## **Մարզերում առկա վիճակը**

**Լոռու** մարզի կանանց համար, ի թիվս մարզի սոցիալական ոլորտների և մարդու իրավունքների հիմնախնդիրների, առավել հուզող թեմաներից է նաև մեր հասարակության բարոյահոգեբանական վիճակը: Մարզի տղամարդկանց համար այս թեման իր հետաքրքրությամբ 9-րդ տեղում է: Մարզի տղամարդիկ ամենաշատ հետաքրքրությունն են ցուցաբերում բանակին, մարդու իրավունքներին, ՀՀ կառավարության գործունեությանը, միջազգային կյանքին վերաբերող թեմաների նկատմամբ: Այս մարզում ևս, ինչպես մեծ համախմբում, ամենաանհետաքրքիր թեման այլ կրոնական կազմակերպությունների գործունեությունն է: Կանանց համար առավել անհետաքրքիր են նաև հանրապետության մարզամշակութային կյանքին, գիտության ու տեխնիկայի, ինչպես նաև մարզի առևտրի ու սպասարկումների ոլորտներին վերաբերող թեմաները: Այս վերջինը, Հայ առաքելական եկեղեցու և ՏԻՄ-երի գործունեության թեմաների հետ, եզրափակում է տղամարդկանց թեմատիկ հետաքրքրությունների ցուցակը:

(Այս մարզի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունները ներկայացված են ՏՊԱ-1 աղյուսակում):

Աղյուսակ ՏՊԱ-1 (Լոռի)

ՁԼՄ անվանումը և հրապարակած կամ եթեր հեռարձակած թեման	քանակ	հարցվողների առավել հետաքրքրող 10 թեմաները	թեմաների նախընտրելիության աստիճանը	
			տղ.	կին
<b>«Լոռու մարզ» թերթի 2007 և 2008 թթ. հունվարյան մեկական համարները միասին , «ԼՈՌԻ TV»</b> հեռուստաընկերության «Մուներտիկ» լրատվական ծրագրի թողարկումներ (07-11. 01. 2008 թ.), <b>Ալավերդու «Անկյուն+3»</b> հեռուստաընկերության «Լուրեր» լրատվականի 5 թողարկումներ			տղ.	կին
ՀՀ կառ.և վարչ. գործ-ն	2	մարզի առողջապ. և սոցապ. հիմնախնդիրներ	1	
Հայ առաքելական եկեղեցու գործ-ն	2	մարդու իրավունքներ	2	2
Մարզի քաղ. կյանքը	5	ՀՀ կառավարութ. գործ-ն	3	10
Մարզի գյուղատնտ-ը և բնապահպ. խնդիրները	2	միջազգ. կյանք	4	7
Մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի խնդիրները	12	Մարզի գյուղատնտ-ը և բնապահպ. խնդիրները	5	1
Մարզի տրանսպ. և կապի ոլորտների խնդիրները	1	ՀՀ ներքաղ. կյանք	6	6
Մարզի կրթ. և մշ-թ ոլորտի խնդիրները (նաեւ՝ սպորտ)	10	ՀՀ ԱԺ գործ-ն	7	
ՏԻՄ-երի գործ-ն և համայնքային խնդիրներ	7	ՀՀ նախագահ	8	
ՀՀ ներքաղաքական կյանքն րնդհանրապես	8	ՀՀ հաս-ան բարոյահոգեբ. վիճակ	9	3
Մարզում տեղի ունեցած պատահարներն ու ոստիկանության գործ-ն	1	մարզի քաղ. կյանք	10	8
միջազգ. կյանք	2	մարզի կրթ և մշթ. ոլորտի հիմնախնդիրներ		4
Մարզի առևտրի և սպասարկումների ոլորտի խնդիրներ	1	բանակի գործ-ն.		5
ԱՅԼ	11	մարզի իշխ-երի գործ-ն		9

**Գեղարքունիքի** մարզի հարցվողները հետազոտված մյուս մարզերի համեմատ առավել հետաքրքրասերներն են: Թեմաների ճնշող մեծամասնության նկատմամբ այս մարզի հարցվողները մեծ հետաքրքրություն են ցուցաբերել. առաջարկված 26-ից 22-ի նկատմամբ այս մարզի տղամարդ հարցվողների առնվազն կեսից ավելը նշել է հետաքրքրվածության բարձրագույն աստիճան, իսկ 15 թեմաների նկատմամբ այդ խմբի ավելի քան 80 %-ն է ցուցաբերել բարձրագույն աստիճանի հետաքրքրվածություն:

Այս մարզի կանայք նույնպես աչքի են ընկնում հետաքրքրվածության բարձր աստիճանով: Վերջիններիս առնվազն կեսից ավելիի համար մեծ հետաքրքրության առարկա են առաջարկված 26 թեմաներից 19-ը: Այնուամենայնիվ, հետաքրքրվածության այսպիսի բարձր աստիճանի պայմաններում, այս մարզի և տղամարդ, և կին համարյա բոլոր հարցվողների համար հետաքրքրության թիվ 1 առարկան ՏԻՄ-երի գործունեությունն է ու համայնքային խնդիրները (այս հարցի նկատմամբ առավելագույն հետաքրքրություն են դրսևորել տղամարդկանց 95.5 և կանանց 98.1 %-ը): Մարզի կարևոր առանձնահատկություններից մեկն էլ կանանց ու տղամարդկանց կողմից մինևույն թեմաների հավասար կարևորման իրողությունն է, որը, թերևս, խոսում է այդ հիմնախնդիրների օբյեկտիվ սրվածության մասին: Կարևորությամբ 2-րդ թեման այս մարզի երկու սեռի հարցվողների համար էլ նույնն է՝ մարզի առողջապահության և սոցիալական ապահովության խնդիրները :

Կարևորությամբ հաջորդ թեմայի հարցում կանանց ու տղամարդկանց դիրքորոշումները մի փոքր տարբերվում են. կանանց համար թիվ 3 թեման մարզի կրթության և մշակույթի ոլորտների խնդիրներն են, իսկ ահա տղամարդկանց համար՝ բանակի գործունեությունը: Հետաքրքիրն այն է, որ մարզի գյուղատնտեսության հիմնախնդիրները կրկին երկու սեռերի հարցվողների կողմից դիտվել են որպես հավասար բարձր աստիճանի կարևորության թեմա:

Երկու խմբերի համար նույնական են նաև անհետաքրքիր թեմաները. և կանայք, և տղամարդիկ հետաքրքրվածության առումով բոլոր թեմաներից վերջին տեղերում են դրել այլ կրոնական կազմակերպությունների, ընդդիմադիր կուսակցությունների, իրավապահ մարմինների գործունեությանը վերաբերող, ինչպես նաև՝ գիտության և տեխնիկայի ոլորտին առնչվող թեմաները:

«Անհետաքրքիր» թեմաների առումով որոշակի տարբերություն կա թերևս մեր հասարակության բարոյահոգեբանական վիճակին առնչվող խնդիրների վերաբերյալ, որը տղամարդ հարցվողների կողմից ևս դասվել է առավել անհետաքրքիր թեմաների շարքում, սակայն կանայք, ինչպես մարզերի մեծ մասում, այստեղ ևս այն որոշակիորեն կարևորել են՝ դասելով միջին հետաքրքրություն ներկայացնող թեմաների շարքում:

(Այս մարզի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունները ներկայացված են ՏՊԱ-2 աղյուսակում):

Աղյուսակ ՏՊԱ-2 (Գեղարքունիք)

ՁԼՍ անվանումը և հրապարակած կամ եթեր հեռարձակած թեման	քանակը	հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները	թեմաների նախընտրելիության աստիճանը	
			տղ.	կին
«Սևան» թերթ (16. 04. 2008) «Քյավառ» հեռուստաընկերության «Լուրեր» լրատվական ծրագիր (12 ու 16. 04 2008 և 23 ու 27. 08. 2008 թ.) «STV1» հեռուստաընկերության «Համայնքապատկեր» կիրակնօրյա լրատվական-վերլուծական ծրագիր (13.04. 2008), «Լրատու» լրատվական ծրագիր (12, 14, 15, 17. 04. 2008 և 21-23., 25-26. 08. 2008 թ.)				
ՀՀ կառավարության և վարչապետի գործունեությունը	1	ՏԻՄ-ի գործն.	1	1
Հանրապետության ներքաղաքական կյանքն ընդհանրապես	1	մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի հիմնախնդիրներ	2	2
Բանակի գործունեությունը և խնդիրները	1	բանակի գործն.	3	
Հայ առաքելական եկեղեցու	1	մարզի գ-տնտ. ոլորտի	4	4

գործունեությունը		հիմնահարցեր		
Մարզի գ-տնտ. և բնապահպ. խնդիրներ	8	մարզի կրթ և մշթ.	5	3
Մարզի կրթ. և մշթ. ոլորտի խնդիրներ (նաեւ՝ սպորտ)	28	ՀՀ կառավարության գործունեությունը	6	9
Մարզում տեղի ունեցած պատահարներն ու ոստիկանութ. գործն.	2	ներքաղ. կյանք	7	
ՏԻՄ-երի գործն. և համայնքային խնդիրներ	15	Ղարաբաղյան հիմնախնդ.	8	5
Մարզի առևտրի և սպասարկմ. ոլորտի խնդիրներ	2	մարզի իշխ-եր	9	6
Մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի խնդիրներ	5	մարզի տր. և կապ	10	7
ԱՅԼ	2	ՀՀ նախագահ		8
		մարդու իրավունք.		10

**Շիրակի** մարզի կին և տղամարդ հարցվողների կարծիքները ևս ամենահետաքրքիր թեմայի՝ ՏԻՄ-երի գործունեության ու համայնքային խնդիրների հարցում համընկել են, սակայն կարևորությամբ հաջորդ թեմաները այդ երկու խմբերի համար տարբեր են: Մասնավորապես, եթե տղամարդկանց համար հետաքրքրությամբ երկրորդից-հինգերորդ տեղերում են, համապատասխանաբար, հանրապետության ներքաղաքական կյանքը (կանանց խմբի համար այս թեման հինգերորդ տեղում է), մարզի առողջապահության և սոցիալական ապահովության, տնտեսության զարգացման, ինչպես նաև՝ հանրապետության մարզամշակութային կյանքին առնչվող խնդիրները, ապա կանանց համար բարձրագույն հետաքրքրություն են ներկայացնում, համապատասխանաբար, միջազգային անցուղարձին, մարզի ներքաղաքական կյանքին, ինչպես նաև՝ մարզի ոստիկանության գործունեությանն առնչվող խնդիրները:

Այս մարզում ևս կանանց և տղամարդկանց համար ամենամեծ հետաքրքիր թեմաներից են այլ կրոնական կազմակերպությունների, հանրապետության իրավապահ մարմինների գործունեության թեմաները և այլն: Տղամարդկանց համար վերջին տեղում է հասարակության բարոյա հոգեբանական խնդիրների թեման, որը կանանց համար ևս առանձնապես հետաքրքիրներից չէ (20-րդ տեղում):

(Այս մարզի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունները ներկայացված են ՏՊԱ-3 աղյուսակում):

Աղյուսակ ՏՊԱ-3 (Շիրակ)

ԶԼՄ անվանումը և հրապարակած կամ եթեր հեռարձակած թեման	քանակը	հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները	թեմաների նախընտրելիության աստիճանը	
			տղ.	կին
<b>«Կուճարի» թերթի 2008 թ. 1 համար / մարտի 21-ից 27-ը/:</b> <b>«Ցայգ»</b> հեռուստաընկերության «Ազդարար» լրատվական ծրագիր (2008թ. մարտի 21, 22, 24-27. թ.) <b>«Գալա»</b> հեռուստաընկերություն «Գալա News» լրատվական ծրագիր (2008թ. մարտի 21, 22, 24-27.)				
ՀՀ նախագահի գործն.	3	ՏԻՄ-ի գործն. և համայնքային խնդիրներ	1	1
ՀՀ ԱԺ գործն.	1	ներքաղ. կյանք	2	5
ՀՀ կառ. և վարչապետի գործն.	12	մարզի առ և սպասարկ. ոլորտի խնդիրներ	3	
Հանրապետ. տնտ-ին վերաբերող խնդիրները	2	ՀՀ տնտեսութ-ն	4	8
Հայ առաքելական եկեղեցու գործն.	5	ՀՀ մարզամշ. կյանք	5	
Մարզի գ-տնտ. և բնապահպ. խնդիրներ	1	ՀՀ կառավարութ. գործն.	6	9

Մարզի արդյունաբերության խնդիրներ	1	ՀՀ ԱԺ գործն.	7	
Մարզի առևտր. և սպասարկ. ոլորտի խնդիրները	2	մարզի ոստիկանութ.	8	4
Մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի խնդիրներ	7	ՀՀ նախագահի գործն.	9	
Մարզի կրթ. և մշթ. ոլորտի խնդիրները (նաեւ՝ սպորտ)	19	մարդու իրավունքներ	10	7
Հանրապետութ. ներքաղ. կյանքն րնդհանրապես	18	միջազգ. կյանք		2
Միջազգային կյանք	75	մարզի ներքաղ. կյանք		3
Ղարաբաղի հիմնախնդիր	1	մարզի արդյունաբերություն		6
Հանրապետութ. մարզ. և մշթ. կյանք	3	ընդդիմադիր կուս-երի գործն.		10
Բանակի գործն. և խնդիրները	2			
Այլ կրոն. կազմ-երի գործն.	1			
Ընդդիմադիր կուս-երի գործ-ն	6			
Մարզում տեղի ունեցած պատահար ներն ու ոստիկանութ. գործ-ն	15			
ՏԻՄ գործն. և համայնքային խնդիրներ	12			
ՀՀ իրավապահ մարմինների, այդ թվում՝ դատական իշխ-երի գործ-ն	7			
Մարդու իրավունքներ	6			
Բնակչության բարոյահոգեբանական վիճակ	1			
ԱՅԼ (հիմնականում Խոսքի ազատության եւ ԳԱԼԱ-ի իրադարձություններ և միջազգային սպորտ)	47			

**Տավուշի** մարզում կանանց և տղամարդկանց թեմատիկ հետաքրքրությունների աստիճանը ևս մեծամասամբ համընկնում է: Մասնավորապես, և կանանց, և տղամարդկանց համար առավել հետաքրքրություն ներկայացնող 5 թեմաներից երեքը նույնն են՝ մարզի սոցիալական պաշտպանության, այդ թվում՝ կրթամշակութային խնդիրները, համայնքային խնդիրներն ու ՏԻՄ-երի գործունեությունը: Տղամարդկանց թեմատիկ հետաքրքրությունների առաջին հնգյակում են նաև մարդու իրավունքներն ու Ղարաբաղյան հիմնախնդիրը, իսկ կանանց, համապատասխանաբար, բանակի գործունեությանն ու Հայաստանի տնտեսության զարգացմանն առնչվող հիմնախնդիրները: Այս մարզի հարցվողների երկու խմբերի համար ևս առավել անհետաքրքիր թեմաներ են մնում Հայ առաքելական եկեղեցու և այլ կրոնական կազմակերպությունների գործունեության և այլ թեմաներ:

(Այս մարզի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունները ներկայացված են ՏՊԱ-4 աղյուսակում):

Աղյուսակ ՏՊԱ-4 (Տավուշ)

ՁԼՄ անվանումը և հրապարակած կամ եթեր հեռարձակած թեման	քանակ	հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները	թեմաների նախընտրելիության աստիճանը	
			տղ.	կին
«Քամուտ» հեռուստաընկերության «Լուրեր» լրատվական ծրագիր (2008 թ. մայիսի 04-06 եւ 08-09, 2008 թ. սեպտ. 6-11)				
ՀՀ կառավարության և վարչապետի գործունեությունը	1	մարզի առողջապ. և սոցապ.	1	5



Հայ առաքելական եկեղեցու գործունեությունը	1	մարդու իրավունք.	2	9
Մարզի գյուղատնտեսությանը և բնապահպանությանը վերաբերող խնդիրները	2	մարզի կրթ և մշթ.	3	2
Մարզի կրթության և մշակույթի ոլորտի խնդիրները (նաեւ՝ սպորտ)	2	ՏԻՄ-ի գործն.	4	1
Մարզի առևտր. և սպասարկ. ոլորտի խնդիրներ	1	Ղարաբաղյան հիմնախնդ.	5	
ԱՅԼ (զոհվածների ոգեկոչում, մարդկային ճակատագիր և այլն)	3	ՀՀ կառավարութ.	6	
		ՀՀ նախագահ	7	10
		բանակի գործն.	8	3
		ներքաղ. կյանք	9	
		ՀՀ տնտեսութ-ն	10	4
		ՀՀ մարզամշ. կյանք		6
		մարզի իշխ-եր		7
		մարզի քաղ. կյանք		8

**Արմավիրի** մարզում ևս հարցվողների համար առավել հետաքրքրություն ներկայացնողները սոցիալ-տնտեսական թեմաներն են, մասնավորապես՝ մարզի տղամարդկանց առավել հետաքրքրում են հանրապետության տնտեսությանն ու մարզի գյուղատնտեսությանն առնչվող թեմաները: Այս խմբի համար հետաքրքրությամբ հաջորդ երեք թեմաներն արդեն քաղաքական բնույթի են, համապատասխանաբար՝ մարդու իրավունքները, մարզային իշխանությունների գործունեությունն ու մարզի ներքաղաքական կյանքը:

Կանանց համար առավել մեծ հետաքրքրություն ներկայացնող 5 թեմաներից 3-ը ևս սոցիալ-տնտեսական են՝ մարզի սոցիալական պաշտպանության ոլորտի տարբեր ենթաօլորտներին, ինչպես նաև՝ գյուղատնտեսության հիմնախնդիրներին առնչվող թեմաները: Այս խմբի համար, սակայն, հետաքրքրության աստիճանով երկրորդ տեղում է հասարակության բարոյահոգեբանական հիմնախնդիրների թեման (տղամարդկանց համար այն միջին հետաքրքրության թեմա է) և, թերևս դրա հետ կապված, նաև՝ մարզի ոստիկանության գործունեությունը: Ի դեպ, այս վերջին թեման առաջնային հետաքրքրության թեմա է նաև այլ մարզերի կին հարցվողների համար:

Անհետաքրքիր թեմաների առումով կանանց ու տղամարդկանց կարծիքները համընկնում են եկեղեցու և հատկապես այլ կրոնական կազմակերպությունների, իրավապահ մարմինների գործունեությանը, գիտության և տեխնիկայի հիմնախնդիրներին, հանրապետության մարզամշակութային կյանքին առնչվող թեմաների հարցում: Այս երկու խմբերի համար էլ ՀՀ նախագահի գործունեության թեման հետաքրքրությամբ ընդամենը 18-րդ տեղում է, կառավարության ու Ազգային ժողովի (հատկապես տղամարդկանց համար) գործունեությունը այս մարզում ավելի անհետաքրքիր թեմաներ են:

(Այս մարզի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունները ներկայացված են ՏՊԱ-5 աղյուսակում):

#### Աղյուսակ ՏՊԱ-5 (Արմավիր)

ՁԼՄ անվանումը և հրապարակած կամ եթեր հեռարձակած թեման	քանակ ը	հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները	թեմաների նախընտր ե լիության աստիճան ը	
«ԱԼՏ» հեռուստաընկերության «Մունեստիկ վերլուծական» շաբաթօրյա լրատվական-վերլուծական ծրագիր (16.02. 2008 թ.			տղ.	կին

և 22. 06. 2008) և «ՄուՆետիկ» լրատվական(14 -20. 02. 2008 թ. և 16-21. 06. 2008)				
ՀՀ նախագահի գործունեությունը	3	ՀՀ տնտեսութուն	1	8
ՀՀ կառավարության և վարչապետի գործունեությունը	7	մարզի գ-տնտ.	2	3
Հանրապետութ. ներքաղ. կյանքն ընդհանրապես	22	մարդու իրավունքներ	3	6
Միջազգային կյանք	37	մարզի իշխ-երի գործն.	4	
Ղարաբաղի հիմնախնդիր	1	մարզի քաղ. կյանք	5	
Հայ առաքելական եկեղեցու գործ-ն	2	մարզի ոստիկանութ. գործն.	6	5
Հանրապետության մարզական և մշակութային կյանքը	6	մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի խնդիրներ	7	1
Բանակի գործունեությունը և խնդիրները	1	Ղարաբայան հիմնախնդիր	8	10
Հանրապետության տնտեսությանը վերաբերող խնդիրները	3	բանակի գործն.	9	
Բնակչության բարոյահոգեբանական վիճակին վերաբերող խնդիրները	2	ՀՀ ներքաղ. կյանք	10	
Մարզի քաղ. իրադարձություններ	7	ՀՀ հաս-ն. բարոյահոգեբ. վիճակ		2
Մարզի գյուղատնտեսությանը և բնապահպանությանը վերաբերող խնդիրները	3	մարզի կրթ և մշթ. ոլորտի խնդիրներ		4
Մարզի առևտրի և սպասարկումների ոլորտի խնդիրները	3	մարզի տր. և կապի ոլորտի խնդիրներ		7
Մարզի առողջապ. և սոցապ. ոլորտի խնդիրներ	7	ՏԻՄ-ի գործն. և համայնքային խնդիրներ		9
Մարզի տրանսպ. և կապի ոլորտների խնդիրներ	1			
Մարզի կրթ. և մշթ. ոլորտի խնդիրներ (նաեւ՝ սպորտ)	14			
Մարզում տեղի ունեցած պատահարներն ու ոստիկանութ. գործ-ն	2			
ՏԻՄ-երի գործն և համայնքային խնդիրներ	1			
ԱՅԼ	5			

Թեմատիկ հետաքրքրությունների առումով, **Սյունիքի** մարզը ևս առանձնահատուկ է, սակայն այստեղ, ի տարբերություն Գեղարքունիքի մարզի, ակնհայտ է թեմաների մեծ մասի նկատմամբ ցածր հետաքրքրվածությունը: Այստեղ միակ թեման, որի նկատմամբ ակնհայտ բարձր հետաքրքրություն է արտահայտել հարցվող տղամարդկանց մոտ 80 %-ը և կանանց շուրջ 2/3-ը՝ Ղարաբաղի հիմնախնդիրն է: Այս թեմայից բացի, ընդամենը ևս 3 թեմաներ կան, որոնք մարզի տղամարդ հարցվողների կեսից մի քիչ ավել մասի համար մեծ հետաքրքրություն են ներկայացնում: Դրանք են՝ միջազգային կյանքը (58.1%), ՀՀ կառավարության գործունեությունն ու մարդու իրավունքները (54-ական %): Կանայք շատ ավելի «անհետաքրքրասեր» են. Ղարաբայան հիմնախնդրից զատ, ընդամենը ՀՀ կառավարության գործունեությունն է, որի նկատմամբ կանանց զոնե 30%-ը մեծ հետաքրքրություն է դրսևորել:

Սյունիքում տղամարդկանց համար առավել անհետաքրքիր թեմաներն են մարզի սոցիալ-կենցաղային ենթակառուցվածքների, եկեղեցու և այլ կրոնական կազմակերպությունների գործունեությունը (այս վերջինները՝ ինչպես բոլոր մարզերում): Կանանց համար առավել անհետաքրքիր են մարզի արդյունաբերության և գյուղատնտեսության խնդիրները: Սյունեցի կին հարցվողներին, ի տարբերություն այլ մարզերի կանանց, մեր հասարակության բարոյահոգեբանական վիճակին առնչվող խնդիրներն այնքան էլ չեն հետաքրքրում:

(Այս մարզի հարցվողների թեմատիկ հետաքրքրությունները ներկայացված են ՏՊԱ-6 աղյուսակում):

Աղյուսակ ՏՊԱ-6 (Սյունիք)

ՁԼՄ անվանումը և հրապարակած կամ եթեր հեռարձակած թեման	քանակը	հարցվողներին առավել հետաքրքրող 10 թեմաները	թեմաների նախընտրելիության աստիճանը	
			տղ.	կին
<b>«Սյունյաց երկիր» թերթի 2008թ. հունիսի 24-ի համարը, «Ջանգեզուր» թերթի 2008թ. հունիսի 25-ի համարը «ԼԱՍՏ» հեռուստաընկերություն (Գորիս) «ԼՈՒՐԵՐ» լրատվական ծրագիր (22. 07. 2008 թ.) «ՍՈՍԻ» հեռուստաընկերություն (Կապան) «Լուրեր» լրատվ. ծրագիր (21 - 25. 07. 2008 թ.)</b>				
ՀՀ նախագահի գործն.	1	Ղարաբաղյան հիմնախնդիր	1	1
ՀՀ կառ. և վարչապետի գործն.	5	միջազգ. կյանք	2	
ՀՀ ԱԺ գործն.	1	ՀՀ կառավարութ. գործն.	3	2
ՀՀ ներքաղ. կյանքն ընդհանրապես	1	մարդու իրավունքներ	4	7
Ղարաբաղյան հիմնախնդիրը	1	մարզի իշխ-երի գործն.	5	6
Հանրապետութ. մարզ. և մշթ. կյանքը	2	ՀՀ ԱԺ գործն.	6	4
Հանրապետութ. տնտ. խնդիրները	1	ՀՀ նախագահի գործն.	7	9
Ընդդիմադիր կուս-երի գործն.ը	1	մարզի քաղ. կյանք	8	5
մարզային իշխ-երի գործն.	1	ՀՀ ներքաղ. կյանք	9	
Մարզի քաղ. կյանքը	2	ընդդիմադիր կուս-երի գործն.	10	
Մարզի գ-ըտնտ. և բնապահպ. խնդիրները	2	բանակի գործն.		3
Մարզի արդյունաբերության խնդիրները	3	գիտ. և տեխն. խնդիրներ		8
Մարզի առողջապ. և սոցապ ոլորտի խնդիրները	4	ՏԻՄ-ի գործն. և համայնքային խնդիրներ		10
Մարզի տրանսպ. և կապի ոլորտների խնդիրները	4			
Մարզի կրթ. և մշթ. ոլորտի խնդիրները (նաեւ՝ սպորտ)	15			
ՏԻՄ-երի գործն և համայնքային խնդիրները	5			
Բանակի գործն. և խնդիրները	2			
Մարզում տեղի ունեցած պատահարներն ու ոստիկանութ. գործն.	3			
ԱՅԼ	2			

Ինչպես երևում է խոսքի ազատության պաշտպանության կոմիտեի իրականացրած մոնիտորինգի արդյունքների և ներկա հետազոտության արդյունքների համադրումից, մարզերում

բավականաչափ քանակական և թեմատիկ անհամապատասխանություն կա բնակչության համար կարևոր տեղեկատվական պահանջումներին (թեմատիկ հետաքրքրություններ) և ՁԼՄ-ների կողմից այդ պահանջումներին բավարարությանն ուղղված տեղեկատվական արտադրանքի (թեմատիկ առաջարկի) միջև, որի պատճառների բացահայտումը առանձին և մանրամասն վերլուծության խնդիր է:

### **Մաս 3. Մարզային ՁԼՄ-ներից օգտվելու աստիճանը**

Այս մասում ներկայացվում են հետևյալ երկու խնդիրների վերաբերյալ ստացված արդյունքները՝

1. որքա՞ն ժամանակ են հարցվողները օգտվում մարզային ՁԼՄ-ներից (հատկապես հեռուստաընկերություններից): Այսինքն՝ որ հեռուստաընկերություններն են դիտում և միջին հաշվով օրական քանի ժամ,
2. ի՞նչ կարծիքի են հարցվողները մարզային և համերկրային ՁԼՄ-ների անաչառության մասին:

#### **Հեռուստաալիքների դիտումը**

Ինչ վերաբերում է մարզային հեռուստաալիքների դիտման տևողությանը, ապա, ընդհանուր առմամբ, առավել մեծ տեսակարար կշիռ ունեն 3-5 ժամ դիտողները: Ընդ որում, այս խմբում գերակշռում են կանայք, հատկապես 3-4 ժամ դիտողների խմբում (57.4%): Պետք է նշել, որ բոլոր հարցվողները չէ, որ դիտում են մարզային հեռուստաընկերությունների հաղորդումները, ուստի ստորև մեր կողմից ներկայացվող տոկոսներն արտահայտում են ոչ թե այս կամ այն խմբի տեսակարար կշիռը բոլոր հարցվողների համախմբում, այլ միայն դիտողների համախմբում:

1-3 ժամ դիտողները կազմում են բոլոր դիտողների մոտ 30 %-ը: Այստեղ ևս գերակշռում են կանայք :

Վեց ժամից ավելի դիտողները կազմում են բոլոր դիտողների 8 %-ից էլ քիչ մասը: Եթե 1-2 ժամ դիտողների խմբում համեմատաբար առավել մեծ տեսակարար կշիռ ունեն 19-29 տարեկան հարցվողները՝ կրկին կանանց գերակշռությամբ, ապա 2-3 ժամ դիտողների խմբում առաջատարը դառնում է 60-ից բարձր տարիքի հարցվողների խումբը՝ կանանց գրեթե 1.5 անգամ գերակշռությամբ: 3-4 ժամ դիտողների խմբում ակնհայտ առաջատար է դառնում 40-49 տարեկան կանանց խումբը (այդքան ժամանակ դիտողների 15.5%-ը): 4-5 ժամ դիտողների խմբում կրկին առաջատար են դառնում երիտասարդ՝ 19-29 տարեկան կանայք (ավելի քան 15 %): Այդքան ժամանակ դիտող տղամարդկանց խմբում առաջատարը 40-49 տարեկանների խումբն է (14.2 %):

6-8 ժամ դիտողների խմբում կրկին առաջատար են դառնում 60-ից բարձր տարիքի հարցվողները: Ընդ որում, սա միակ խումբն է, որտեղ գրեթե կրկնակի գերակշռություն ունեն տղամարդիկ: Սա թերևս, առաջին հերթին, բացատրվում է 60-ից բարձր տարիքի անձանց ազատ ժամանակի մեծ քանակով:

#### **ՁԼՄ-ների անաչառությունը**

Ներկա հետազոտության կարևորագույն խնդիրներից մեկը ՁԼՄ-ների անաչառության՝ հարցվողների գնահատականի պարզումն էր:

Հարցվողներին առաջարկվել էր եռաստիճան համակարգով գնահատել ամենամեծ մասսայականություն ունեցող ՁԼՄ-ների երեք հիմնական տեսակների՝ համերկրային հեռուստաալիքների (ՀՀԸ), մարզային հեռուստաալիքների (ՄՀԸ) և մարզային թերթերի (ՄԹ) անաչառությունը: Դրա համար առաջարկվել էր, որ հարցվողներն առանձին-առանձին գնահատեն, թե ՀՀԸ-ները, ՄՀԸ-ները և ՄԹ-ները իրենց հաղորդումներում (հրապարակումներում) արտահայտում են՝

- միայն մի կողմի տեսակետը (խիստ միակողմանի)
- մեծ մասամբ արտահայտում են մի կողմի տեսակետը (հիմնականում միակողմանի)
- հավասարապես արտահայտում են բոլոր կողմերի տեսակետները (հավասարակշռված):

## Համերկրային հեռուստաալիքների անաչառությունը

Հետազոտության արդյունքում պարզվեց, որ հարցվողների ավելի քան 42 %-ը իբրև «խիստ միակողմանի» է գնահատում ՀՀ-ների հաղորդումները, 48.5%-ը՝ «հիմնականում միակողմանի» և միայն 8.5 %-ն է դրանք գնահատել իբրև «հավասարակշռված»: Ընդ որում, եթե Արմավիրի և Տավուշի մարզերում իբրև «խիստ միակողմանի» գնահատողների տեսակարար կշիռը չի անցնում 40%-ից, ապա մյուս չորս մարզերում այդ նույն գնահատականը տված հարցվողների միջին տեսակարար կշիռն անցնում է 44%-ից:

«խիստ միակողմանի» և «հիմնականում միակողմանի» գնահատականներ տվածների (ընդհանուր առմամբ՝ ՀՀ-ներին «ոչ անաչառ» գնահատածների) խմբում, որպես կանոն գերակշռում են տղամարդիկ: «Ոչ անաչառ» գնահատածների մոտ նկատվում է տարիքի մեծացման հետ գնահատականի խստացման միտում, հատկապես քաղաքաբնակների շրջանում: Օրինակ՝ Արմավիրի և Տավուշի մարզերում 60-ից բարձր տարիքի և տղամարդկանց, և կանանց 50%-ը ՀՀ-ների հաղորդումները գնահատել է իբրև «խիստ միակողմանի»: Առավել մեծ դժգոհություն են ցուցաբերել այդ երկու մարզերի 40-49 տարեկան տղամարդիկ, որոնցից ոչ ոք ՀՀ-ների հաղորդումները չի գնահատել «հավասարակշռված» (նրանց մոտ 53%-ը գնահատել է «խիստ միակողմանի»): «Հավասարակշիռ» գնահատածների մեջ նշանակալիորեն գերակշռում են կանայք, հատկապես Արմավիրի և Տավուշի մարզերում, որտեղ այդպիսի գնահատական տված կանանց թիվը 3.5 անգամ գերազանցում է այդ կերպ գնահատող տղամարդկանց թվից (մյուս չորս մարզերում նմանատիպ գնահատական տված տղամարդկանց ու կանանց տեսակարար կշիռները հավասար են):

Հետաքրքիր հարաբերակցություն է նկատվել ՀՀ-ների անաչառության գնահատականների և կրթության աստիճանի միջև: Հակառակ սպասվածի, կրթական աստիճանի բարձրացման հետ թեկուզև ոչ կտրուկ, սակայն նվազում է խիստ գնահատականներ տվողների թիվը: Առավել խիստ գնահատականներ տվողները ոչ լրիվ միջնակարգ կրթություն ունեցողներն են՝ անկախ սեռից և բնակավայրից: «Հավասարակշիռ» գնահատողների խմբում համեմատաբար գերակշռում են միջնակարգ կրթություն ունեցող հարցվողները:

## Մարզային հեռուստաալիքների անաչառությունը

Քանի որ ոչ բոլոր հարցվողներն են դիտում ՄՀ-ների հաղորդումները, ուստի վերջիններիս հաղորդումների անաչառությունը գնահատել է հարցվողների 87.5%-ը միայն: Ստորև ներկայացվելիք տոկոսները հաշվարկված են ՄՀ-ների հաղորդումների անաչառությունը գնահատած համախմբի համեմատ: Այստեղ, ի տարբերություն ՀՀ-ների, բավականաչափ փոխվում է պատկերը: Երեք անգամ նվազում է ՄՀ-ների հաղորդումներին «խիստ միակողմանի» գնահատական տվողների տեսակարար կշիռը (13.7%): Մի փոքր նվազում է նաև «հիմնականում միակողմանի» կամ միջին գնահատական տվողների տեսակարար կշիռը: Կտրուկ՝ ավելի քան 4 անգամ մեծանում է հաղորդումները «հավասարակշիռ» գնահատածների տեսակարար կշիռը: Հաղորդումների անաչառության աստիճանով առավելապես բավարարված են Տավուշի և Արմավիրի մարզերի հարցվողները (կանաց 44.4 և տղամարդկանց՝ 47.1%-ը): Այս երկու մարզերում «խիստ միակողմանի» են գնահատել միայն 3.2 տոկոսը, այն էլ՝ հիմնականում տղամարդիկ: Կրթական աստիճանի աճի հետ նկատվում է միջին գնահատական տվողների տեսակարար կշիռի աճի միտում: Նման միտում նկատվում է նաև ՄՀ-ների հաղորդումները «հավասարակշիռ» գնահատողների շրջանում:

Մյուս չորս մարզերում խիստ գնահատական տվողները կազմում են մոտ 20%-ը: Ավելի քան 47%-ը տվել է միջին գնահատական, իսկ 1/3-ը՝ բավարարված է հաղորդումների անաչառությամբ: Այս մարզերում բացասական գնահատական տվածների խմբում ավելի քան 13%-ով գերակշռում են կանայք: Բացասական գնահատող քաղաքաբնակ տղամարդկանց խմբում տարիքի մեծացման հետ նկատվում է խստության աստիճանի մեծացում: Գյուղաբնակ տղամարդկանց խմբում նկատվում է հակառակ միտումը՝ առավել բացասական են գնահատել երիտասարդները: Բացասական

գնահատականներ տված կանանց խմբում առավել «անողորմները» միջին տարիքի հարցվողներն են՝ և գյուղում, և քաղաքում:

Միջին գնահատական տված քաղաքաբնակ տղամարդկանց խմբում տարիքի մեծացման հետ նկատվում է այդպիսի գնահատական տվողների տեսակարար կշռի նվազման միտում: Նման գնահատական տված գյուղաբնակ հարցվողների խմբում համեմատաբար գերակշռում են երիտասարդ և տարեց հարցվողները: Համարյա նույն միտումներն են նկատվում նաև միջին գնահատական տված կանանց խմբում: Կրթության աստիճանի հետ կապված միակ օրինաչափությունը դիտվում է ՄՅԸ-ների մեկնաբանությունները «հավասարակշիռ» գնահատած տղամարդկանց խմբում, որտեղ կրթության աստիճանի աճի հետ կտրուկ աճում է հաղորդումների անաչառությունից զուտ հարցվողների տեսակարար կշիռը:

## Մարզային թերթերի անաչառությունը

Մարզային թերթերը կարդում են հարցվողների մոտ 73%-ը: Արմավիրի ու Տավուշի մարզում ՄԹ կարդացողների տեսակարար կշիռը 51.5% է, իսկ մյուս չորս մարզերում՝ 83.5%: Որքան էլ զարմանալի է, ՄԹ-երի ընթերցողների թվում ավելի մեծ տեսակարար կշիռ ունեն գյուղաբնակ հարցվողները (Արմավիրի և Տավուշի մարզերում՝ 58.3, իսկ մյուս 4 մարզերում՝ 52.3%): Արմավիրի և Տավուշի մարզերի ՄԹ ընթերցողների տարիքային կազմում գերակշռում են շատ երիտասարդները և ամենատարեցները: Մյուս չորս մարզերում նկատվում են հետևյալ միտումները՝

- քաղաքաբնակ տղամարդկանց թվում նշանակալի գերակշռում են 18-29 տարեկանները,
- գյուղաբնակ երիտասարդների մոտ կա որոշակի գերակշռություն,
- քաղաքաբնակ կանանց խմբում համեմատաբար մեծ տեսակարար կշիռ ունեն 40-49 տարեկանները,
- գյուղաբնակ կանանց շրջանում համեմատաբար շատ են ՄԹ ընթերցում տարեցներն ու 30-39 տարեկանները:

Ինչ վերաբերում է ՄԹ հրապարակումների անաչառությանը, ապա հետազոտության արդյունքում պարզ դարձավ, որ ՄԹ-երի անաչառությանը ամենախիստ գնահատական է տվել հարցվողների 21.3 %-ը, միջին գնահատական է տվել 51.3%-ը և բարձր գնահատական է տվել 28.4%-ը: Ընդ որում, Արմավիրի ու Տավուշի մարզերում խիստ գնահատողների տեսակարար կշիռը մոտ 5 անգամ քիչ է մյուս 4 մարզերի այդ նույն ցուցանիշի համեմատ: Արմավիրում և Տավուշում տղամարդիկ ավելի բացասական են գնահատել ՄԹ անաչառությունը, սակայն միջին գնահատական տվողների խմբում մոտ 1.5 անգամ գերակշռում են կանայք: Մյուս չորս մարզերում միասին վերցված կանայք ավելի քննադատաբար են մոտեցել ՄԹ-երին (կազմում են բացասական գնահատողների ավելի քան 55% -ը): Նմանատիպ միտում կա նաև միջին գնահատականներ տվողների խմբում: Բարձր գնահատողները, այսինքն նրանք, ովքեր նշել են ՄԹ-երի հավասարակշիռ մոտեցումը՝ համարյա հավասար են երկու սեռային խմբերում էլ:

Առավել քննադատական մոտեցում ունեցողների խմբում մոտ երեք անգամ գերակշռում են քաղաքաբնակները: Կրթության աստիճանի հետ կապված մեծանում է «հավասարակշիռ» գնահատածների տեսակարար կշիռը: Այս վերջին միտումն ավելի ակնհայտ է տղամարդ հարցվողների մոտ: