

**Ամանորը որպես տեղեկատվական օրակարգի թեմա
(News.am և Tert.am լրատվական կայքերի օրինակով)**

*Նաղաշ Մարտիրոսյան
Անահիտ Մենենշյան
Տարոն Դանիելյան*

DOI: <https://doi.org/10.58726/27382915-2024.2-89>

Հանգուցային բառեր. լրատվամիջոցներ, լուրեր, տոն, շոու բիզնես, սպորտ, քաղաքականություն

Ներածություն

Տեղեկատվական օրակարգի թեման մշտապես եղել և մնում է մեդիայի պատմությամբ և տեսությամբ զբաղվող գիտնականների ուսումնասիրության առարկա: Մեդիայի բնույթով, տեսակով, քաղաքական, սոցիալ-մշակութային միջավայրերով պայմանավորված փոփոխվել է տեղեկատվական օրակարգի բնութագիրը՝ առանձին կամ ամբողջական հատկանիշները հարմարեցնելով օրվա հրամայականին:

Այդուհանդերձ գիտնականները փորձել են որոշ սահմանումներ տալ *տեղեկատվական օրակարգ* հասկացությանը, առանձնացնել նրա հիմնական հատկանիշները:

Մասնավորապես, տեղեկատվական օրակարգը դիտարկվում է որպես ՉՀՄ-ների կենտրոնացում որոշակի կոնկրետ թեմաների վրա [3], այն հաղորդակցական-իմաստային դաշտ է, որտեղ գործում են տարբեր սուբյեկտներ, որոնք շեշտադրում են իրենց նախընտրությանն ու հետաքրքրություններին համապատասխան թեմաներ՝ լուսաբանման և քննարկման համար [4]:

Սակայն ցանցային հաղորդակցության դեպքում տեղեկատվական օրակարգը ձևավորվում և դեկավարվում է տարբեր անհատների կողմից ինքնուրույն [5], և փաստացի ՉՀՄ-ների դերը տեղեկատվական օրակարգի ձևավորման հարցում հասցված է նվազագույնի: Բացի այդ՝ տեղեկատվական օրակարգի բազմակողմանի թեմաները տարբեր աստիճանի ուշադրություն են գրավում, ինչն արդեն ցույց է տալիս, որ տեղեկատվական օրակարգում առկա է թեմաների և խնդիրների ենթակարգություն [1]:

Տեղեկատվական օրակարգը սահմանում է հանրության հետաքրքրությունների շրջանակը որոշակի ժամանակահատվածում, որոշում է այն թեմաները, որոնք առանցքային են դառնում հանրային հետաքրքրությունների շրջանում կամ հասարակական կարծիքի և անհատների ու խմբերի դիրքորոշումների ձևավորման ժամանակ, առաջնային դիրքերում է պահում այն անհատներին, որոնք տվյալ պահին դառնում են հանրային կարծիքի առաջնորդ:

Սակայն նշենք նաև, որ մեդիաօրակարգով սահմանված իրականությունը կարող է տարբեր լինել իրականից:

Ամանորը՝ որպես տեղեկատվական օրակարգի թեմա, մշտապես արդիական

նություն է ստանում՝ շնորհիվ իր տոնական ծիսակարգության: «Տոնը մշտապես ենթադրում է ծիսային բաղադրամաս, ինչն օգնում է սահմանազատել տոնական ժամանակն ու տարածությունը առօրեականից» [6, 2]: Բացի այդ՝ տոնի գլխավոր գործառույթը մարդկանց տարբեր խմբերի սոցիոմշակութային միավորումն է [2]:

Ամանորը՝ որպես սոցիոմշակութային երևույթ, գերծ է քաղաքական ենթատեքստերից: Բուն երևույթի մասին օրակարգային մոտեցումները պետք է որ հիմնականում ձևավորվեն տարերայնորեն, առանց ենթատեքստերի և ուղղորդումների: Այդուհանդերձ, թեման լուսաբանող մեդիահաղորդանյութերը շատ հաճախ ուղեկցվում են հենց քաղաքական ենթատեքստերով:

Ամանորը և Սուրբ ծնունդն ունեն բավական բարձր սոցիալական կարգավիճակ, իսկ դրանք տոնելու կերպերը շատ տարբեր են: ՉՀՄ-ները այդ կերպերի լուսաբանողներն են և միաժամանակ ստեղծողները ու տարածողները: «Ամանորի շրջանը» սկսվում է հիմնականում նոյեմբերի երկրորդ կեսից և շարունակվում մինչև փետրվար [2]:

Դեկտեմբերի 31-ից հունվարի 1-ն ընկած ժամանակահատվածը կարող ենք համարել «Ամանորի շրջանի» գագաթնակետ, քանի որ հենց այդ ընթացքում են մեծ մասամբ կատարվում գլխավոր իրադարձությունները. լրահոսում տեղ են գտնում նախորդ տարվա ամփոփումները, պետական, հասարակական, մշակութային գործիչների շնորհավորանքները, ուղերձները, նաև եկող տարվա սպասելիքները:

Իհարկե, օրվա լրահոսը միշտ չէ, որ արտահայտում է տոնական օրերի տրամադրությունը, քանի որ լրատվական կայքերը շարունակում են իրենց գործունեությունը գրեթե բնականոն ռիթմով և շարունակում են մնալ Հայաստանում և աշխարհում կատարվող իրադարձությունների տեքստային մոդելավորողները:

Մեր ուսումնասիրության նպատակն է ներկայացնել Նոր տարվա դերը ամանորյա լրահոսում, քննության առնել այն՝ որպես տեղեկատվական օրակարգի թեմա: Մեր խնդիրն է քանակական և որակական ուսումնասիրության ենթարկել տոնական օրերի լրահոսը և խմբավորել տեղեկատվական նյութերը՝ ըստ բովանդակային ընդգրկման և տեսակի:

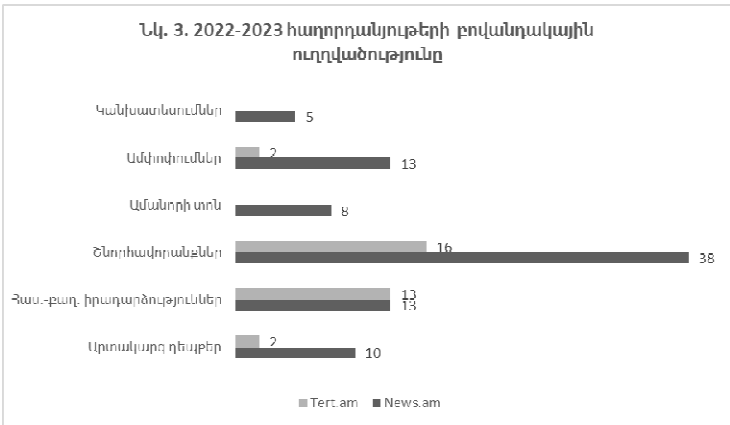
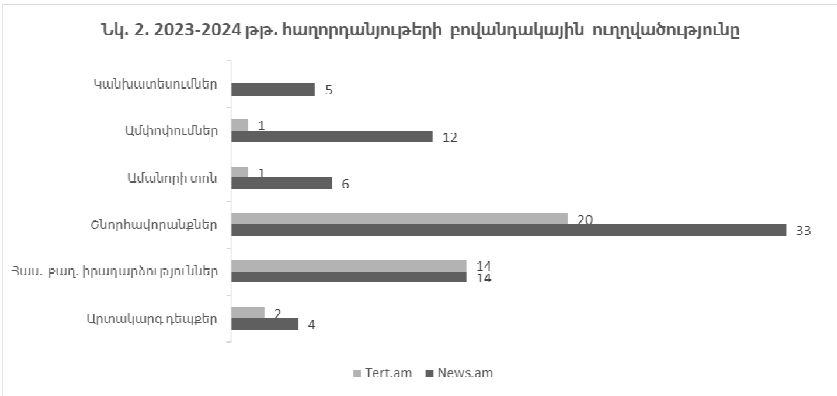
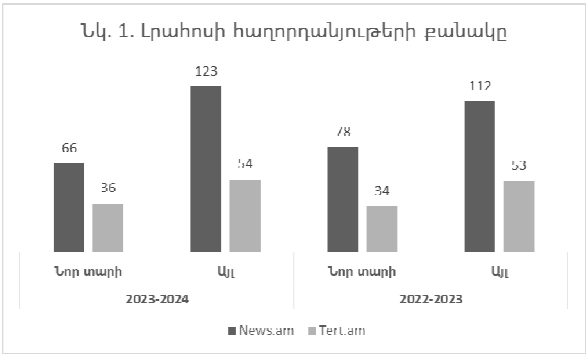
Ուսումնասիրվել են News.am և Tert.am լրատվական կայքերի 2022 թ. դեկտեմբերի 31-ի, 2023 թ. հունվարի 1-ի, 2023 թ. դեկտեմբերի 31-ի և 2024 թ. հունվարի 1-ի լրահոսները:

Արդյունքներ

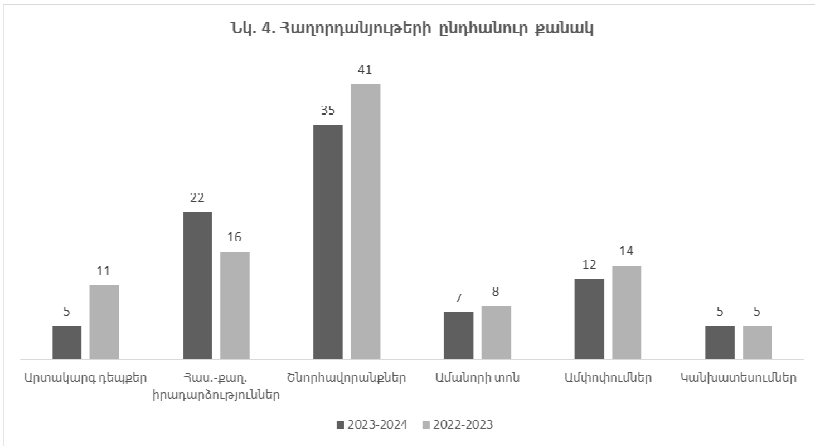
Առաջին գծապատկերում մենք ներկայացրել ենք ուսումնասիրվող կայքերի լրահոսի քանակական արդյունքները (տե՛ս նկ. 1):

Նկատենք, որ երկու տարվա ընթացքում News.am կայքի լրահոսը պարունակում է կրկնակի ավելի շատ հաղորդանյութ, քան Tert.am կայքի լրահոսը: Սակայն երկու կայքի դեպքում էլ մենք տեսնում ենք, որ Ամանորը՝ որպես տեղեկատվական օրակարգի թեմա, գերիշխող դիրք ունի լրահոսում մյուս թեմաների նկատմամբ. Օրվա լրահոսում Ամանորին վերաբերող հաղորդանյութերը 50 տոկոսից ավելի են:

Այժմ դիտարկենք Նոր տարվան վերաբերող հաղորդանյութերը՝ ըստ բովանդակային ուղղվածության (տե՛ս նկ. 2, 3):



Նշենք, որ երկու լրատվական կայքերում առկա է հաղորդանյութերի կրկնություն: Եթե հաշվի առնենք հաղորդանյութերի ընդհանուր քանակը երկու կայքերում միասին՝ կրկնվող նյութերը դիտարկելով որպես մեկ միավոր, ապա կունենանք հետևյալ պատկերը (տե՛ս նկ. 4):



Արտակարգ դեպքեր. այս խմբում ընդգրկված են այն հաղորդանյութերը, որոնցում ներկայացված են Ամանորի տոնակատարության ընթացքում տեղի ունեցած արտակարգ դեպքերը: Եթե անդրադառնանք այդ դեպքերի աշխարհագրությանը, ապա կնկատենք, որ 2023-2024 թթ. հաղորդանյութերում Ամանորի հետ կապված արտակարգ իրավիճակ Հայաստանում չի գրանցվել, և լրատվական կայքերը ներկայացրել են միայն արտասահմանյան նորությունները: 2022-2023 թթ. արտասահմանում տեղի ունեցած արտակարգ պատահարների կողքին, որոնք հիմնականում դժբախտ պատահարների մասին են, հայաստանյան իրականության վերաբերյալ միայն մեկ նորություն կա, որի վերնագրում առկա «արտակարգ» բառն օգտագործվում է դրական իմաստով («Տոներին Երևանի մետրոպոլիտենն աշխատում է արտակարգ ռեժիմով»):

Հասարակական-քաղաքական իրադարձություններ. Ամանորին վերաբերող տեղեկատվական օրակարգի հասարակական-քաղաքական ուղղվածությամբ հաղորդանյութերի գերակշիռ մասը վերաբերում է հայաստանյան իրականությանը: 2023-2024 թթ. երկօրյա լրահոսում ընդամենը մեկ լուր է, որը վերաբերում է Ռուսաստանի Դաշնությանը («Պեսկովը հերքել է տեղեկությունները, թե Պուտինի ամանորյա ուղերձը վերաձայնագրվել է»), իսկ 2022-2023 թթ.՝ մեկական հաղորդանյութեր են ներկայացված ՌԴ-ից («Հոգեբանը խոսել է նոր տարուց «նոր կյանք» սկսելու ուղիների մասին»), Բելառուսից («Լուկաշենկոն Ամանորի նախաշեմին լրագրողներին ճազարներ է նվիրել»), Իրանից («Ինչպես են Իրանի հայերը դիմավորել Նոր տարին. IRNA-ի ֆոտոշարքը») և Ֆրանսիայից («Փարիզի Ելիսեյան դաշտերում 1 միլիոն մարդ է հավաքվել՝ տեսնելու Նոր տարվա հրավառույթը»):

Եթե 2022-2023 թթ. Ամանորի հասարակական-քաղաքական թեմայի առանցքում բարձրաստիճան պետական այրերի, հոգևոր դասի և արվեստագետների այցելություններն էին Եռաբլուր, մարտական դիրքեր և արցախահայության նախատնական «ոչ տոնական» տրամադրությունների լուսաբանումը, ապա 2023-2024 թթ. տեղեկատվական օրակարգի այս ենթախմբի 22 հաղորդանյութից 9 վերաբերում էին Հանրային հեռուստաընկերությամբ Ամենայն Հայոց Կաթողիկոսի ամանորյա ուղերձը չհեռարձակելու փաստին և դրա բացասական արձագանքների ու բողոքի շարժումներին:

Շնորհավորանքներ: Նկատենք, որ Ամանորի տեղեկատվական օրակարգում ամենամեծ տեղն ունեն ուղերձներն ու շնորհավորանքները: Դրանք նաև երկու կայքերում ամենաշատ կրկնվող հրապարակումներն են, սակայն կայքերից յուրաքանչյուրը որոշ դեպքերում ստեղծում է իր վերնագիրը՝ շեշտը դնելով արդիական որևէ խնդրի վրա: Այս խմբում առավել հաճախ մենք տեսնում ենք ՀՀ պաշտոնական այրերի (2022-2023 թթ. նաև Արցախի պաշտոնական այրերի) ու քաղաքական գործիչների շնորհավորանքի խոսքերը, որոնք հաճախ ընդգրկում են անցնող տարվա ձեռքբերումների ու բացթողումների, եկող տարվա անելիքների մասին տեղեկությունները:

Երկու կայքն էլ ՀՀ-ում օտարերկրյա դեսպանների շնորհավորանքներից հրապարակել են միայն ՌԴ դեսպանի խոսքը: Նշենք, որ հայկական լրահոսում տեղ է գտնում նաև Ռուսաստանի Դաշնության նախագահի ուղերձը ուղղված ռուսաստանցիներին:

Ավանդաբար ներկայացվում են նաև Ամենայն հայոց կաթողիկոսի և Սեծի Տանն Կիլիկիո կաթողիկոսի ուղերձները:

Նկատելի է, որ ուսումնասիրվող տարիների ամանորյա ուղերձները քաղաքականացված են, ինչը պայմանավորված է Արցախյան 44-օրյա պատերազմի հետևանքով առաջացած աշխարհաքաղաքական և սոցիալական ճգնաժամով, Արցախի հայաթափմամբ՝ էթնիկ գտմամբ:

Հայ հայտնի մարզիկների և շուր-բիգնեսի ներկայացուցիչների շնորհավորանքի խոսքերում առավել հաճախ ենք հանդիպում *խաղաղություն* հասկացությունը, որն այսօր դարձել է հայ հասարակության առաջնային իդեալից մեկը:

Ամանորի տոն: Տոնական օրվա խորհրդի հետ կապված հետաքրքրաշարժ և հանրամատչելի հաղորդանյութեր հրապարակել է միայն News.am լրատվական կայքը: Բացառություն է միայն Tert.am-ի «ԱՄԷ-ում ամանորյա հրավառությունը Գինեսի ռեկորդների գրքում է գրանցվել միանգամից 2 անվանակարգում» լուրը: Տոնական օրվան նվիրված հաղորդանյութերի մի մասը ներկայացնում են հետաքրքիր փաստեր Ամանորի մասին և ուշագրավ ֆոտոշարքեր հայաստանյան և արտասահմանյան իրականությունից, երկրորդ մասը՝ Ամանորին վերաբերող լավագույն ֆիլմերի, մուլտֆիլմերի, երգերի ընտրանին, երրորդ մասը առողջապահական բնույթի հաղորդանյութեր են, ինչը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ հասարակության որոշ շերտի մոտ տոնը զուգորդվում է շատակերության (և որպես հետևանք՝ թունավորման) հետ:

Ամփոփումներ: Որպես կանոն, տարեմուտը ուղեկցվում է նաև պետական տարբեր կառույցների և կազմակերպությունների, գերատեսչությունների, նաև անհատների հաշվետվություններով, ամփոփիչ վիճակագրական տվյալներով: Երկու տարվա ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ News.am կայքը ներկայացրել է 25 հաղորդանյութ, իսկ Tert.am-ը՝ 3: Այս խմբի նյութերը բազմակողմանի են իրենց թեմատիկ ընդգրկմամբ՝ քաղաքական, սոցիալական, արդյունաբերական: Սակայն ակնհայտ է, որ առավել շատ են մարզական աշխարհի (9) և շոու-բիզնեսի (6) ոլորտի հաղորդանյութերը:

Կանխատեսումներ: Այս խմբին բնորոշ հաղորդանյութեր նշված տարիներին հրապարակել է միայն News.am լրատվական կայքը: Որպես կանոն, դրանք աստղագուշակների կանխատեսումներ են՝ ըստ կենդանակերպի նշանների, նաև տարվանից քաղաքական և տնտեսական ակնկալիքները, սպասվող քաղաքական բնույթի իրադարձություններին վերաբերող հիշեցումներ և շոու-բիզնեսի ներկայացուցիչների սպասելիքները եկող տարվա ընթացքում:

Եզրակացություններ

Այսպիսով, կարող ենք փաստել, որ Ամանորը՝ որպես տեղեկատվական օրակարգի թեմա, հայկական տեղեկատվական-հաղորդակցական տիրույթում դրսևորվում է քանակական և բովանդակային (որակական) մի քանի հատկանիշներով: Չնայած Ամանորի տոնը՝ որպես սոցիոմշակութային երևույթ, գերծ է քաղաքական ենթատեքստից, այնուամենայնիվ տոնական օրերին լրատվական կայքերի լրահոսը առավել քաղաքականացված է:

Այս օրինաչափությունը դրսևորվում է հատկապես Ամանորի տոնական շնորհավորանքների, ուղերձների տեքստերում, ամփոփումների և կանխատեսումների բնույթ ունեցող հաղորդանյութերում, ինչպես նաև հասարակական-քաղաքական իրադարձությունների լուսաբանման ժամանակ:

Եթե արտակարգ դեպքերի, անցնող տարվա ամփոփագրերի կամ կանխատեսումների դեպքում առկա են նաև միջազգային լրահոսի հաղորդանյութերը, ապա շնորհավորանքների խմբում հայկական լսարանին ներկայացվում են միայն ՌԴ պաշտոնատար անձանց և Հռոմի պապի ուղերձները:

Տոնական օրը՝ որպես ժամանցային տեղեկույթի ստեղծման գործոն, միշտ չէ, որ օգտագործվում է լրատվական կայքերի կողմից, ինչը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ Ամանորը՝ որպես տեղեկատվական օրակարգի թեմա, առավել հաճախ ծառայում է որպես միջոց քաղաքական այս կամ այն օրակարգը առաջ տանելու, քան բուն «տոնական» ժամանացային բովանդակություն ստեղծելու համար:

DOI: <https://doi.org/10.58726/27382915-2024.2-89>

Գրականություն

1. Brouard S., Grossman E., Guinaudeau I. The evolution of the French political space revisited: Issue priorities and party competition. In: Green-Pedersen Ch. and Walgrave S. (ed.). Agenda, setting, policies and political systems: a comparative approach, The University of Chicago Press, 2014, pp. 53-68.
2. Глевкая Н. В. Праздники Рождества и Нового года в средствах массовой информации: речевая разработка темы. Мир русского слова, № 3, 2013, с. 52-57.
3. Казаков А. А. Западная коммуникативистика об установлении информационной повестки дня: анализ основных подходов. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. Т. 9, № 3, 2013, с. 55-61.
4. Каминченко Д. И. Информационные повестки дня общества и СМИ: сравнительный анализ. Медиаскоп, вып. 4, 2020
Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/2663/> (дата обращения: 2.02.2024)
5. Колесников В. Н. Актуальная повестка дня в современной России: факторы формирования. Управленческое консультирование. № 9, 2017, с. 8-17.
6. Круглова Т. А., Саврас Н. В. Новый год как праздничный ритуал советской эпохи. Известия Уральского государственного университета. Гуманитарные науки. № 2 (76), 2010. с. 5-14.

Новый год как тема информационной повестки (на примере новостных сайтов News.am и Tert.am)

Нагаш Мартиросян

Анаит Менемшян

Тарон Даниелян

Резюме

Ключевые слова: *СМИ, новости, праздник, шоу-бизнес, спорт, политика*

В статье рассматривается информационная повестка дня армянских новостных сайтов News.am и Tert.am за 31 декабря и 1 января 2022-2024 гг. Количественный и качественный анализ материалов показывает, что хотя новогодний праздник как социокультурное явление не несет в себе политического контекста, в то же время в названные дни ленты новостных сайтов политизированы. Данная закономерность особенно проявляется в посланиях политических, общественных и духовных лиц, в новогодних поздравлениях известных деятелей из мира шоу-бизнеса и спорта. Политизированы также материалы об итогах за прошедший год, а также прогнозы событий и явлений, ожидающихся в новом году. Новый год становится также одним из факторов освещения общественно-политических событий в том или ином ракурсе. Данное явление обусловлено внутривнутриполитическими и внешнеполитическими событиями в Республике Армения и Республике Арцах (Нагорно-Карабахская Республика). Армянские новостные сайты в новостных лентах публикуют также поздравления президента Российской Федерации и Папы Римского. Праздник, как повод создания развлекательной информации, не всегда используется новостными сайтами. Данный факт позволяет сделать вывод, что Новый год, как основа содержания информационной повестки праздничного дня, чаще служит средством продвижения той или иной политической и общественной повестки, чем праздничного-развлекательного контента.

**New Year as the Topic of the Information Agenda
(Using the Example of News Sites: News.am and Tert.am)**

Naghash Martirosyan

Anahit Menemshyan

Taron Danielyan

Summary

Key words: *Media, news, holiday, show business, sports, politics*

The article discusses the information agenda of Armenian news sites News.am and Tert.am for December 31 and January 1, 2022-2024. A quantitative and qualitative analysis of the materials shows that although the New Year's holiday as a socio-cultural phenomenon does not have a political context, at the same time, on those days, news site feeds are politicized. This pattern is especially evident in the messages of political, public and spiritual figures, in New Year greetings from famous figures from the world of show business and sports. Materials on the results of the past year, as well as the forecasts of events and phenomena expected in the New Year, are also politicized. The New Year is also becoming one of the factors in covering the socio-political events from one angle or another. This phenomenon is caused by domestic and foreign policy events in the Republic of Armenia and the Republic of Artsakh (Nagorno-Karabakh Republic). This fact allows us to conclude that the New Year, as the basis of the content of the information agenda for the holiday, more often serves as a means of promoting a particular political and public agenda than festive and entertaining content.

Ներկայացվել է 06.02.2024 թ.

Գրախոսվել է 19.02.2024 թ.

Ընդունվել է տպագրության 28.11.2024 թ.